



Woman in Culture and Arts

Factors Affecting the Choice of Women's Community Clothing with Foucault and Giddens Body Management Approach (Case Study: Women Aged 20 to 30 in Tehran)

Maryam Mounesi Sorkheh¹ 

1. Corresponding Author, Associate Professor, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Art, University of Alzahra, Tehran, Iran. E-mail: m.mounesi@alzahra.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received: 10 August 2023 Received in revised form: 11 November 2023 Accepted: 5 August 2024 Published online: 30 March 2025 Keywords: <i>Clothing,</i> <i>Imagery,</i> <i>Body Management,</i> <i>Foucault Sociology,</i> <i>Giddens.</i>	The management of the body and its relationship with sociology of the body defines man as a corporeal agent. The problem is to understand the sociological relationship between body management and the choice of social clothing (clothes that can be worn outside the house in accordance with customary standards). Choosing the appropriate type of apparel is directly correlated with body management, which involves the continuous monitoring and manipulation of appearance features. Question: In the context of Foucault and Giddens' body management approach, what are the factors that influence the selection of women's social clothing? The aim of the research is to determine the factors that influence the selection of social dress for women in order to showcase their bodies in accordance with the body management approach. The research method is analytical, correlation and survey and information collection, library and field. The sample size is 384 individuals, and the statistical population consists of Tehrani women aged 20 to 30. A simple random approach was employed to collect the data using a questionnaire. The findings showed that social structures exhibit variability in body management. Sometimes, the selection of social clothing is made to align with the societal norms and to wield influence; other times, it is done to secure positive acceptance and to align with social activities. The results indicated that social structures exhibit variability in body management. Sometimes the choice of social clothing is to match the thinking of others in the society and as a tool of power; Sometimes it is to achieve positive acceptances and in line with social activities.
Cite this article: Mounesi Sorkheh, M. (2025). Factors affecting the choice of women's community clothing with Foucault and Giddens body management approach (Case study: women aged 20 to 30 in Tehran). <i>Woman in Culture and Art</i>, 17(1), 57-75. DOI: http://doi.org/10.22059/jwica.2023.363645.1950	
 © The Author(s). DOI: http://doi.org/10.22059/jwica.2023.363645.1950 Publisher: The University of Tehran Press.	



انتشارات دانشگاه تهران

زن در فرهنگ و هنر

عوامل مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع زنان با رویکرد مدیریت بدن فوکو و گیدنز (مطالعه موردی: زنان ۲۰ تا ۳۰ ساله در شهر تهران)

مریم مونسسی سرخه^۱ ^۱. نویسنده مسئول، استادیار گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. رایانامه: m.mounesi@alzahra.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مدیریت بدن و رابطه آن با قلمروهای اجتماعی و فرهنگی (جامعه‌شناسی بدن)، انسان را عاملی جسم‌مند تعریف می‌کند. به عبارتی بودن در جهان و آگاهی انسان توسط بدن معین می‌شود. لباس یک تمهید دلالت‌گرایانه و متأثر از رخدادهای اجتماعی است که روی بدن قرار می‌گیرد. با اجتماعی‌شدن انسان، بدن او به‌عنوان ابزاری برای کنترل اجتماعی تعریف می‌شود و برخی کردارهای بدنی اهمیت می‌یابند. مدیریت بدن فرد به معنای نظارت و دستکاری مستمر ویژگی‌های ظاهری، رابطه مستقیمی با انتخاب نوع لباس دارد. سؤال پژوهش این است که عوامل مؤثر بر انتخاب انواع لباس اجتماع زنان، با رویکرد مدیریت بدن فوکو و گیدنز چیست. هدف پژوهش، شناخت عوامل انتخاب لباس اجتماع زنان برای نمایش اندام مطابق با رویکرد مدیریت بدن است. روش پژوهش تحلیلی، همبستگی و پیمایشی و شیوه جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه آماری شامل زنان ۲۰ تا ۳۰ ساله در شهر تهران و تعداد نمونه ۳۸۴ نفر است. داده‌ها با پرسشنامه محقق‌ساخته به روش تصادفی ساده جمع‌آوری شدند. یافته‌ها نشان داد مدیریت بدن در ساختارهای اجتماعی متغیر است. گاهی انتخاب لباس اجتماع برای متناسب‌سازی با تفکر سایرین در جامعه و ابزار قدرت است و گاهی برای دستیابی به پذیرش‌های مثبت و همسو با فعالیت‌های اجتماعی است.
کلیدواژه‌ها: زنان شهر تهران، جامعه‌شناسی فوکو، گیدنز، لباس اجتماع، مدیریت بدن.	
استناد: مونسسی سرخه، مریم (۱۴۰۴). عوامل مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع زنان با رویکرد مدیریت بدن فوکو و گیدنز (مطالعه موردی: زنان ۲۰ تا ۳۰ ساله در شهر تهران). زن در فرهنگ و هنر، ۱۷(۱)، ۵۷-۷۵. DOI: http://doi.org/10.22059/jwica.2023.363645.1950	
DOI: http://doi.org/10.22059/jwica.2023.363645.1950	
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.	© نویسندگان.



۱. مقدمه

موضوع بدن همواره از جاذبه برخوردار بوده است. حتی اگر ادبیات بدن همان بازنمایی بدن باشد، به بیان فاکس^۱، نخستین بازنمایی در دیواره‌های غارها بوده است (Fox, 2012: 3). اما در قرن بیستم نوع نگاه غرب به بدن تحت جنگ‌ها، تاریخ اجتماعی، مطالعات نئومارکسیست، پساساختگرا و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی متحول شد. در این زمان، بدن به‌عنوان یک مصرف‌کننده کالا و خدمات، هم یک معضل در کنترل و هم عامل مدیریت جمعیت شد. در دهه ۱۹۸۰ به قول ترنر، جامعه‌شناس، در کتاب *جامعه و بدن*، بشر در جامعه جسمانی^۲ به سر می‌برد؛ جامعه‌ای که در آن بدن جان و جهان ماست (Turner, 2008: 12). با ورود انسان به زندگی مدنی، توسعه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی و شکل‌گیری عقاید دینی، بدن، پوشاک و فرهنگ‌ها شکل گرفتند. فرم بدن می‌تواند ابزاری برای اجتماعی‌شدن و کنترل اجتماعی باشد. امروزه بدن فرد تأثیر زیادی در روابط اجتماعی او دارد و انواع نمادهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیت یافته‌اند؛ بنابراین مدیریت بدن نوعی نظارت بر ویژگی‌های ساختاری بدن شامل تنظیم وزن، دستکاری پزشکی و میزان اهمیت‌دادن به مراقبت‌های بدنی به یک شاخص تجملی تبدیل شده است (Rezaei et al., 2010: 160). پوشش در هر دوره‌ای از تاریخ با اشکال و معانی مختلفی همراه است. طراحان مد تلاش می‌کنند تا لباسی طراحی کنند که تابعی از زیبایی باشد. آن‌ها مخاطب و موقعیت او را در نظر می‌گیرند (Weidemann, 2014: 7).

مسئله، درک ارتباط میان مدیریت بدن و انتخاب لباس اجتماع از منظر جامعه‌شناسی است. در این رابطه، لباس وسیله‌ای برای عرضه نمادین خویشتن است و یک ابزار قدرت که با خودپنداره افراد، رابطه مستقیم دارد. خودپنداره با اعتقادات و توانایی‌های فرد مرتبط است. هرچه فشار اجتماعی، تبلیغات تجاری، دسترسی به رسانه‌ها و مصرف‌گرایی بیشتر، گرایش زنان به مدیریت بدن افزایش می‌یابد. همچنین مد و انتخاب لباس اجتماع، بدن را مطابق ایدئال‌های اندامی و سیک پذیرفته‌شده زمان نشان می‌دهد و آن را با لذت‌های ظاهری همسو می‌کند؛ بنابراین با دریافت انواع نگرش به لباس اجتماع می‌توان از سایر مطالعات انتظار داشت که سیاست‌گذاری‌های مناسب فرهنگی انجام شود. جامعه‌شناسی بدن از دیدگاه نظریه‌پردازان (فوکو^۳ و گیدنز^۴) مطرح می‌شود. به قول فوکو، مردم به

1. Nick Fox

2. Somatic Society

۳. Michel Foucault؛ متولد ۱۹۲۶، فرانسوی؛ از آثار او: *مراقبت و تنبیه*، تاریخ جنون

۴. Giddens: the constitution of society, The consequences of Moder؛ متولد ۱۹۳۸، بریتانیایی

تقلید از پیشگامان مد شروع به پوشیدن نوعی لباس می‌کنند و این نوع بدن و لباس مورد قبول قرار می‌گیرد و به‌عنوان ابزار قدرت در جامعه تأثیر دارد. گیدنز بدن و لباس را با محیط و فعالیت‌های اجتماعی تطبیق می‌دهد و بیان می‌کند که با فاصله‌گرفتن از جامعه سنتی، مدیریت بدن و شرایط ویژه انتخاب لباس، متفاوت می‌شود.

۲. پیشینه پژوهش

آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱) در مقاله «بدن به مثابه رسانه هویت» به نحوه جداشتن مظاهر هویت از موقعیت‌های ساختاری و پیوند آن با خصوصیات فرهنگی می‌پردازند و بدن آدمی را به‌عنوان موضوعی برای نظریه و پژوهش اجتماعی مطرح می‌کنند. فکوهی و حق‌گوی (۱۳۸۶) در «بررسی انسان‌شناختی فرهنگ حاکم بر مدیریت بدن در زنان تهران» مدیریت کالبد را موضوعی فرهنگی دانستند و ابعاد، دلایل و انگیزه‌های این رفتار را تشریح کردند. رضایی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی» شناخت بدن و هویت بدنی افراد را که از پیامدهای جامعه مصرفی است از منظر فوکو، گیدنز و گافمن^۱ بررسی و از منظر ساخت بدن اجتماعی تحلیل کردند. مهدوی و عباسی اسفجیر (۱۳۸۹) در «بررسی میزان تمایل مدیریت بدن و کنترل اندام و عوامل مؤثر بر آن» تأثیرات متقابل بدن و جامعه را مطالعه کردند و سپس به مدیریت بدن و تبیین دیدگاه نظریه‌پردازان از نظر اجتماعی پرداختند. رقیبی (۱۳۹۰) در مقاله «ارتباط مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره» ارتباط مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره را مطالعه کردند. امیری (۱۳۹۲) در مقاله «سیاست بدن، از نظریه تا عمل» درمورد نگرش به بدن از دید فلاسفه و رویکردهای جنبش فمینیسم پرداخته است. فیلمر (۲۰۱۰) در رساله دکتری خود «شکل بدن زنانه: جهت دستیابی به فرم اندام در مد» و ویدمان (۲۰۱۴) در کتاب *تصویرسازی مد حاضر در بخشی به انواع فرم بدنی پذیرفته‌شده در اجتماع خود پرداختند*. فاکس (۲۰۱۲) در کتاب *بدن: سلامت یا توجه اجتماعی* و ترنر (۲۰۰۸) در کتاب *بدن و جامعه: کاوشی در نظریه اجتماعی*، جایگاه بدن را از منظر معیارهای اجتماعی تحلیل کردند. ایلواری و ادیسی (۱۳۹۸) در مقاله «پذیرش اجتماعی از مسیر مدیریت بدن در راستای کسب رضایت از زندگی با رویکرد GT (مورد مطالعه: زنان شهر گرگان)» مقبولیت اجتماعی و مدیریت بدن زنان و رضایت آنان از زندگی را بررسی کردند. جعفری و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله «نقش سلامت عمومی در مدیریت بدن ورزشکاران مرد» به بررسی سلامت عمومی در مدیریت بدن ورزشکاران مرد زیبایی اندام پرداختند. رستمی و راد (۲۰۱۹) در مقاله «تبیین

۱. Erving Goffman: جامعه‌شناس و روان‌شناس اجتماعی آمریکایی (۱۹۸۲-۱۹۶۲)

جامعه‌شناختی مدیریت بدن در بین ورزشکاران زن» مدیریت بدن زنان ورزشکار را از منظر جامعه‌شناختی مطالعه کردند. قاضی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله «ارائه الگویی جهت مدیریت بدن با رویکرد ظاهرآرایی بانوان» چگونگی مدیریت بدن را با رویکرد ظاهرآرایی زنان با رهیافت کیفی بررسی کردند. خاقانی‌فرد و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله «تبیین جامعه‌شناسی بهبود مدیریت بدن و ارتباط آن با سبک زندگی در مصرفی شدن تن» به تبیین جامعه‌شناسی بهبود مدیریت بدن و ارتباط آن با مصرفی شدن تن پرداختند. اروانه و خدایی بیرامی (۱۴۰۲) در «مطالعه عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در ایران؛ فراتحلیلی از تحقیقات موجود» مسئله مدیریت بدن را در علوم رفتاری بررسی کردند. وجه تمایز نوشتار حاضر با سایر اسناد در آن است که پنج عامل مستخرج از دیدگاه فوکو و گیدنز در پذیرش یا عدم پذیرش لباس اجتماع زنان را به چالش می‌کشد.

۳. مبانی نظری

۳-۱. جایگاه بدن از منظر نظریه پردازان اجتماعی

ریشه بحث بدن و تفکر جسمانی در تفکر فلسفی یونان باستان است. در نظریه مثل افلاطون، جهان مادی و واقعیات فیزیکی مانند بدن، در مرتبه پایین‌تری از صور ناب قرار داشتند. این تمایز حتی در آثار دکارت^۱ تداوم داشت. دکارت در فلسفه خود از تمایز ذهن و بدن می‌گوید. او هویت را مستقل از بدن و قائم به ذهن می‌داند (Descartes, 2000: 61). جان لاک^۲ در رساله در باب فهم بشر (۱۶۹۵)، دانسته‌های ذهنی را متأثر از دریافت‌های حواس تلقی کرد (Lock, 1823) و ترنر حواس را عامل محدودیت ذهنی می‌داند (Turner, 2008: 7). در اواخر قرن ۱۹ فردریش نیچه، مجدداً با بازخوانی نظر دکارت بیان کرد که فکر کردن می‌تواند همان حس کردن باشد؛ یعنی فکر و حس است که سبب وجود می‌شود (Nietzsche, 2002: 17). فروید ذهن و بدن را دو ساحت مجزا نمی‌دانست. به عقیده او ذهن از سه عامل نهاد، خود و فراخود تشکیل شده است و نیازهای جسمانی از بخش ناخودآگاه ذهن سر برمی‌آورد، اما لزوماً به سطح خودآگاه نمی‌رسد (Freud, 2010: 3956). در قرن ۲۰ طبق نظر سنوت، مدیریت بدن اهمیت زیادی دارد و در قالب مؤلفه‌هایی مانند تناسب‌اندام و آرایش تعریف می‌شود (Synnot, 1990: 56). نظریات مهم در حوزه جامعه‌شناسی بدن بدین ترتیب است: الف) پیر بوردیو: بدن حامل ساخت‌های رابطه‌ای و نهادی است (Bourdieu, 1986: 112)؛ ب) مایک فدرستون: فرهنگ، مسئولیت حفاظت از بدن را به فرد می‌سپارد و این ایده را گسترش

۱. Rene Descartes؛ فیلسوف و روان‌شناس فرانسوی (۱۵۹۶-۱۶۵۰)

۲. John Locke؛ فیلسوف انگلیسی (۱۶۳۲-۱۷۰۴)

می‌دهد که بدن منتقل‌کننده لذت و بیان خویشستن است (Featherston, 2001: 170). همچنین تصاویر بدن زیبا تأکیدی بر ظاهر و چهره اوست؛ پ) برایان ترنر: ابعاد چهارگانه تنظیم بدنی را شامل ۱. بازتولید نسل، ۲. تنظیم جمعیت یا بدن‌ها، ۳. نمایش بدن در فضای اجتماعی و ۴. کنترل بدن و آرزوها در راستای منافع اجتماعی می‌داند (Turner, 1996: 17). ت) اروینگ گافمن^۱: به نظر او خود اجتماعی با هویت اجتماعی فاصله دارد. او «خودی» را که در کنش‌های متقابل زندگی در نقش‌های مختلف ظاهر می‌شود آسیب‌پذیر می‌داند؛ بنابراین به مدیریت آن می‌پردازد (Parker, 2008: 24).

۳-۲. مدیریت بدن و عوامل اجتماعی مرتبط با آن

امروزه بدن دیگر نه فقط زیستی، بلکه محصول اجتماعی و روان‌شناختی است (Raqibi, 2011: 73). به این ترتیب مدیریت بدن یعنی نظارت دائمی ویژگی‌های ساختاری. این مفهوم به یاری شناساگرهای کنترل وزن، دستکاری پزشکی و نوع اهمیت‌دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی به شاخصی تجملی بدل شده است (Azadarmaki & Chavoshian, 2002: 64). هرچه فشار اجتماعی و تبلیغات تجاری بیشتر باشد، گرایش زنان به مدیریت بدن فزونی می‌یابد. بر پایه اصول مکتب مبادله می‌توان گفت مدیریت بدن، توأم با پذیرش و تأیید اجتماعی آنان است (Mahdavi & Esfajir, 2010: 133).

عوامل اجتماعی مدیریت عبارت‌اند از: الف) احساس فشار اجتماعی: از طریق خنده یا تمسخر شکل می‌گیرد و فرد برای دستیابی به اعتمادبه‌نفس از وسایل تنظیم بدن استفاده می‌کند؛ ب) تبلیغات: مربوط به داروها و وسایل تنظیم بدن است که با رسانه عمل می‌کند؛ پ) مصرف رسانه‌ای: افراد در راستای تأثیرپذیری از رسانه‌ها تلاش می‌کنند تا با ارتقای کیفی بدن، با آرای اجتماعی و فرهنگی جامعه همسو شوند؛ ت) مصرف‌گرایی: استفاده از کالاها به منظور رفع نیازها که نه تنها شامل خرید کالاهای مادی، بلکه دربرگیرنده خدمات نیز می‌شود؛ ث) وضعیت روانی: ویژگی روان‌شناسی انسان و متأثر از نگرش محیط و اطرافیان، به نحوی که اثر مثبت یا منفی در پنداره فرد داشته باشند؛ ج) مدیریت ساختار بدن: تدقیق و تغییر دائمی ویژگی‌های ساختاری بدن و اهمیت‌دادن به مراقبت‌های مربوط به حفظ ظاهر؛ بنابراین بدن به یک اصل هویتی در جوانان تبدیل می‌شود (Rezaei et al., 2010: 158-166).

۳-۳. مدیریت بدن از منظر فوکو

میشل فوکو میل به تغییر یا اصلاح بدن را نه به دلیل مشکلات روانی، بلکه به واسطهٔ الگوهایی می‌داند که جامعه در اختیار قرار می‌دهد. در اواخر قرن ۲۰، جامعه‌شناسی بدن توسط او ایجاد شد که به نوعی بازخورد قائل است که در محیط‌های اجتماعی، بدن‌ها را می‌سازد و بر رفتار اجتماعی تأثیر می‌گذارد (Ahmadnia, 2006: 31). فوکو خود را هویتی مستقل از تن می‌داند که محدودیتی بر درک بعد جسمانی تحمیل می‌کند. به این ترتیب می‌گوید: «روح زندان تن است» (Foucault, 1995: 29). به عقیدهٔ وی کنترل از طریق جامعه با سرکوب لحاظ نمی‌شود، بلکه با تحریک اتفاق می‌افتد (Zokai, 2008: 124 quoted by Foucault, 1980: 57). فوکو اعتقاد دارد که بدن‌های فیزیکی، در همهٔ زمان‌ها بدن‌های اجتماعی هستند و وسیله‌ای برای کنارآمدن با تنش‌ها و اتفاقات بیرونی است و اغلب مردم چنان در جسم خود جذب شده‌اند که خود و بدن خویش را یکی می‌دانند (Ahmadnia, 2006). بدن واسطهٔ ابراز قدرت است. به نظر او قدرت مرگ (به نشانهٔ قدرت حاکم)، جای خود را به تربیت بدن‌ها و مدیریت هوشمندانهٔ زندگی داد (Foucault, 2004: 167). فوکو شکل جدیدی از سلطه در جوامع مدرن را مطرح می‌کند که کنترل و نظارت خارجی، جای خود را به نظارت داخلی و نظارت انسان بر بدن خود می‌دهد. وی در تحلیل نظریهٔ سیاست‌های بدن باور دارد که بدن وارد نظامی از قدرت می‌شود که آن را بررسی، از هم مجزا و به‌شکلی نو ترکیب می‌کند. در نتیجه «آناتومی سیاسی» به‌عنوان یک سازوکار قدرت، نحوهٔ کنترل فردی بدن را نیز تعریف می‌کند (Amiri, 2013)؛ بنابراین در جامعهٔ جدید، بدن، کانون قدرت است و آن به‌وسیلهٔ کنترل خواستهٔ حرکات بدنی با نظامی خاص به‌ظهور می‌رسد (Giddens, 2006: 88).

۳-۴. مدیریت بدن از منظر گیدنز

آنتونی گیدنز، بدن را نزدیک‌ترین قرارگاه برای ظهور سبک زندگی و اشکال هویتی بشر برمی‌شمرد. بدن صرفاً وسیلهٔ ارتباطی افعال و بازخوردهای آن نیست، بلکه ساختاری است که عکس‌العمل آن در مقابل کنش‌های زندگی را تعریف می‌کند (Giddens, 2006: 144 & 149). وی معتقد است افراد تحت محیط‌های اجتماعی، واکنش‌های متعدد دارند و با مدیریت بدن، خود را از بقیه متمایز می‌کنند. همچنین از نظر او (۲۰۰۳) زنان با ویژگی‌های ظاهری مورد قضاوت قرار می‌گیرند. مفهوم مدیریت بدن، زنان را بیشتر از مردان درگیر می‌کند. دلیل این امر به چند عامل برمی‌گردد: ۱. هنجارهای اجتماعی زنان بر جذابیت جسمانی تأکید دارند؛ ۲. تصویر مطلوب زن در نظر اجتماع، اندام لاغر است نه عضلانی؛ ۳. با گسترش فعالیت زنان در اجتماع، همچنان معیار ارزیابی ایشان، وضعیت ظاهری

است تا موقعیت‌ها (Ahmadnia, 2006: 25). گیدنز بیان می‌دارد که در راستای ضعیف‌شدن پایه‌های دینی و هویت اجتماعی، بدن از ارزش و اهمیت بیشتری در هویت‌سازی افراد بهره‌مند می‌شود که موجب سهولت کنش‌های متقابل و فعالیت‌ها می‌شود نه مانع آن (Giddens, 2006: 211). خودآرایی با تغییرات مستمر شخصیت فرد ارتباط دارد. به این ترتیب پوشاک علاوه بر آنکه ابزار مهمی جهت پنهان کردن یا بارز کردن ابعاد زندگی شخصی می‌شود، نوعی وسیله خودنمایی می‌شود (Giddens, 2006: 95) (جدول ۱).

جدول ۱. پنج عامل مدیریت بدن از منظر فوکو و گیدنز

پنج عامل مورد بحث	فوکو	گیدنز
۱	تأثیرات متقابل بدن و اجتماع = افزایش اعتماد به نفس	تأثیرات متقابل بدن و اجتماع = سهولت و بهبود کنش‌ها و شرایط اجتماعی
۲	سکسوالیته = کنترل جمعیت	کنترل جنسی زنان توسط مردان
۳	ایجاد بدن مطیع (رام)	تمايزات فردی = هویت بخشی نمایش هویت شخصی
۴	خودآرایی و پوشاک = ابراز قدرت زن	خودآرایی و پوشاک = پنهان سازی / آشکار سازی وجوه بدنی
۵	سلطه سیاست گذاری = آناتومی مطلوب	سلطه سیاست گذاری = تصویر مطلوب بدن لاغر

منبع: نگارنده

۴. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به دنبال درک عوامل مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع توسط زنان ۲۰ تا ۳۰ ساله در تهران با رویکرد مدیریت بدن فوکو و گیدنز است. روش پژوهش تحلیلی، همبستگی و پیمایشی و جمع‌آوری اطلاعات با منابع کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه محقق ساخته) است. افق زمانی، مقطعی (سال ۱۴۰۲) است. حجم نمونه، طبق فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر است. گویه‌ها شامل سه دسته پرسش است: ۸ سؤال (جمعیت‌شناختی: جنسیت، تأهل و سن)، ۱۶ سؤال (انتخاب لباس اجتماع با عوامل پنج‌گانه مدیریت بدن فوکو مطابق جدول ۱) و ۱۴ سؤال (انتخاب لباس اجتماع با عوامل پنج‌گانه مدیریت بدن گیدنز مطابق جدول ۱). شیوه نمره‌گذاری با طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای است. پایایی این پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ (فرمول ۱) با ویرایش ۲۶ نرم‌افزار SPSS محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ عددی بین صفر و یک است. ضریب آلفای کمتر از ۰/۶، پایایی ضعیف، بالای ۰/۷ تا ۰/۸، پایایی نسبتاً خوب و بالاتر از ۰/۸، پایایی بالا دارد. در آلفای کرونباخ بین نمره هر گویه با کل نمره، ابزار یا آزمون همبستگی گرفته می‌شود و انتظار می‌رود افرادی که در یک گویه، نمره معینی می‌گیرند، در گویه‌های دیگر نیز آن گونه عمل کنند.

$$\alpha = \frac{k}{1-k} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

فرمول ۱. آلفای کرونباخ α : ضریب آلفا، k تعداد سؤالات، s_i^2 واریانس مربوط به سؤال i ام، s_x^2 : واریانس کل آزمون

براین اساس پایایی پرسشنامه، محاسبه و ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۹۸ و ۰/۸۱۷ بود که مورد تأیید قرار گرفت. برای انجام آزمون فرضیات از تحلیل ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که یک شاخص متقارن است؛ یعنی متغیر وابسته را می‌توان بر مبنای متغیر مستقل و متغیر مستقل را بر مبنای متغیر وابسته محاسبه کرد که نتایج هر دو یکی است. مقدار همبستگی این شاخص بین ۱+ و ۱- تغییر می‌کند. اگر دقیقاً ۱+ باشد بیانگر همبستگی مثبت کامل و اگر ۱- باشد، نشان‌دهنده همبستگی کامل منفی بین متغیرهاست. میزان کمتر از ۰.۵ در سطح پایین، بین ۰.۵ تا زیر ۰.۷۵ متوسط و بالای ۰.۷۵ قوی ارزیابی می‌شود. ضریب همبستگی جامعه مطابق فرمول ۲ تعریف می‌شود:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

فرمول ۲. محاسبه ضریب همبستگی پیرسون

جدول ۲. گویه‌های مورد پرسش، طبق عوامل پنج‌گانه نظریه مدیریت بدن فوکو و گیدنز

عوامل پنج‌گانه	فوکو	گویه‌های انتخاب لباس اجتماع	گیدنز	گویه‌های انتخاب لباس اجتماع
۱	تأثیرات متقابل بدن و اجتماع = افزایش اعتماد به نفس	۱. طرز لباس پوشیدن من در اعتماد به نفسم، تأثیر زیادی دارد. ۲. وقتی لباس خاصی می‌پوشم، موجب جلب توجه و افزایش قدرت می‌شود. ۳. با لباس‌های با کیفیت و طرح خاص، احساس خوبی دارم. ۴. برای جلب توجه، لباسی را می‌پوشم که اکثر افراد خوششان بیاید.	تأثیرات متقابل بدن و اجتماع = سهولت و بهبود کشش‌های اجتماعی	۱. لباسی می‌پوشم که افراد بیشتری در اطرافم باشند. ۲. کیفیت لباسم موجب تسهیل در ارتباطات من با دیگران می‌شود. ۳. هر وقت لباس خاصی می‌پوشم، احترام بیشتری دارم.
۲	سکسوالیته = کنترل جمعیت	۱. مهم است که چه پوششی از نظر مردان، پسندیده است. ۲. مردان سعی می‌کنند تا بر لباس‌های انتخابی زنان تأثیر بگذارند. ۳. مردان تسلط زیادی بر زنان دارند و اغلب پوشش زنان، مورد پسند آنها است.	کنترل جنسی زنان توسط مردان	۱. وقتی لباس‌های بدن‌نما می‌پوشم، مردان از من تعریف می‌کنند. ۲. وقتی لباس‌هایی می‌پوشم که جذابیت‌های بدنی‌ام را به رخ می‌کشد، بیشتر مورد توجه مردان قرار می‌گیرم. ۳. انتخاب لباس‌هایی طوری است که مورد پسند مردان باشد و بتوانم آنان را تحت تأثیر قرار دهم.

عوامل پنج گانه	فوکو	گویه های انتخاب لباس اجتماع	گیدنز	گویه های انتخاب لباس اجتماع
۳	ایجاد بدن مطیع (رام)	۱. سعی می کنم لباسی را بپوشم که مرا متمایز نشان دهد. ۲. متناسب با شخصیت خودم لباس هایی را انتخاب می کنم. ۳. لباس هایی را می پوشم که مرا آرام و خوش قلب نشان دهد.	تمایزات فردی = هویت بخشی نمایش هویت شخصی	۱. لباس هایم شخصیت متعادلی از من به نمایش می گذارد. ۲. با پوشیدن لباس خاص، خودم را به نمایش می گذارم.
۴	خودآرایی و پوشاک = ابزار قدرت زن	۱. با لباسی که می پوشم، خودم را به رخ دیگران می کشم. ۲. فکر می کنم که لباس، ابزاری برای خودنمایی من است. ۳. با لباس خوب و خاص سبب جلب توجه می شوم.	خودآرایی و پوشاک = پنهان سازی آشکارسازی وجوه بدنی	۱. لباس اجتماع من، طوری است که اندامم را آشکار کند. ۲. لباسی در اجتماع می پوشم که برجستگی های بدنم را آشکار کند. ۳. تمایل دارم لباس هایی بپوشم که زیبایی های اندامم را نشان دهد.
۵	سیاست گذاری = آناتومی مطلوب	۱. لباسم را متناسب با وضعیت بدنی ام انتخاب می کنم. ۲. طوری لباس می پوشم که مرا قدبلند نشان دهد. ۳. طوری لباس می پوشم که مرا لاغر اندام نشان دهد.	سیاست گذاری = تصویر مطلوب بدن لاغر	۱. لباس هایی می پوشم که مرا لاغر نشان دهد. ۲. از رنگ های تیره استفاده می کنم که مرا خوش اندام تر کند. ۳. لباس با طرح های مختلف را متناسب با وضعیت بدنم می پوشم.

۵. یافته های توصیفی

تحلیل توصیفی داده ها نشان داد از ۳۸۴ مشارکت کننده، ۸۷/۹ درصد مجرد و ۲۱/۱ درصد متأهل، ۵۳/۱ درصد ۲۰ تا ۲۵ سال و ۴۶/۹ درصد ۲۶ تا ۳۰ سال هستند. از نظر تحصیلات ۷/۱ درصد کمتر از کارشناسی، ۶۲/۴ درصد کارشناسی، ۳۰/۵ درصد کارشناسی ارشد و بالاترند.

جدول ۳. آماره های توصیفی متغیرهای مورد مطالعه

دیدگاه فوکو					دیدگاه گیدنز					پنج عامل
۱	۲	۳	۴	۵	۱	۲	۳	۴	۵	
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	تعداد
۳/۴۸۰۵	۳/۶۰۹۴	۳/۶۴۱۵	۳/۴۴۴۴	۳/۶۵۴۵	۳/۴۴۱۰	۳/۶۶۴۱	۳/۵۵۳۴	۳/۴۹۴۰	۳/۷۳۰۰	میانگین
۰/۰۳۹۶۵	۹/۰۳۹۰	۷/۰۴۲۲	۶/۰۴۲۵	۸/۰۴۳۶	۸/۰۴۲۵	۹/۰۴۰۰	۲/۰۴۷۹	۱/۰۵۲۳	۶/۰۴۴۹	انحراف استاندارد از میانگین
۰/۷۷۷۰۰	۲/۷۶۶۰	۸/۸۲۸۲	۶/۸۳۳۹	۶/۸۵۵۹	۱/۸۳۴۴	۳/۷۸۵۵	۹/۹۳۹۰	۱/۰۲۵۰۸	۵/۸۸۰۹	انحراف معیار
۱/۷۵	۱/۳۳	۱/۶۷	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۳۳	۱/۵۰	۱/۰۰	۱/۳۳	کمترین آماره
۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	بیشترین آماره

منبع: نگارنده

۶. یافته‌های استنباطی

به منظور تحلیل استنباطی، از ضریب همبستگی استفاده شد. رابطه همبستگی دویه دو میان عوامل مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع از منظر فوکو و گیدنز در زنان تهرانی مطابق جدول ۴ نشان داده شد. با آزمون ضریب همبستگی، مقدار معناداری در همه موارد کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین وجود رابطه همبستگی دویه دو، میان عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع زنان با عوامل پنج‌گانه در آرای فوکو و گیدنز تأیید شد.

جدول ۴. نتایج فرضیات پژوهش از طریق ضریب همبستگی پیرسون

									۱	۱	
								۱	۰/۶۲۲ ^{***۱}	۲	
							۱	۰/۶۲۵ ^{**}	۰/۴۸۳ ^{**}	۳	فوکو
						۱	۰/۵۶۲ ^{**}	۰/۴۲۸ ^{**}	۰/۴۲۳ ^{**}	۴	
					۱	۰/۶۶۸ ^{**}	۰/۴۸۱ ^{**}	۰/۳۲۰ ^{**}	۰/۲۸۱ ^{**}	۵	
			۱	۰/۶۶۶ ^{**}	۰/۹۹۸ ^{**}	۰/۵۵۹ ^{**}	۰/۴۲۶ ^{**}	۰/۴۱۹ ^{**}	۱		
		۱	۰/۶۹۴ ^{**}	۰/۸۷۲ ^{**}	۰/۶۹۴ ^{**}	۰/۵۵۸ ^{**}	۰/۴۹۶ ^{**}	۰/۳۶۷ ^{**}	۲		گیدنز
		1	۰/۲۰۳ ^{**}	۰/۱۹۴ ^{**}	۰/۱۵۹ ^{**}	۰/۱۹۷ ^{**}	۰/۲۴۹ ^{**}	۰/۲۲۹ ^{**}	۰/۱۳۵ ^{**}	۳	
	۱	۰/۱۲۲ ^{**۲}	۰/۲۱۴ ^{**}	۰/۳۷۷ ^{**}	۰/۲۴۹ ^{**}	۰/۳۷۹ ^{**}	۰/۱۵۵ ^{**}	۰/۱۴۱ ^{**}	۰/۱۸۰ ^{**}	۴	
۱	۰/۲۱۲ ^{**}	۰/۰۶۹ ^۳	۰/۴۲۴ ^{**}	۰/۳۹۲ ^{**}	۰/۴۷۰ ^{**}	۰/۳۹۲ ^{**}	۰/۳۴۵ ^{**}	۰/۳۶۷ ^{**}	۰/۳۷۴ ^{**}	۵	

منبع: نگارنده

در عامل اول، مقدار معناداری تأثیرات متقابل بدن و اجتماع از منظر فوکو و گیدنز، کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین از منظر این دو متفکر، رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۱۹ و در سطح معناداری ۹۹ درصد است. پاسخ‌ها در نمونه آماری با احتمال ۹۹ درصد، با آرای فوکو و گیدنز همسو هستند و این نتیجه را می‌توان به جامعه آماری تعمیم داد.

در عامل دوم، مقدار معناداری سکسوالیته و کنترل جمعیت از منظر فوکو با میزان کنترل‌گری جنسی زنان توسط مردان از دیدگاه گیدنز کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین در عامل دوم از منظر این دو متفکر، رابطه معناداری وجود دارد. براین اساس، ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۹۶ و در سطح

۱. *** به معنای معناداری آزمون ضریب همبستگی در سطح معناداری ۹۹ درصد

۲. * به معنای معناداری آزمون ضریب همبستگی در سطح معناداری ۹۵ درصد

۳. بدون ستاره به معنای سطح خطای بیش از ۰/۰۵ که فرضیه‌اش پذیرفته نمی‌شود

معناداری ۹۹ درصد است. پاسخ‌ها در نمونه آماری با احتمال ۹۹ درصد، با آرای فوکو و گیدنز همسو هستند و این نتیجه را می‌توان به جامعه آماری تعمیم داد.

در عامل سوم، مقدار معناداری ایجاد بدن مطیع از منظر فوکو با تمایزات فردی که موجب هویت‌بخشی و ایجاد صفات شخصی می‌شود، از دیدگاه گیدنز کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین در عامل سوم از منظر این دو متفکر، رابطه معناداری وجود دارد. براین اساس، ضریب همبستگی پیرسون ۰/۳۴۹ و در سطح معناداری ۹۹ درصد است. پاسخ‌های حاصله در نمونه آماری با احتمال ۹۹ درصد، با آرای فوکو و گیدنز همسو هستند و این نتیجه را می‌توان به جامعه آماری تعمیم داد.

در عامل چهارم، مقدار معناداری خودآرایی با پوشاک که سبب ابراز قدرت زنانه می‌شود از منظر فوکو با خودآرایی با پوشاک که سبب پنهان یا آشکارسازی وجوه بدنی می‌شود از دیدگاه گیدنز کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین در عامل چهارم از منظر این دو متفکر، رابطه معناداری وجود دارد. براین اساس، ضریب همبستگی پیرسون ۰/۳۷۹ و در سطح معناداری ۹۹ درصد است. پاسخ‌ها در نمونه آماری با احتمال ۹۹ درصد، با آرای هر دو همسو هستند و نتیجه را می‌توان به جامعه تعمیم داد.

در عامل پنجم، مقدار معناداری سلطه سیاست‌گذاری که سبب سلطه آناتومی است از منظر فوکو با سلطه سیاست‌گذاری که موجب ایجاد تصویر مطلوب بدنی می‌شود از دیدگاه گیدنز، کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین در عامل پنجم از منظر این دو متفکر، رابطه معناداری وجود دارد. براین اساس، ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۷۰ و در سطح معناداری ۹۹ درصد است. پاسخ‌ها در نمونه آماری با احتمال ۹۹ درصد، با آرای فوکو و گیدنز همسو هستند و نتیجه را می‌توان به جامعه آماری تعمیم داد. در ادامه مدیریت بدن و انتخاب لباس اجتماع از دیدگاه فوکو و گیدنز تحلیل می‌شود.

۶-۱. انتخاب لباس اجتماع زنان طبق نظر مدیریت بدن فوکو

مقوله بدن به مثابه نوعی زبان سیاسی مورد توجه نظریه‌پردازان اجتماعی و فرهنگی واقع شده است (Foucault, 2004: 41). انسان امروزی تلاش می‌کند تا دیده و پسندیده شود و اندکی از مرارت‌های تنهایی و غریبی جهان بکاهد. ضرورت شناخت بدن و ترویج آن در متون جامعه‌شناسی، مبانی وسیعی را گرد موضوعاتی مانند هویت، مصرف، سبک زندگی و زیبایی در نظریه‌پردازهای اجتماعی برانگیخته و الگوهای مداخله‌گر در مدیریت بدن را تحت سلطه قرار داده است. بدن، میدانی برای بازآفرینی فرهنگی و اجتماعی و روایتگر روابط قدرت و نوع تأثیرگذاری آن بر تفاوت‌ها و نابرابری‌های اجتماعی است (Foucault, 1995: 101). در حوزه انتخاب لباس، گاه توجه به ارائه اقدام‌هایی مطابق با استانداردهای جهانی است و گاه غیرمتناسب. انتخاب لباس همیشه در جهت

نمایش تمام و کمال لباس نیست، بلکه برای ایدئال‌نمایی اندام یا تبلیغات و بازی رنگ و فرم است. اغلب با درهم‌شکستن تناسبات و اغراق بدن توسط لباس، فرد در پی بازنمایی ذهنیات خود است. فوکو بدن را ابزار قدرت می‌داند و به‌جای اینکه مثل دوران قبل تجلی برونی پیدا کند تحت کنترل ارادی حرکات بدن قرار می‌گیرد. به عقیده او سرمایه‌داری با بدن‌های تحت کنترل، به‌تدریج توجه به بدن‌ها و جمعیت‌ها را افزایش داد. از دیدگاه او کارکرد پوشاک در زیباکردن ظاهر بدن و جلب توجه به‌ویژه برای جنس مخالف است (Foucault, 2004: 88)؛ بنابراین انتخاب لباس اجتماع دختران مبتنی بر عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و مذهبی جامعه است. براساس پاسخ‌های دریافت‌شده، چهار نوع پوشش برای زنان ایرانی متصور است: ۱. سنتی (چادر، روسری/ شال و مانتو و شلوار گشاد)، ۲. شبه سنتی (چادر مدل دار و کاربرد رنگ‌های خاص و مانتو و شلوار تنگ)، ۳. مدرن (مانتو و شلوار با رنگ و فرم‌های متنوع) و ۴. مدگرا (مانتوهای تنگ و کوتاه، گاه گشاد و بلند اما مغایر با عرف). مبتنی بر این موارد تأثیرات متقابل بدن و اجتماع با توجه به پوشش دختران ۲۰ تا ۳۰ سال سبب اعتمادبه‌نفس زیادی در آن‌ها می‌شود و به آن‌ها قدرت درونی بیشتری می‌دهد؛ چرا که موجب جلب توجه بیشتری می‌شود. این امر در دخترانی با پوشش مدرن و مدگرا بیشتر نمود پیدا کرده است. این در حالی است که به لحاظ گویه سکسوالیته (کنترل جمعیت)، برای دختران اهمیت دارد که نوع لباسشان از طرف مردها پسندیده باشد یا از نظر آن‌ها بهره گیرند. در رابطه با گویه تمایزات فردی (ایجاد بدن مطیع و رام)، از دیدگاه فوکو، دختران تمایل دارند تا با نوع پوشش و مدیریت بدنشان در اجتماع، پوششی را برگزینند که آن‌ها را متمایز سازد و متناسب با شخصیت و روحیات فکری و عقایدشان به انتخاب لباس می‌پردازند. از این رو پوششی را که در جهت مدیریت بدن خود برمی‌گزینند، به‌گونه‌ای است که آن‌ها را شخصی مهربان، خوش‌قلب و آرام جلوه دهد تا بتوانند بدن مطیع ایجاد کنند. در رابطه با گویه خودآرایی با پوشاک (ابزار قدرت زن)، نوع انتخاب شکل لباس دختران به‌گونه‌ای است که آن‌ها تمایل دارند مبتنی بر پوشششان، خودنمایی کنند و بر این باورند که نوع لباس به آن‌ها این قدرت را می‌دهد که جلب توجه کنند. در رابطه با گویه سلطه سیاست‌گذاری (آناتومی مطلوب) نیز بر آن‌هاست که هنگام انتخاب شکل لباس، لباسی را برگزینند که متناسب با فرم بدنشان باشد و با پذیرش جامعه، تمایل دارند شکلی از لباس را انتخاب کنند که آن‌ها را قوی‌تر و لاغرتر نشان دهد.

۱. بیان چهار سبک پوششی بر مبنای دیدگاه‌های مطروحه در جامعه ایرانی و به عقیده نگارنده ارائه شده است.

هرچه اجتماع به سمت مدرن شدن می‌رود، تمایل به راحتی و کاربرد کمتر قوانین در پوشش را می‌طلبد. افراد تمایل به پوشیدن لباسی در اجتماع را دارند که موجب تسهیل ارتباطات شود. گاه پسندیده‌بودن از دیدگاه مردان، ارزش‌گذاری بیشتر می‌یابد و گاه با نوع خاصی از لباس اجتماع، بدن را به گونه‌ای می‌آریند که احساس امنیت و آرامش را دارد و هویت شخصی را به نمایش می‌گذارد. برخی زنان باور دارند که با لباس اجتماعی وارد نظامی از قدرت می‌شوند که آن‌ها را از هم مجزا می‌کند و صورت نوینی از آن‌ها را ارائه می‌دهد. به این ترتیب با انتخاب نوع پوشش، بدن خود را تحت کنترل درمی‌آورند و در این صورت حیطه رفتاری خود با دیگران را مرزبندی می‌کنند. دیدگاه فوکو مبنی بر اینکه کارکرد «پوشاک، زیباکردن ظاهر بدن و جلب توجه به‌ویژه برای جنس مخالف است» با سبک پوششی برخی افراد تناقض دارد؛ چرا که پوشش را نمایش ابزاری برای بیان شخصیت خود نمی‌دانند. اما با انتخاب صحیح پوشش، قدرت می‌گیرند. این قدرت‌پردازی در زنان با پوشش‌های مختلف به استثنای پوشش مدگرا هویدا است که بستگی به روحیات، افکار و عقاید فرد دارد.

۶-۲. انتخاب لباس اجتماع زنان طبق نظر مدیریت بدن‌گیدنز

از نگاه گیدنز، افراد بیش از پیش مسئول طراحی بدن خویش‌اند و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی از جامعه سنتی فاصله گیرد، فشار این مسئولیت بیشتر احساس می‌شود. در تمامی فرهنگ‌ها پوشاک وسیله‌ای برای نمایش نمادین بدن و نوعی شکل‌دادن به قالب خارجی است. روایتی که فرد برای هویت فردی انتخاب کرده و رژیم‌های خودآرایی و تزئین بدن نیز در ارتباط با هویت فردی است (Ahmadnia, 2006: 135). پوشاک علاوه بر آنکه نوعی خودنمایی است، وسیله مهمی برای پنهان کردن وجوه زندگی است. از دیدگاه او لباس و هویت اجتماعی با هم بی‌ارتباط نیستند. لباس یک تمهید دلالت‌گرایانه است که جنسیت، موقعیت طبقاتی و منزلت حرفه‌ای را نشان می‌دهد. ارتباط بدن و لباس با توجه به فشار اجتماعی شکل می‌گیرد. گیدنز بدن را وسیله‌ای برای کنارآمدن با رویدادهای برون‌ی قرار می‌دهد. او معتقد است بدن سبب سهولت کنش‌های متقابل و فعالیت‌های روزانه می‌شود، نه مانع آن. در نمونه آماری مورد بحث، ملاحظه شد که خودنمایی با پوشاک در جهت پنهان‌سازی عیوب اندامی و نیز آشکارسازی زیبایی‌ها در پوشش مدگرا غالب و در سایر پوشش‌ها کمتر است (Giddens, 2006: 108). از دیگر مباحث، ایجاد تمایزات فردی با انتخاب نوع لباس است که به زنان هویت می‌دهد و سبب تمایزات اجتماعی می‌شود. این مورد در سبک مدگرا غالب است؛ چرا که با سست‌شدن باورهای دینی، لباس می‌تواند وسیله مهمی جهت ابراز تمایلات

درونی باشد؛ لباس منحصر به فردی که حتی اگر مورد پسند افراد جامعه نیست، موجب جلب توجه شود؛ بنابراین کاربرد رنگ‌های شاد و فرم‌های نامتعارف، به تحقق این امر کمک می‌رساند. همچنین کاربرد البسه‌ای که با سیاست‌گذاری‌های اجتماعی همسو باشد، مطرح است؛ برای مثال، اگر اجتماع، لاغراندازی را پذیرا است، لباس را در جهتی هدایت می‌کند که آن هدف را پوشش دهد.

همسو با گویه‌های مطرح شده در رابطه با مدیریت بدن گیدنز می‌توان گفت مطابق با گویه تأثیرات متقابل بدن و اجتماع (سهولت و بهبود کنش‌های اجتماعی)، دختران تمایل دارند لباسی را بر تن کنند که افراد بیشتری به آن‌ها توجه کنند. ضمن آنکه نوع و کیفیت لباس سبب می‌شود تا تعاملات با دیگران آسان شود و احترام بیشتری از سوی جامعه، برای آن‌ها قائل شوند. در گویه سکسوالیته (کنترل جنسی زنان توسط مردان)، برخی از دختران با انتخاب سبک مدگرایانه در پوشش با پوشیدن لباس‌های بدن نما مورد تمجید مردان‌اند و بیشتر جذابیت بدنشان را به رخ می‌کشند و آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در گویه تمایزات فردی، دختران با انتخاب لباس سعی دارند شخصیت متعادل‌تری را نشان دهند و علاوه بر جلب توجه، خودشان را به نمایش بگذارند. این گویه نیز با پوشش مدرن و مدگرایانه هویدا شد. در گویه خودآرایی با پوشاک، دختران با پوشش مدگرایانه اندامشان را به نمایش بگذارند و توجه دیگران را به خود جلب کنند. در گویه سلطه سیاست‌گذاری نیز با توجه به مقبولیت دختران توسط جامعه تمایل دارند لباسی متناسب با وضعیت بدنی خود بپوشند که اندام را لاغرتر نشان دهد. پس اغلب از رنگ تیره استفاده می‌کنند. به طور کلی افراد مختلف، ممکن است لباسی برگزینند که متناسب با فرهنگ و جامعه باشد و آن‌ها را از آسیب‌های بیرونی حفظ کند یا مغایرت‌هایی با ساختار اجتماعی (از منظر عرف) داشته باشد.

۷. نتیجه‌گیری

براساس نتایج ضرایب همبستگی دوجه دو میان ابعاد عوامل مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع از منظر فوکو و گیدنز میان زنان شهر تهران، مقدار معناداری در همه موارد کمتر از ۰/۰۵ به دست آمد؛ به این ترتیب وجود رابطه همبستگی دوجه دو، میان عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب لباس اجتماع زنان با عوامل پنج‌گانه در آرای فوکو و گیدنز تأیید شد. به عبارت دیگر، در عامل اول بین تأثیرات متقابل بدن و اجتماع از منظر فوکو و گیدنز رابطه معنادار وجود دارد و ضریب همبستگی ۰/۴۱۹ است. در عامل دوم بین سکسوالیته و کنترل جمعیت از منظر فوکو با میزان کنترل گری جنسی زنان توسط مردان از دیدگاه گیدنز رابطه معنادار وجود دارد و ضریب همبستگی ۰/۴۹۶ است. در عامل سوم بین بدن مطیع از منظر فوکو با تمایزات فردی که موجب هویت‌بخشی و ایجاد صفات شخصی می‌شود، از

دیدگاه گیدنز رابطه معنادار وجود دارد و ضریب همبستگی ۰/۲۴۹ است. در عامل چهارم بین خودآرایی با پوشاک که سبب ابراز قدرت زنانه می شود از منظر فوکو با خودآرایی با پوشاک که سبب پنهان یا آشکارسازی وجوه بدنی می شود، از دیدگاه گیدنز رابطه معنادار وجود دارد و ضریب همبستگی ۰/۳۷۹ است. در عامل پنجم بین سلطه سیاست گذاری که سبب سلطه آناتومی است از منظر فوکو با سلطه سیاست گذاری که موجب ایجاد تصویر مطلوب بدنی می شود از دیدگاه گیدنز رابطه معنادار وجود دارد و ضریب همبستگی ۰/۴۷۰ است.

با توجه به پیمایش انجام شده و مطابق با عوامل پنج گانه نظریه مدیریت بدن فوکو و گیدنز، مشخص شد: ۱. از دیدگاه فوکو تأثیرات متقابل بدن و اجتماع، موجب اعتمادبه نفس بیشتر افراد می شود. با توجه به نوع لباس، توجه سایر افراد به زنان جلب می شود و احساس قدرت درونی آنان را افزایش می دهد. درحالی که از دیدگاه گیدنز، تأثیرات متقابل بدن و اجتماع موجب سهولت و بهبود کنش های اجتماعی می شود؛ چرا که در این دیدگاه زنان اعتقاد دارند که نوع لباسشان سبب می شود تا اجتماع احترام بیشتری به آن ها بگذارد. همچنین نوع لباس موجب راحتی تعاملات آن ها با دیگران می شود که البته با توجه به چهار دسته پوشش اعلامی، میزان درصداگذاری ها در پذیرش این امر متفاوت است. ۲. مبتنی بر گویه سکسوالیته و کنترل جمعیت فوکو برای زنان، بازتاب تفکر مردان در انتخاب نوع لباس اجتماع اهمیت دارد؛ تا جایی که تا حدی مردان می توانند بر انتخاب لباس زنان تأثیرگذار باشند. این گویه از دیدگاه گیدنز به واسطه پوشیدن لباس های بدن نما و تعریف آن ها از لباس یک زن است. ۳. درباره گویه تمایزات فردی و ایجاد بدن مطیع از دیدگاه فوکو، زنان به دنبال لباسی هستند که آن ها را از دیگران متمایز کند و متناسب با شخصیتشان باشد. درحالی که این گویه از دیدگاه گیدنز بیان می دارد که زنان لباس هایی را انتخاب می کنند که به آن ها شخصیت متعادل دهد تا خود را به نمایش بگذارند. ۴. درباره گویه خودآرایی با پوشاک و ابراز قدرت زن، از دیدگاه فوکو مبتنی بر بهرکشیدن بدن زنان در جامعه و استفاده از لباس به عنوان ابزار خودنمایی است. اما از دیدگاه گیدنز، این عامل برابر با پنهان سازی یا آشکارسازی وجوه بدنی به دنبال این است که لباس اجتماع به گونه ای تعریف شود که بر مبنای پوشاندگی معایب اندامی و نمایش زیبایی ها باشد. ۵. از دیدگاه فوکو و گیدنز، گویه سلطه سیاست گذاری و آناتومی مطلوب بیان می دارد که لباس زنان مبتنی بر اندام انتخاب شود تا آن ها را بلندتر و لاغرتر نشان دهد. پس اغلب از رنگ های تیره استفاده می کنند.

۸. تعارض منافع

این مقاله فاقد هرگونه تعارض منافع است.

References

- Abazari, Y., & Hamidi, N. (2008). Sociology of Body and Theoretical Arguments. *Woman in Development & Politics*, 6(4), 127-160. (In Persian)
- Amiri, S. (2013). *Body politics from theory to practice*. Analytical database of family and women news, code 7092. (In Persian)
- Arwaneh, P., & Khodayi-Bairami, R. (2023). Study of factors affecting body management in Iran; A meta-analysis of existing research. *International Conference of Psychology, Educational Sciences and Lifestyle*, 12, 1-13. (In Persian)
- Azadarmaki, T., & Chavoshian, H. (2002). The body as a medium of identity. *Iranian Journal of Sociology*, 4(4), 75-57. (In Persian)
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. J.G. Richardson's handbook for *theory and research for sociology of education*.
- Descartes, R. (2000). *Philosophical essays and correspondence*. R. Ariew. Ed., Cambridge. England: Hackett.
- Featherston, M. (2001). *The Body: social process and cultural theory*. London: Sage.
- Fillmer, C. (2010). The Shaping of Womens bodies: in pursuit of the fashion silhouette. *PhD Thesis*. James Cook. 223 pages.
- Fokuhi, N., & Haqgoi Peshke, A. (2007). Anthropological investigation of motivations and reasons for body management: an urban sub-culture in Tehran. *Iranian Journal of Anthropological Research*, 1(2), 57-83. (In Persian)
- Foucault, M. (1980). *The eye of power*. In C. Gordon (Ed) Power and knowledge: Michael Power and knowledge: Michael Power and knowledge Foucault's selected interviews and other writings. New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1995). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). New York: Vintage Books.

- Foucault, M. (2004). *Will to know*. Translated by: N. Sarkhosh & A. Jahandideh. Tehran: Ney. (In Persian)
- Fox, N. J. (2012). *The body: key themes in health and social care*. Cambridge, England: Polity Press.
- Freud, S. (2010). *Freud: Complete works*. Ivan Smith, Ed., Retrieved from https://www.valas.fr/IMG/pdf/Freud_complete_works.pdf
- Gazi, B., Qolizadeh, A., Rashidpour, A., & Kavousi, E. (2021). Providing a model for body management with women's appearance approach. *Iran's Social Development Studies*, 13(4), 325-344. (In Persian)
- Giddens, A. (2006). *Modernity and identity: society and personal identity in the new era*. Translated by: N. Moaffaqian. Tehran: Ney. (In Persian)
- Ilvari, M., & Edrisi, A. (2019). Social acceptance of the direction of body management in order to achieve life satisfaction with the approach GT (Case study; Gorgan women). *Quarterly Journal of Woman and Society*, 10(40), 59-88. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1398.10.40.3.8> (In Persian)
- Jafari, M., Roshanayi, A., Asadi Davoodabadi, M. H., & Aliahmadi, O. (2021). The role of public health in the management of the body of male athletes. *Medical Journal of Mashhad University of Medical Sciences*, 64(5), 4030-4038. <https://doi.org/10.22038/mjms.2021.20263>. (In Persian)
- Khaghani Fard, M., Roshanai, A., Jamali, H., & Ahmadi, O. A. (2021). Explaining the sociology of improving body management and its relationship with lifestyle in body consumption. *Journal of the Faculty of Medicine, Mashhad University of Medical Sciences*, 64(5), 3421-3431. <https://doi.org/10.22038/mjms.2022.20258> (In Persian)
- Lock, J. (1823). *The works of John Lock*. 12th ed. (Vol. 4.) London, England: Ricington.
- Mahdavi, M. S., & Asanjir, A. A. (2010). Investigating the degree of tendency to body management and body control and factors affecting it. *Journal of Sociological Studies of Youth*, 1(1), 131-144. (In Persian)
- Nietzsche, F. (2002). *Friedrich Nietzsche- beyond good and evil: Prelude to a philosophy of the future*. R. P. Horstmann & J. Norman, Eds., J. Norman, Trans., New York: Cambridge University Press.
- Parker, J. (2008). *Structuring*. Translated by: A. A. Saeedipour. Tehran: Ashtian. (In Persian)

- Raghibi, M., & Minakhany, G. (2011). Body management and its relation with body image and self concept. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 12(46), 72-81. (In Persian)
- Rezaei, A., Inanlou, M., & Fekri, M. (2010). Body Management and Beautifulness in Girl students of Mazandaran University. *Women's Strategic Studies*, 12(47), 141-170.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20082827.1389.12.0.16.6> (In Persian)
- Rostami, N., & Rad, F. (2019). Sociological explanation of body management among female athletes. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 17(1), 63-94. <https://doi.org/10.22051/jwsps.2019.18761.1640>
- Synnott, A. (1990). Truth and goodness, mirrors and masks Part II: A sociology of beauty and the face. *British Journal of Sociology*, 41(1), 55-76.
<https://doi.org/10.2307/591018>
- Tuner, B. (1996). *The body and society*. London: Sage.
- Turner, B. (2008). *The body and society: explorations in social theory*. M. Featherstone, Ed., Los Angeles: Sage.
- Weide Mann, J. (2014). *Illustration now fashion*. England: Taschen pub.
- Zokai, M. S. (2008). *Sociology of Iranian youth*. Tehran: Agah. (In Persian)