

زنان و پروژه زیبایی (مطالعه معانی ذهنی عمل جراحی زیبایی)

امیر رستگار خالد^{۱*}، مهدی کاوه^۲

چکیده

جذابیت جسمانی از جمله موضوعاتی است که در دوران جدید استانداردهای جدیدی پیدا کرده، به طوری که مدیریت بدن، به طور عام، و جراحی زیبایی، به طور خاص، اهمیت روزافزونی یافته و طیف وسیعی از رفتارهای گوناگون از بهداشت، بدن سازی، رژیم غذایی، و... تا انواع گوناگون جراحی را شامل می شود. این پژوهش با هدف بررسی معانی ذهنی مراجعه کنندگان برای عمل جراحی زیبایی در میان شهروندان تهرانی صورت گرفته است. مشارکت کنندگان این پژوهش را ۲۶ نفر از دختران مراجعه کننده تشکیل می دهند. محققان از رویکرد کیفی نظریه زمینه ای^۳ و تکنیک جمع آوری اطلاعات مصاحبه عمیق بهره جسته اند. تحلیل داده ها و مدل پارادایمی ساخته شده حاکی است گسترش فرهنگ ظاهرگرایی به منزله شرایط علی، فرایند جامعه پذیری به منزله بستر و زمینه و افزایش درگیری فضای ذهنی به منزله شرایط مداخله گر تأثیرگذارند. مشارکت کنندگان با قرار گرفتن در شرایط یاد شده، راهبرد بازاندیشی را اتخاذ می کنند، که در نتیجه آن پذیرش اجتماعی به منزله پیامد مطرح می شود.

کلیدواژگان

بدن، پروژه زیبایی، جراحی زیبایی، زنان، مدل پارادایمی.

۱. استادیار جامعه شناسی دانشگاه شاهد تهران

amir_rastegarkhaled@yahoo.com

kaveh90@gmail.com

۲. کارشناس ارشد جامعه شناسی، دانشگاه شیراز

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۱/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۲/۸

3. Grounded Theory

مقدمه و بیان مسئله

انسان‌ها خود را به‌منزله موجوداتی دارای جسم، عاطفه، و ذهن ادراک می‌کنند. در نگاه اول، پیش از آنکه دریابند در عواطف، احساسات، یا هوش و توانایی تحلیل مسائل باهم متفاوت‌اند، تنوع و گوناگونی بدن‌ها به چشم می‌آید. در پی این تنوع و گوناگونی‌ها، انسان مدرن درباره رابطه اجتماعی‌اش با دیگران و قضاوت آن‌ها درباره خودش دچار دلهره و اضطراب شدیدی می‌شود و در پی این تحولات خود را به‌مثابه پروژه‌ای می‌بیند که باید دائم در باب خودش به بازاندیشی بپردازد.

حال، این انسان در بستر مدرنیته تشدیدشده قرار دارد؛ بستری که فرهنگ آن، فرهنگی بصری و نمایشی است. بصری‌شدن، منبع اصلی برقراری ارتباط و به کار بستن معناها شده است [۱]. شیوه جدید کنترل در جامعه مصرفی معاصر به گونه‌ای است که کنترل بر بدن از طریق سرکوب اعمال نمی‌شود، بلکه کنترل از طریق تحریک صورت می‌گیرد: لاغر باش، خوش‌ظاهر باش، برنزه باش [۳۰]. از منظر جامعه‌شناسی بدن، جراحی زیبایی^۱ شامل بازسازی واقعی بدن به منظور تولید تأثیرات اجتماعی و زیبایی‌شناختی مطلوب است. اما درحالی‌که جراحی زیبایی امروزه امری عادی است، تأثیرات منفی چنین جراحی توجه عمومی را خواستار است [۵۱]. این توجه و حساسیت در جامعه ایران ضرورت بیشتری دارد، زیرا جراحی زیبایی پدیده‌ای آشنا در ایران است که طی زمان به وقوع پیوسته است، ولی نکته حائز اهمیت این است که این پدیده به همه اقشار جامعه سرایت کرده و همه‌گیر و به یک عرف بدل شده است. افزایش شمار افرادی که با بینی‌های چسب‌خورده دیده می‌شوند نشان می‌دهد که این روند شتاب چشمگیری یافته است. ایران از نظر تعداد جراحی‌های زیبایی بینی در دنیا مقام اول دارد و پایتخت جراحی بینی جهان نامیده شده است. طی دو دهه، پس از ورود جراحی پلاستیک به ایران، متقاضیان جراحی زیبایی محدود به زنان و دختران طبقه متوسط به بالای جامعه می‌شد [۶]. در حال حاضر، افزایش تعداد متقاضیان جراحی زیبایی پرسش‌های زیادی در ذهن ایجاد کرده است. پرسش اساسی این است که مراجعه‌کنندگان برای جراحی چه تلقی و انگیزه‌ای از این عمل و پیامدهای آن دارند.

پژوهش حاضر درصدد بررسی تجارب و ذهنیت مراجعه‌کنندگان برای عمل زیبایی در بین زنان تهرانی است. از این رهگذر تلاش می‌شود به تصویر ذهنی ساخته‌شده از زیبایی دست یابیم تا به وسیله واکاوی این تجارب و در نظر گرفتن بافت جمعی محیط، بتوانیم به راهبردهای اتخاذشده از سوی مراجعه‌کنندگان و درنهایت پیامدهای حاصله رهنمون شویم. این مورد از طریق تلاش برای پاسخگویی به پرسش‌های ذیل ممکن است:

- معانی ذهنی افراد مطالعه شده از عمل جراحی زیبایی^۱ چیست؟
- چه شرایطی سبب شکل گیری معانی ذهنی درباره جراحی زیبایی در ذهن افراد می شود؟
- افراد مطالعه شده چه راهبردهای کنشی را بر مبنای معانی ذهنی شکل گرفته اتخاذ می کنند؟
- اقدام به عمل جراحی زیبایی چه پیامدی برای افراد مطالعه شده دارد؟

ادبیات پژوهش

تحلیل جامعه‌شناختی واقعیت‌های اجتماعی، بدون بررسی ریشه‌های آن، همیشه مطالعه‌ای ضعیف و بی‌مایه بوده است. مطالعه بستر هر پدیده اجتماعی پنجره‌های پنهان واقعیت را به روی پژوهشگر می‌گشاید و به او اجازه می‌دهد عواملی را که در گذشته حادث شده‌اند و امروز به حیات خود ادامه می‌دهند با فهم عمیق‌تری دریابد. بر همین اساس، همیشه از وظایف مهم جامعه‌شناسی، شناخت خواستگاه واقعیت‌های اجتماعی و تحلیل وضعیت آن‌ها از گذشته تا امروز بوده است و این مهم از راه‌های دقیق در فهم تغییرات اجتماعی جهان معاصر محسوب می‌شود. در وهله اول، آنچه مشهود است اینکه بدن و جامعه و معنایی که می‌تواند داشته باشد، موضوع پژوهش‌هایی با رویکردهای مختلف بوده است. جامعه‌شناسان از تعبیر متفاوتی برای تبیین بدن و جامعه استفاده کرده‌اند: تصور بدن^۲ [۴۴]، بدن زیسته^۳ [۴۵]، بدن لکه‌دار^۴ [۳۳]، سرمایه بدنی^۵ [۲۳]، بدن‌های تنظیم شده^۶ [۴۹]، سیاسی کردن بدن [۴۹]، جامعه بدنی^۷ [۵۰]، عصر بدن^۸ [۳۶]، بدن جهانی^۹ [۳۷]، بدن به‌مثابه رسانه هویت [۱] بدنی شدن فرهنگ^{۱۰}، خودگرستگی^{۱۱}، تکنولوژی سیاسی بدن، بدنی شدن، فرهنگ جیم^{۱۲}.

هم‌زمان با توجه به بدن در جامعه‌شناسی و بعد از اوج‌گیری جراحی‌های زیبایی، آن نیز در مرکز توجه قرار گرفت. سونگ تاریخچه جراحی زیبایی را تحت دو مرحله قدیمی و جدید یا مدرن شناسایی کرد. شواهدی تاریخی برای جراحی زیبایی در دوره‌های کهن وجود دارد. به همین دلیل، برخی معتقدند جراحی زیبایی، برخلاف تصور عام، پدیده‌ای جدید نیست، بلکه

۱. شامل لیپوساکشن، رینوپلاستی، بوتاکس، ماموپلاستی، تزریق ژل، و پروتز لب.

2. body image
3. lived body
4. stigmatized body
5. physical capital
6. regulated body
7. somatic society
8. somatic turn
9. global body
10. cultural embodiment
11. self stravation
12. Gym Culture

عملی است تاریخی به گونه‌ای که در مصر باستان به صورتی گسترده استفاده می‌شده است [۴۶]. زمانی اقدام‌کنندگان به جراحی زیبایی بیمار بودند نه مصرف‌کننده. تمایل به جراحی بی‌دلیل آسیب بود و افرادی که در پی جراحی بودند به صورت پنهانی و با شرم این کار را انجام می‌دادند [۳۸]. از نظر دیویس [۲۷] جراحی زیبایی در شکل مدرن و نه قدیمی آن مسئله‌ای عمدتاً زنانه بوده است. از زمان ظهور زیبایی، به شکل مدرن آن، افراد به جراحی زیبایی نه تنها به منزله شیوه‌ای برای ارتقای ظاهرشان، بلکه به منزله ابزاری برای توانمندسازی آنان برای کاهش یا حذف عاملی که به اعتقاد آن‌ها، آنان را دیگری قرار می‌دهد در نظر گرفته می‌شود؛ دیگری‌ای که از گروه قومی یا نژادی [یا جنسی] مسلط و مطلوب‌تر جامعه متمایز است. برخی از نظریه‌پردازان بر این باورند به لحاظ تاریخی، زنانه‌شدن جراحی زیبایی احتمالاً کوتاه‌مدت خواهد بود. آمارها و روندها نیز مؤید این مطلب است. به گونه‌ای که نشان‌دهنده افزایش تدریجی در جراحی زیبایی از سوی مردان و غیرسفیدپوستان اند [۳۸، ص ۳].

گیمیلین [۳۲] در پژوهشی درباره انگیزه‌های دختران جوان از جراحی زیبایی مسئله جراحی زیبایی را از منظر و تجربه خود زنان نگریست. یافته‌ها حاکی از آن است که زنانی که جراحی زیبایی انجام می‌دهند این امکان را می‌یابند تا بدن‌های خود را به صورت موفقیت‌آمیزی به مثابه بدن‌های بهنجار تصویر و نمایان کنند. لو [۴۱] در پایان‌نامه خود با عنوان «تلاش برای بدن مدرن: مصرف مواد آرایشی زنان چینی» به دنبال کشف معانی بود که به وسیله آن زنان چینی تصمیم به عمل جراحی زیبایی می‌گرفتند. یافته‌های این پژوهش بر اهمیت ارتباط بین مصرف، اشکال هویت، و جهانی‌شدن تأکید دارد. اما در باب ورود فرهنگ زیبایی به ایران، کامرون [۲۵] بر این باور است که مطبوعات، تجار، دولت، و خود زنان نقش ایفا کرده‌اند. با ورود جراحی زیبایی و گسترش فرهنگ آن در ایران، موضوع بدن، زیبایی، و جراحی زیبایی نظر پژوهشگران بسیاری را به خود جلب کرد.

موحد و همکارانش [۲۰] در پژوهشی با عنوان «آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان» به این نتیجه رسیدند که آرایش با برنامه زندگی افراد در هم تنیده است و به وسیله آن تنظیم و هماهنگ می‌شود. نتایج بیانگر آن است که با وجود فشارهای ساختاری، دختران در استفاده از آرایش تا حدودی عاملیت خود را حفظ کرده‌اند. مختاری و عنایت [۱۸] نقش نگرش‌های جنسیتی در تصور بدنی را بررسی کرده‌اند.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد تصور بدنی زنان از طریق نگرش جنسیتی که آن‌ها به خود، مردان به زنان، و زنان به زنان دارند شکل می‌گیرد. اما نگرش زنان به خود تحت‌تأثیر نگرش ظاهرگرایانه مردان به زنان است. درنهایت اینکه، نتایج کاوش در باب ادبیات زیبایی حاکی از آن است که ارزیابی جوانان از تناسب جسمانی خود بیش از آنکه ناظر به وضعیت عینی جسمانی آن‌ها باشد، امری ذهنی می‌نماید. بدین ترتیب، میل به تناسب، بدن بهنجار، عاملیت و ارائه

تصویر مطلوب، کنترل و انضباط بر بدن، و لذت بردن از مصرف و نمایش آن را به وضوح می‌توان میدان جدیدی دانست که جوانان در جامعه معاصر ایران خود را در آن می‌یابند.

چارچوب مفهومی

با توجه به تفاوت‌های پارادایمی دو روش کمی و کیفی، در بررسی‌های کیفی به جای استفاده از چارچوب نظری برای آزمون فرضیات، از چارچوب مفهومی برای استخراج سؤال استفاده می‌شود.

به باور الیاس، «با گذشت زمان، ابعاد بیشتری از رفتار انسانی، به عنوان رفتارهای ناشایست تلقی و به پشت‌صحنه زندگی اجتماعی برده شده و در پی آن، آستانه شرمساری نسبت به فعالیت‌های بدن در افراد بالا رفته است» [۲]. بدین ترتیب، الیاس رویکرد توسعه‌ای را درباره بدن می‌پذیرد و تغییرات به وجود آمده در نمای فیزیکی و احساسی بدن را نتیجه فرایندهای تمدن‌سازی در افراد و جامعه می‌داند [۲، ص ۲۱۸].

ناتمامی بدن^۱ و پروژه بودن آن برای افراد مدرن از نکات مورد اشاره بورديو در تحلیل بدن است. بدن در ماهیت ناتمامی است که از یکسو، حامل ارزش‌های نمادین بوده و از سوی دیگر، توسعه و گسترش آن در ارتباط با نیروهای گوناگون اجتماعی صورت می‌پذیرد که این خود نیز برای نگهداشت نابرابری‌های اجتماعی امری ضروری و حیاتی می‌باشد [۴۵].

گیدنز، بر این باور است که بدن—همانند شخصیت—مکانی برای تعامل، تخصیص، و تخصیص مجدد است. توجه به بدن جست‌وجویی برای هویت است. می‌توان با رجوع به آن تعریف مشخصی را، که مقید به قواعد و انتظارات اجتماعی نیست، جست‌وجو کرد [۱۷]. گیدنز بر این باور است که در جوامع معاصر تکثرگرا، متنوع، و در حال تغییر، جایی که همه چیز مورد مذاقه قرار می‌گیرد، «خود» به پروژه‌ای بازاندیشانه تبدیل می‌شود. فرد به کمک تکنیک‌های گوناگون فرصت‌های متنوعی برای توسعه شخصیت خود فراهم می‌کند. تجربه‌های تازه و متنوع زمینه را برای تنوع روش‌های عمل مهیا می‌کند. چنین شرایطی زمینه را برای بریدن از الگوهای رفتاری جاافتاده آماده می‌کند. از دیدگاه گیدنز، بازاندیشی «خود» وارد محدوده بدن نیز می‌شود و با این رویکرد، بدن دیگر شیء منفعلی تلقی نمی‌شود، بلکه بخشی از یک نظام کنشی است. فاعل و سوژه، به طور مرتب، بر فرایندهای جسمی خود نظارت دارد و آگاهی از چگونگی بدن برای «دریافتن تمام‌عیار هر لحظه از زندگی» از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود [۱۴، ص ۱۱۴].

1. unfinishedness of body

همان طور که گیدنز اشاره می‌کند، در عصر جدید مدیریت بدن به امری فراگیر تبدیل شده است که خود را در حصار زمان و مکان قرار نمی‌دهد. جامعه سرمایه‌داری به منظور ساختمان‌کردن این پدیده، الزامات آن را گسترش می‌دهد؛ مثلاً ساخت اتومبیل‌ها و به کار گذاشتن آینه‌ها روی آفتابگیر ماشین خود نشانه‌ای از این مسئله است که دائماً افراد به سوی خودآرایی فراخوانده می‌شوند.

در رویکرد تفسیرگرایی، موجودات انسانی، موجوداتی کنشگر و واکنشگرند. این کنش‌ها به وسیله تعاریف و تفسیرهای انسان‌ها شکل می‌گیرد. در واقع، معانی‌ای که افراد به خودشان می‌دهند، در محور و مرکز فرایند خلق کنش و کنش متقابل آن‌ها قرار دارد [۴۸].

در این چارچوب، گافمن با ارائه نظریه نمایشی، از استعاره‌های تئاتری برای توصیف نمایش افراد یاری می‌گیرد. او زندگی اجتماعی را مجموعه‌ای از نقش‌های نمایشی مانند اجرای نقش در صحنه تئاتر می‌داند. به نظر گافمن، از آنجایی که در رویارویی‌ها تأثیرگذاری‌های اولیه مهم‌اند [۳۳]، «ظاهر، که برای خود شخص و برای دیگران قابل رویت و نمایش است و به‌عنوان کانون توجه در برخوردهای اجتماعی قلمداد می‌شود، می‌تواند به‌عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کار گرفته شود» [۲۶] و جنبه‌ای از خود را که مطلوب و مقبول دیگران باشد به نمایش بگذارند. از این رو، مراقب‌اند ویژگی‌ها و صلاحیت‌های خود را نشان دهند و آن‌ها را مدیریت می‌کنند تا حرکات و اعمال بدنی خود را به طور دقیق و به دور از هرگونه اختلال و کاستی انجام دهند. بدین ترتیب، به‌زعم گافمن تکنیک‌های بدن نقش مهمی را در اینجا ایفا می‌کند، زیرا کسب تکنیک‌های بدن به ما اجازه می‌دهد به‌خوبی از عهده اوضاعی که ممکن است موجب اضطراب‌های بزرگ و خطرات محتمل شود برآییم [۲۶] و حرکات و اعمال بدنی خود را به‌طور دقیق و به دور از هرگونه اختلال و کاستی به انجام رسانیم. براساس رویکرد تفسیرگرایی، از آنجا که تفسیر و درک مردم از دنیای پیرامون خود در بستر اجتماعی زندگی روزمره شکل می‌گیرد، معانی تولید شده وابسته به بستر است و در درون آن معنا دار می‌شوند. در این پژوهش، سعی شده با رویکردی تفسیرگرایانه به بازسازی معنایی مراجعه‌کنندگان برای جراحی زیبایی پرداخته شود و نشان داده شود که آن‌ها چه درکی از این پدیده دارند.

روش‌شناسی

روش پژوهش، روش کیفی با اتکا به استراتژی نظریه‌مبنایی است. از آنجا که تفسیرگرایان به ذات و ماهیت دنیا توجه می‌کنند و در همان زمینه نیز فرایندهای روش‌شناختی را به کار می‌گیرند [۲۸]، این روش با تجربه و فهم مشارکت‌کنندگان همراه است. این امر با هدف مقاله، که دستیابی به معانی ذهنی مشارکت‌کنندگان است، سازگاری درخور توجهی دارد. در این

پژوهش برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. نمایان بودن نمونه براساس میزان روشنایی بخشی (احتمالی‌شان) برای نظریه‌ای که تا آن لحظه تدوین شده است [۳۴] انتخاب می‌شود. بنابراین، در این پژوهش، انتخاب نمونه‌های بررسی شده براساس اشباع نظری برای تدوین یک مدل پارادایمی و شکل‌گیری نظریه زمینه‌ای است. از نظر گلیرز و اشتراوس، اشباع نظری مقوله مبنای داوری درباره زمان توقف نمونه‌گیری از گروه‌های مختلف مربوط به آن مقوله است [۳۴، ص ۶۱].

حجم نمونه‌گیری در این پژوهش بسته به «به حد کفایت رسیدن برای نتیجه‌گیری نظری» است که این مهم در فرایند پژوهش حاصل می‌شود. در این مقاله، با هدف گردآوری اطلاعات لازم از مطلعان، مصاحبه‌های مختلفی با مراجعه‌کنندگان برای جراحی زیبایی در کلینیک‌های تخصصی شهر تهران انجام شد. پس از بیست مصاحبه عمیق و ساختار نیافته، اشباع نظری حاصل شد و برای اطمینان بیشتر، مصاحبه‌ها تا ۲۶ نفر ادامه یافت. البته از آنجا که در پژوهش کیفی نمونه با حداکثر تفاوت مدنظر قرار می‌گیرد، همچنان که در جدول ۱ مشهود است، سعی شده در انتخاب مصاحبه‌شوندگان متغیرهای زمینه‌ای چون: سن، تحصیلات، طبقه اجتماعی، وضعیت تأهل، و حتی نوع عمل جراحی در نظر گرفته شود تا هدف مذکور حاصل شود. نوع مصاحبه‌های انجام شده در این پژوهش نیز (به دلیل حساسیت موضوع پژوهش، یعنی سخن گفتن از بدن زنانه و مشکلات جاری ناشی از آن) مصاحبه نیمه ساختار یافته عمیق بوده است؛ یعنی در عین حالی که محورهای اصلی پرسش مشخص بوده و از قبل درباره آن تصمیم‌گیری شده است، گاهی با توجه به مباحث مطرح شده از سوی مصاحبه‌شوندگان، ساختار پرسشنامه مصاحبه را تا حدی رها کرده و اجازه داده‌ایم آن‌ها به هر شکل و با هر عمقی که قادرند از تجربه زیبایی و بدن خود بگویند. حاصل این روش این بود که در مواردی یافته‌هایی حاصل شد که از قبل انتظار آن را نداشتیم یا درباره آن اطلاعات کمی داشتیم.

در نظریه زمینه‌ای از سه مرحله کدبندی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود که به ترتیب عبارت‌اند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری، و کدگذاری گزینشی. در این مراحل، که به صورت پیوسته دنبال می‌شود، مصاحبه‌های انجام شده به صورت خطبه خط تحلیل و کدگذاری شده است. در ابتدا و در مرحله کدگذاری باز پدیدار شد. در ادامه و در مرحله کدگذاری محوری، کدهایی که به لحاظ مفهوم و خصایص مرتبط بودند، گردآوری و به محوریت یک مقوله سازماندهی شدند. بدین ترتیب، پس از فرایند مصاحبه‌ها به کدها و زیرمقوله‌ها در کدگذاری باز، به دسته‌بندی و مرتبط کردن آن‌ها حول یک محور اصلی پرداخته شد. کدگذاری گزینشی نیز با استفاده از انتخاب مفاهیم و موضوعات، که در استخراج مضمون اصلی پژوهش مؤثر به نظر می‌رسیدند، دنبال شد. این مرحله با هدف یکپارچه‌سازی و پالایش داده‌ها به منظور پدیدآیی مقوله اصلی و نظریه انجام می‌شود. ابزار تحلیلی استفاده شده در فرایند

کدگذاری و تحلیل داده‌ها «پارادایم» است. پارادایم شامل سه بخش اصلی است: شرایط، کنش/کنش متقابل، و پیامدها [۴۷].

جدول ۱. ویژگی کلی زنان مصاحبه‌شده

| نام | سن | تحصیلات | طبقه | وضعیت تاهل | نوع عمل جراحی |
|--------|----|---------------|-------|------------|------------------------------|
| آوا | ۲۰ | کارشناسی | متوسط | مجرد | رینوپلاستی و ماموپلاستی |
| اسما | ۳۰ | دیپلم | بالا | متاهل | لیپوساکشن |
| الناز | ۲۶ | کارشناسی | بالا | متاهل | رینوپلاستی |
| بهاره | ۲۱ | کارشناسی | متوسط | مجرد | رینوپلاستی |
| دنیا | ۳۱ | فوق‌دیپلم | متوسط | متاهل | لیپوساکشن |
| رؤیا | ۲۰ | فوق‌دیپلم | بالا | مجرد | رینوپلاستی و ماموپلاستی |
| سارا | ۲۶ | فوق‌دیپلم | متوسط | متاهل | رینوپلاستی |
| ساغر | ۲۳ | کارشناسی | بالا | مجرد | رینوپلاستی و بوتاکس |
| سپیده | ۲۷ | کارشناسی ارشد | بالا | مجرد | رینوپلاستی و لیپوساکشن |
| سحر | ۳۲ | دیپلم | بالا | متاهل | لیپوساکشن |
| سوسن | ۱۸ | دیپلم | بالا | مجرد | رینوپلاستی |
| شهرزاد | ۲۴ | کارشناسی ارشد | بالا | مجرد | رینوپلاستی و لیزر پوست |
| شهلا | ۲۴ | کارشناسی | بالا | متاهل | رینوپلاستی |
| غزاله | ۲۶ | کارشناسی | متوسط | مجرد | لیپوساکشن و لیزر پوست |
| فاطمه | ۳۰ | کارشناسی | بالا | متاهل | لیپوساکشن |
| فرزانه | ۲۴ | مهندسی | متوسط | مجرد | رینوپلاستی، تزریق ژل و پروتز |
| فرشته | ۲۶ | کارشناسی | متوسط | متاهل | رینوپلاستی |
| فرنوش | ۲۷ | کارشناسی ارشد | بالا | مجرد | بوتاکس |
| فروزان | ۲۹ | کارشناسی ارشد | بالا | مطلقه | رینوپلاستی و لیپوساکشن |
| لیلا | ۲۸ | دیپلم | متوسط | متاهل | رینوپلاستی |
| محدثه | ۲۵ | کارشناسی | بالا | مجرد | لیپوساکشن |
| مرجان | ۲۳ | دیپلم | متوسط | مجرد | رینوپلاستی |
| مهلا | ۲۴ | فوق‌دیپلم | بالا | مجرد | رینوپلاستی |
| مینو | ۲۲ | کارشناسی | متوسط | مجرد | رینوپلاستی |
| نجمه | ۲۵ | کارشناسی | بالا | مجرد | رینوپلاستی، بوتاکس و لیزر |
| ندا | ۱۹ | کارشناسی | متوسط | مجرد | رینوپلاستی |

طبق اطلاعات جدول ۱، میانگین سنی پاسخگویان ۲۵ سال است. اکثر مشارکت‌کنندگان از طبقه مرفه (۱۵ نفر) و مابقی از طبقه متوسط (۱۱ نفر) هستند. تعداد مجردهای مشارکت‌کننده بیشتر (۱۶) از افراد متاهل (۹) و مطلقه (۱) است. از نظر سطح تحصیلات، ۴ نفر کارشناسی

ارشد (۱۶ درصد)، ۱۳ نفر کارشناسی (۵۰ درصد)، ۴ نفر فوق دیپلم (۱۶ درصد)، و ۵ نفر دیپلم (۱۸ درصد) هستند.

یافته‌های پژوهش

جدول ۲. مفاهیم، مقولات، و مقوله هسته

| مقوله هسته | مقوله | مفهوم | مفاهیم اولیه |
|--------------|-------------------|----------------------------|--|
| پروژه زیبایی | فرهنگ ظاهرگرایی | کلیشه‌های جنسیتی | تأکید بر تمایز ظاهر دختر و پسر، تصور پسر شجاع - دختر زیبا، تعریف و تمجید از ظاهر دختران |
| | | استانداردهای فرهنگی زیبایی | معیارهای مدرن، ریشه فرهنگی داشتن زیبایی، روفرم‌بودن، معیارهای علمی، الگوهای زیبایی (باربی‌شدن)، معیار لاغری، ایدآل همسر زیبا |
| | درگیری فضای ذهنی | نداشتن اعتماد به نفس | کاهش اعتماد به نفس، خجالتی و کم‌رو بودن، ترس از بی‌اعتنایی |
| | | مشغولیت ذهنی | دائماً حرف‌زدن در باب زیبایی، تمرکز فکر و حواس، در مقابل آینه گذراندن، رؤیادازی، طرح زیبایی در هم‌نشینی‌ها، ارزیابی منفی از خود |
| | | ترس از انگ‌زنی | انگ‌خوردن، متلک‌شنیدن، برچسب دماغ‌عملی، انگشت‌نما شدن |
| | جامعه‌پذیری | گروه مرجع | هنرپیشه سینما، تبلیغات ماهواره، هم‌نوایی با همسالان، جاذبه دیگران مهم |
| | | ذهنیت نسلی | همراهی با نسل امروز، هم سن و سال بودن، هم‌نسل بودن، امروزی بودن |
| | | جامعه‌پذیری کودکی | آموزه‌های کودکی، خاطرات کودکی، گوش‌زد کردن‌های والدین |
| | بازاندیشی | اهمیت تجربه شخصی | عقاید خاص خود را داشتن، تنوع‌طلبی، تجربه تازه و نو، ضرورت انتخاب فردی، به خود رسیدن و توجه بیشتر به خود، نوبه‌نو شدن، به‌روز شدن |
| | | سترون‌سازی | عادی‌شدن، جافتادن به لحاظ فرهنگی، توجیهات و دلیل‌تراشی‌ها، کاهش تعصبات، همه‌گیری، حل شدن مسئله جراحی |
| | | گذشته‌نگری انتقادی | بی‌فرهنگ دانستن قدیمی‌ها، نسبت جهالت به گذشتگان، دیرجا افتادن، نقد چارچوب‌های فرهنگی |
| | کسب پذیرش اجتماعی | جلب توجه عمومی | احساس تحویل گرفته شدن، جلب توجه در کوچه و بازار، دیده‌شدن |
| | | جلب توجه جنس مخالف | اهمیت ظاهر برای مردان، سلیقه پسرها، جذابیت، پیدا کردن همسر، دلبری کردن، زیبایی اولویت اول مردان برای انتخاب |

یافته‌های این مطالعه با توجه به رویکرد امیک و اتیک گردآوری شده است. در رویکرد اتیک، پژوهشگران با حساسیت نظری، جریان پژوهش را ادامه داده‌اند. بدین معنا که با حساسیت نظری بارها و بارها متن مصاحبه‌ها را مطالعه و علایق خاصی را از لحاظ نظری منعکس کردند و به تحلیل تجربه و درک زنان بسنده شد، که در پی آن مقولات شکل گرفتند. امیک به معنای درک دیدگاه درونی یا پنداشت فرد بومی درباره ذهنیت‌ها یا رفتارهای خود است. بنابراین منظور از رویکرد امیک، نگاه سوژه‌های مطالعه‌شده یا نقل‌قول‌های آن‌هاست که به تناسب موضوع بیان می‌شود.

فرهنگ ظاهرگرایی

در جامعه ایران، اهمیت ظاهر به عنوان معیاری برای ارزشگذاری افزایش یافته و از ناحیه جامعه، رسانه‌ها، مردان و کلیشه‌های رایج، و... به زنان فشار وارد می‌شود تا زیبا باشند. ظاهر و زیبایی ملاک مطلوبیت تلقی می‌گردد و حتی ابزاری برای موفقیت و ورود به عرصه‌های والاتر. در چنین شرایطی، زنان زیبا و قدرتمند تعریف می‌شوند و زیبایی ابزاری برای قدرت زنان می‌شود و زیبایی زن در مقابل ثروت یا منزلت یک مرد معامله می‌گردد و لذا زیبایی‌شان همراه با پاداش بوده و به آنان قدرت می‌بخشید [۱۰].

مقوله فرهنگ ظاهرگرایی مفاهیم ذیل را تبیین می‌کند: استانداردهای فرهنگی زیبایی، ارزش‌های زنانگی، و نقش کلیشه‌های جنسیتی.

استانداردهای فرهنگی زیبایی: «تلاش برای نشان‌دادن تمایز و نزدیک‌شدن به استانداردهایی که محیط هنجاری و مردانه جامعه از زنان انتظار دارد، می‌تواند محرکی قوی در ترغیب زنان به توجه شدید به ویژگی‌های بدنی خویش باشد. به خاطر چنین ایدئولوژی‌ای است که برخی زنان میانسال جامعه به ورزش‌های خاص و یا جراحی‌های زیبایی و دغدغه‌هایی مشابه با دختران جوان پیدا می‌کنند» [۱۱].

اسما که دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد است، نگاه جامعی را بیان می‌دارد.

- اقوام مختلف در طول زمان تعریف‌های مختلفی از زیبایی دارن. ممکنه تو به شهری زنانی که شکم بزرگ داشته باشن رو بپسندن یا مثلاً چاقی چیز خوبی باشه. اما فعلاً بین مدرن‌ها این‌طوری رسمه که معیارای اندام مثلاً قد بلنده، پاهای کشیده، شکم و پهلو نداشتن، و این جور چیزاست (اسما، ۳۰ساله).

برخی علاوه بر اینکه برای زیبایی ریشه‌ای فرهنگی قائل‌اند، بر سیال و متغیر بودن آن نیز تأکید دارند.

- به نظرم معیارهای زیبایی ریشه فرهنگی داره. یک چیز فرهنگی و حالا داره تغییر می‌کنه. این‌ها همه چیزهاییه که الان ممکنه تو قرن ۲۱ قشنگی نداشته باشه (مرجان، ۲۳ساله).

نقش کلیشه‌های جنسیتی^۱: «کلیشه‌های جنسیتی مجموعه‌ای سازمان‌یافته‌ای از باورها درباره‌ی خصوصیات همه‌ی اعضای گروهی خاص است. پس کلیشه یا تصور قالبی به معنی مجموعه‌ای است درباره‌ی اینکه زن یا مرد به چه معناست. کلیشه‌ها در بردارنده‌ی اطلاعاتی درباره‌ی ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی، و نوع شغل است [۱۶]. این مفهوم با توجه به گزاره‌های ذیل مفهوم‌سازی شده است.

- به ظاهر دختر زیاد توجه می‌شه. به دختر که می‌رسن فقط ظاهر و قیافه‌اش مهمه (بهاره، ۲۱ساله).

- انگار دختر یه عروسکه که بزرگش کنن و سریع بفرستنش خونۀ شوهر. پسر واسه‌ش زیبایی مهم نباشه، اما به دختر بگن برو عمل کن خوشگل بشی (نجمه، ۲۵ساله).

روایت تجربه‌های جراحی زنان تهرانی نشان می‌دهد که برای این دسته از زنان کلیشه‌های جنسیتی از عوامل مهم مؤثر بر جلب توجه به زیبایی است که بیشتر خانواده سبب تداوم آن هستند.

- توی خانواده‌های ایرانی هیچ‌وقت نمی‌گن چه دختره شجاعی، همش می‌گن چه پسره شجاعی، ولی واسه دخترا می‌گن چه دختر مامانی و نازی، چه دختر خوشگلی، این تو همه‌ی خانواده‌ها هست و حالا حالاها ادامه خواهد داشت (شهلا، ۲۴ساله).
آوا، که بوتاکس صورت، جراحی بینی، و لیپوساکشن انجام داده است، برای توضیح کلیشه‌های جنسیتی به دعوای بین بچه‌ها متوسل می‌شود.

- به نظرم دعوای بین بچه‌ها می‌تونه روشن کنه که ما به عنوان یک زن، چرا به ظاهر اهمیت می‌دیم. یادمه موقعی که بچه بودم، هر موقع با برادرم دعوا می‌شد و من یه عیبی رو صورتش می‌ذاشتم، می‌گفت: من پسر مهم نیستم. خب این رو از دور و بری‌ها یاد گرفته بود دیگه (آوا، ۲۰ساله).

البته برخی همچون دنیا بر نقش زنان نیز در تداوم و تحکیم کلیشه‌ها تأکید دارند.
- واسه خانما خوشگل بودن مرد خیلی اهمیت نداره، بیشتر شخصیت و موقعیت یه مرد مهمه، یعنی ما هم یه جور خاصی به مردا نگاه می‌کنیم (دنیا، ۲۷ساله).

به این معنا ادراک دختران از زیبایی و جراحی زیبایی در پرتو توجه آن‌ها به این امر قرار می‌گیرد که زیبایی برای زنان و نه پسران یک ارزش محسوب می‌شود؛ یعنی پاسخ به این پرسش که زن کیست؟ زیبایی را در این تعریف می‌گنجانند. ولف نیز معتقد است کیفیت که تحت عنوان زیبایی نامیده می‌شود، به صورت عینی و جهانی وجود دارد. زنان باید بخواهند که آن را داشته باشند و مردان باید زنانی را که آن را دارند بطلبند [۴۵]. نظر ندا در این زمینه مؤید این برداشت است.

- زیبایی برای زنا خیلی مهمه، هم واسه مردا مهمه که زن زیبایی داشته باشن و هم برای خونواده‌ها مهمه که دختر خوشگل یا عروس روفرمی داشته باشن. زیبایی واسه زنا یه ارزشه (ندا، ۱۹ساله).

درگیری فضای ذهنی

بدن و نگرانی نسبت به آن، به یکی از مهم‌ترین نگرانی‌ها و دل‌مشغولی‌ها در زندگی دختران و زنان تبدیل شده است و این، تنها مربوط به زنانی که از مشکلی چون لاغری و یا چاقی رنج می‌برند نمی‌شود، زیرا آنچه دختران (و زنان) می‌خوانند و آنچه تماشا می‌کنند، به‌طور فزاینده‌ای تأکید بیشتر بر اهمیت ظاهر را نشان می‌دهد [۳۱].

مقوله درگیری فضای ذهنی برای پوشش مفهومی مفاهیم مشغولیت ذهنی، ترس از انگ خوردن، و نداشتن اعتماد به نفس مقوله‌بندی شده است.

مشغولیت ذهنی: گافمن در بحث از مد اشاره می‌کند که فکر دائمی برای تغییر و تمایل به تمایز خودمان با سایرین، با توجه به اینکه دیگران معمولاً چه انتظاری از ما دارند، عنصر اصلی علاقه‌مندی ما به مد به شمار می‌آید که ابزاری برای کنترل تصور خودمان در اذهان دیگران را در اختیار ما قرار می‌دهد [۳۳، ص ۴۶]. از نظر ریچارسون و دیگران (۲۰۰۰): «تصویر ذهنی منفی از خود می‌تواند به نارضایتی از بدن و احساس جذاب نبودن و درنهایت مشغولیت فکری نسبت به وضعیت ظاهری قسمتی از بدن منجر شود» [۱۲]. تا آنجا که آن‌ها احساس می‌کنند در طول تماس‌های مختلف در کانون توجه دیگران قرار دارند [۱۳]. بنابراین، احساس جذاب نبودن، تصویر ذهنی منفی از خود، انتظارات دیگران، فکر دائم درباره تمایل به انتظارات دیگران، و... ذهن افراد را برای روزهای متمادی به خود مشغول می‌دارد تا درنهایت اقدام به عمل جراحی راهی برای گریز آن شود. گزاره‌هایی که در ادامه می‌آیند مؤید این امرند.

- با دوستانم همش درباره زیبایی حرف می‌زنیم، کی خوشگله، کی خوشگل نیست، کی عمل کرده کی عمل نکرده، کلاً مشغول این چیزاییم دیگه (مینو، ۲۲ساله).

- من ذهنم همش رو همین موضوع می‌چرخه (غزاله، ۲۶ساله).

- بیست و چهار ساعته رو وزنه‌ام که یک گرم کم کنم، ۲۴ساعته تو فکرشم، همه‌ش جلوی آینه‌ام (محدثه، ۲۵ساله).

- وای اندامم اصلاً خوب نیست. همش تو آینه خودم رو می‌بینم، خیلی بی‌ریخت شدم (شهلا، ۲۴ساله).

انرژی احساسی تراوش شده در فرد زمانی که امکان دست‌یافتن به تصور مطلوب میسر نشده در قالب رؤیایپردازی تجلی می‌یابد. شهلا چنین تجربه‌ای را روایت می‌کند:

- وای یادم که می‌آد آتیش می‌گیرم. از همون بچگی تو رؤیای هیکل خوش‌فرم بودم (شهلا، ۲۴ساله).

- خیلی به زیبا شدن فکر می‌کردم، اون قدر که چند ساعت تو خیال خودم بودم (شهلا، ۲۴ساله).

ترس از برچسب زدن: تقریباً همه مشارکت کنندگان جراحی زیبایی را اقدامی برای فرار از برچسب خوردن می دانند. اما برای تشریح بهتر منظور آن‌ها لازم است بین دو نوع برچسب تمایز قائل شد.

طرفداران دیدگاه برچسب زنی، به ملاحظه تأثیر برچسب‌ها به روی فردی که برچسب خورده پرداخته‌اند. این مسئله ممکن است از دو راه به وجود آید: ۱. برچسب ممکن است توجه مخاطبان برچسب زن را جلب کند و موجب شود آنان برچسب زدن فرد را دنبال کنند؛ ۲. برچسب ممکن است از سوی فرد درونی شود و به قبول نوعی از مفهوم خودی از انحراف بینجامد. هریک از این دو فرایند ممکن است به تقویت کج‌فتاری و آفرینش یک منحرف حرفه‌ای بینجامد [۲۱].

برچسب‌ها به دو دسته رسمی و غیررسمی تقسیم شده‌اند: برچسب رسمی از سوی افراد حرفه‌ای و مقامات اجرایی و برچسب غیررسمی از سوی خانواده و دوستان زده می‌شود [۴۰]. تأکید مشارکت کنندگان بیشتر بر برچسب غیررسمی است.

برچسب خوردن برای این زنان سخت‌تر از هرچیز می‌نماید، تا جایی که حاضر به تحمل مرارت‌ها و سختی‌های پس از عمل بوده‌اند. فرشته، که برای بار دوم تصمیم به عمل گرفته، چنین می‌گوید:

– خوب واقعیتش خیلی درد داره. من هفته اول نمی‌تونستم بشینم، نمی‌تونستم غذا بخورم حتی با نی نوشیدنی می‌خوردم و اگه می‌خواستم برم دستشویی باید دو نفر می‌اومدن کمکم. از این لحاظ خیلی سخته و یادمم که می‌آد تمام تنم می‌لرزه. ولی یاد حرف پسرای دانشگاه و فامیلمون می‌افتم اعصابم خورد می‌شه. من واسه فرار از این انگ بینی بی‌ریخت به عمل کردن رو آوردم، واقعاً درد داشت (فرشته، ۲۶ساله).

نکته کلیدی دیگری که از روایت‌های آن‌ها استنباط می‌شود، مفهوم «دوسویگی برچسب‌هاست»، زیرا قبل از عمل برچسبی مانند دماغ‌گنده و بعد از عمل برچسب بینی عملی را خواهند خورد، اما برچسب دوم برای آن‌ها تحمل‌پذیرتر است، زیرا به‌طور غیرمستقیم حاکی از پولداربودن است.

– خوب انگ دماغ‌گنده بودن خیلی بدتر از بینی عملیه. اگه بگن بینی عملیه قابل تحمل‌تره. مردم دنبال این‌ان که انگ بززن. ولی برچسب دماغش بزرگه خیلی بدتره تا اینکه بگن بینی‌ش عملیه. همه تلاشم اینه که انگ نزنن. به خاطر همین اومدم کلی هزینه کنم بینی‌مو تابلو عمل نکنه. بلاخره هزینه کردن برای بدن آدم، براش کلاس هم داره دیگه (آوا، ۲۰ساله).

نداشتن اعتماد به نفس: تأکید بر اعتماد به نفس در فرایند پژوهش چشمگیر بوده است. مشارکت کنندگان اشاره دارند که از یک‌سو از نداشتن اعتماد به نفس رنج می‌برند و از سوی دیگر با عمل جراحی به دنبال زیباتر شدن و به‌تبع آن اعتماد به نفس بیشتریند. در اینجا نکته محوری

تأثیر پیگمالیون^۱ است که طی آن اگر معلم به یک دانش آموز بگوید «تو احمق... تو نمی توانی یاد بگیری... تو بلد نیستی...»، در آن صورت، دانش آموز اعتماد به نفسش را از دست می دهد و به تدریج فکر می کند واقعاً احمق است و در نتیجه در طول زمان از یادگیری باز می ماند و واقعاً احمق هم می شود [۱۷]. بنابراین، از تئوری پیگمالیون می توان نتیجه گرفت که کاهش اعتماد به نفس بخشی از تجربه زیسته کسانی است که دائم در حال متلک شنیدن و انگ خوردن اند.

- شمام اگه انگ بینی بزرگ بهت بزنی، به دماغت حساس می شی و اعتماد به نفست پایین می آد (لیلا، ۲۸ساله).

بیان نازیبایی به وسیله اطرافیان سبب می شود اعتماد به نفسی که فرد می تواند از کودکی برای خویش ذخیره کند سرکوب شود و توانایی جبران از منابع دیگر را هم نیابد. همچنان که غزاله اعتقاد دارد، طعن و کنایه، نوعی تحقیر کودک است که بعدها بر راهبردهای کنش متقابل فرد اثر می گذارد.

- یه پوزخند به بچه باعث می شه اعتماد به نفسش کم شه. خب این یعنی تو زیبا نیستی، این یعنی که تو همین جوری نمی تونی تو جمع ظاهر شی، باید یه فکری برای خودت بکنی (غزاله، ۲۶ساله).

بنابراین، برای اغلب این زنان جراحی زیبایی به معنای افزایش اعتماد به نفس است. آن ها به تقویت و بهبود روحیه و افزایش اعتماد به نفس بعد از جراحی اشاره داشته اند. این افزایش اعتماد به نفس به نوبه خود سبب شده تا بعد از عمل، به انجام دادن کارهایی مبادرت ورزند که قبل از عمل هرگز انجام نمی داده اند یا در فعالیت هایی شرکت کنند که از آن دور بوده اند یا از لباس هایی استفاده کنند که تا قبل از آن هرگز نمی پوشیدند.

- با این همه کنایه، گاهی روحیه ضعیف می شد و تو روابطم اعتماد به نفس کافی نداشتم. دوست دارم بعد از عمل با اعتماد به نفس لباسایی رو که دوست داشتم بپوشم، ولی به خاطر شکم نمی شد بپوشم (دنیا، ۳۱ساله).

البته برخی نیز بر این باورند که می توان بدون جراحی زیبایی اعتماد به نفس بالایی داشت، به شرطی که به دیگران بی توجه بود.

- من خانمایی رو می شناسم که بینی بزرگی دارن یا هیکل بدفرمی دارن، اما با اعتماد به نفس کامل تو خیابون قدم می زنن؛ چرا؟ چون که دیگران و نظر اونا اصلاً براشون مهم نیست (دنیا، ۳۱ساله)

بازاندیشی

بازاندیشی یکی از مفاهیم کلیدی این پژوهش با اقتباس از گیدنز است که در آن بدن آدمی، بیش از پیش، به صورت هسته اصلی طرح بازتابی خاصی درمی آید که افراد از هویت شخصی

خود ترسیم می‌کنند. بنابراین، توجه مداوم به چگونگی توسعه کمی و کیفی بدن، در چارچوب فرهنگ خطرپذیری، عملاً جزء تفکیک‌ناپذیری از رفتار اجتماعی مدرن را تشکیل می‌دهد. شیوه‌های گوناگون پرورش بدن از تنوع موجود در شیوه زندگی سرچشمه می‌گیرد، ولی تصمیم درباره شیوه اصلح، صرفاً نوعی انتخاب نیست، بلکه از اساسی‌ترین عناصر ساختاری هویت شخصی است [۱۵ص ۲۵۱]. بازاندیشی به مفاهیم اهمیت تجربه شخصی، خنثی‌سازی، و گذشته‌نگری انتقادی اشاره دارد.

اهمیت تجربه شخصی: یکی از شاخص‌های بازاندیشی تجربه شخصی فردی است. پیرسون این نکته را هنگام اشاره به دیدگاه گیدنز، در ذیل مفهوم بازاندیشی اجتماعی بیان می‌کند: «بازاندیشی اجتماعی به جامعه‌ای اشاره دارد که شرایط زندگی ما در آن به نحو فزاینده‌ای محصول کنش‌های خود ماست و متقابلاً، کنش‌های ما به نحو فزاینده‌ای معطوف به مدیریت یا چالش با خطرات و فرصت‌هایی است که خود خلق کرده‌ایم» [۴ص ۳۷]. برخی از زنان مصاحبه‌شده معتقد بودند که اگر خودشان بخواهند و تصمیم جدی برای جراحی‌های بعدی‌شان بگیرند، مخالفت دیگران و از جمله همسرانشان نمی‌تواند مانعی جدی برای آن‌ها تلقی شود. مرجان از جمله آن‌هاست.

- من یه سری اعتقاداتی خاص خودم رو دارم، وقتی می‌خوام کاری رو انجام بدم، باید انجامش بدم (مرجان، ۲۳ساله).

- به تصور دیگران کاری ندارم. نظر خودم درمورد بینی‌م مهمه (رویا، ۲۰ساله).
- چه عیبی داره به خودمون برسیم، چرا نباید چیزای جدید رو تجربه کنیم. باید خودمون برای خودمون تصمیم بگیریم. من خودم تعیین می‌کنم چی خوبه چی بده (سپیده، ۲۷ساله).

برخی در جهت تأمل و بازاندیشی شخصی، حتی برخلاف اصول رایج عمل می‌کنند و ادعا دارند که با آگاهی از اصول علمی و پزشکی به عمل جراحی اقدام خواهند کرد.

- مثلاً اون اوایل که جراحی بینی تازه اومده بود، همه می‌رفتن دماغشون رو کوچیک می‌کردن و سرش رو می‌دادن بالا که اصطلاحاً می‌گفتن بینی عروسکی، ولی الان مثل اون موقع عمل نمی‌کنن، تا عملکرد بینی از بین نره. من هم عقل دارم و تصمیم گرفتم که اصول پزشکی رو رعایت کنم (فرنوش، ۲۶ساله).

خنثی‌سازی: مفهوم مذکور برای توصیف گزاره‌هایی استفاده شده است که حاکی از عادی و خنثی بودن، همه‌گیری، و بی‌اهمیت جلوه دادن عمل جراحی است. دیوید ماتزا، جامعه‌شناس امریکایی، مفهوم خنثی‌سازی^۱ را مطرح کرد. از نظر وی «توسل به عذر و بهانه‌هایی از قبیل توجیهات و دلیل تراشی برای انحراف است که ماتزا آن‌ها را فنون خنثی‌سازی می‌نامد. با استفاده از چنین فنونی، بسیاری از سرزنش‌ها و زشتی‌هایی که با اعمال انحرافی همراهند،

پذیرفتنی می‌شوند» [۱۹]. بنابراین، ارائه جلوه‌ای طبیعی و واقعی، توجه افراد بیشتری را به خود جلب کرده است. به گونه‌ای که گاه به تجربه‌ای عادی و قابل انتظار تبدیل شده که رقابت‌هایی را بین افراد برانگیخته است.

- وقتی عمل می‌کنم خوشگل می‌شم چرا نکنم؟ دیگه این مسائل حل شده‌ست. یه زمانی سخت بود. الان که خیلی راحت شده. واسه همه جا افتاده. مردم هزار تا عمل عجیب غریب می‌کنن. دیگه بینی و لیپوساکشن و بوتاکس و فالیزر که دیگه چیزی نیست. این قدر زیاد شده که دیگه واسه همه عادی شده (فرنوش، ۲۷ساله).

فرزانه برای عادی جلوه‌دادن عمل خود از جوانی و اقتضائات آن سخن به میان می‌آورد.
- والا ما الان جوونیم و باید جوونی کنیم. خب باید به خودمون برسیم (فرزانه، ۲۴ساله).

گذشته‌نگری انتقادی: از نظر لاش در جامعه بازاندیشانه: «گذشته نامربوط به نظر می‌آید، حتی برای کسانی که زندگی خود را وقف تحقیق درباره این گذشته می‌کنند» [۳۹]. به نظر گیدنز نیز «زنان که در جامعه ماقبل مدرن از مشارکت کامل در عرصه فعالیت‌های اجتماعی محروم بودند، گشودگی دوران مدرنیته اخیر را به طرز کامل‌تری تناقض‌آمیز تجربه می‌کنند. در جوامع جدید، زنان از سویی فرصت آزمودن بخت خود را در دامنه وسیع‌تری از امکانات دارند و از سوی دیگر در فرهنگ مردگرا، بسیاری از این راه‌ها به روی زنان بسته می‌ماند. فعالیت‌های افراطی زنان برای کنترل بدن نوعی اعتراض و پاسخ فعالانه است به کثرت ظاهری امکانات و نوعی احساس کمال و قدرت‌یابی به زنان می‌دهد» [۵].

گذشته‌نگری انتقادی در اظهارات بعضی از پاسخگویان مشهود است. آن‌ها علاوه بر عادی جلوه‌دادن عمل جراحی، مخالفت با عمل را نشانه بی‌فرهنگی، جانفیتادن، آمل، قربتی، و درب و داغان بودن می‌دانند.

- یه زمانی پسرا مسخره می‌کردن و می‌گفتن یارو دماغ عملیه، اما الان این‌جور مسخره‌کردنا نشانه بی‌فرهنگیه (شهرزاد، ۲۴ساله).

- نمی‌دونم چرا ولی هنوز مخصوصاً برای قدیمیا جا نیفتاده که عمل جراحی چیز بدی نیست (الناز، ۲۶ساله).

- همین عیبی که روی بچه می‌دارن، خودش عیب رفتاری بزرگ‌تره‌است. باید ترکش کنن (سحر، ۳۲ساله).

- هستن بعضیا که واسشون مهم نباشه. معذرت می‌خوام، اما اونا همه غربتی و درب و داغون‌ان (شهلا، ۲۴ساله).

- هنوز که هنوزه ایرانیا جاهل‌ان. این‌قدر که به پسرشون بها می‌دن (نجمه، ۲۵ساله).

- اونایی که فکر می‌کنن عمل کردن زشته ببخشیدا، ولی اُملن، مثل قدیمیا فکر می‌کنن (نجمه، ۲۵ساله).

جامعه‌پذیری

فرایندی است که افراد یک جامعه از هنگام تولد تا دم مرگ از آن جدا نبوده و به شیوه‌های گوناگون از آن تأثیر می‌پذیرند. این فرایند ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی جامعه را در قالب الگوهای هنجارمند به افراد منتقل و نسل‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد. از دیدگاه جامعه‌شناسان، در همه فرهنگ‌ها خانواده سازه بنیادین جامعه‌پذیری در کودکی است. اما با افزایش سن بسیاری از سازه‌های دیگر همچون نهادهای دینی، گروه دوستان، بنگاه‌های آموزشی، و رسانه‌های گروهی اهمیت بیشتری می‌یابد [۱۵].

جامعه‌پذیری دوران کودکی: دوران کودکی و آموزه‌های آن، که از طریق فرایند جامعه‌پذیری به زوایای پیدا و پنهان شخصیت و هویت شخص رسوخ می‌کند، تصور فرد را از مفهوم زیبایی و بدن ایدآل شکل می‌دهد. «از آغاز کودکی به او (دختر) آموخته‌اند و او را اقناع کرده‌اند تا خودش را مستمراً مورد بررسی قرار دهد. برای اینکه چگونه در حضور مردان ظاهر شود، این چگونگی حضور به‌عنوان موفقیت در زندگی از اهمیت وسیعی برخوردار است» [۲۴].

یافته‌ها حاکی از تأثیر آموزه‌های کودکی بر اهمیت زیبایی و ترغیب برای جراحی است.

- بچه که بوم ظاهر دغدغه مادرم بود. بهم می‌گفت: ظاهر دختر خیلی مهمه که چطوری باشه. این یعنی موقعی که بزرگ می‌شیم، ظاهر تو زندگی خیلی مؤثره (فرشته، ۲۶ساله).

در این معنا، اصلاح و تنظیم بدن از طریق فرایند جامعه‌پذیری به زنان از همان اوان کودکی تحمیل می‌شود و افراد به منظور نشان‌دادن هویت و منزلت خود و نیز ارتقا در مراحل مختلف زندگی و تداوم موفقیت‌هایشان تشویق به تغییر و اصلاح بدن نظیر جراحی زیبایی می‌شوند.

- اصلاً از همون بچگی این‌جوری بزرگ شدم، هر موقع سعی می‌کردم کمتر غذا بخورم تا چاق‌تر نشم، بابا و مامانم تشویقم می‌کردند و حتی قول خریدن لباس و اینا رو بهم می‌دادن (سحر، ۳۲ساله).

اما همچنان که روایت‌های دنیا و الناز نشان می‌دهند، گاهی این فرایند نه با تشویق، بلکه با عیب‌گذاری و تمسخر انجام می‌شود.

- دوره بچگی خیلی مهمه. برچسب زشت‌بودن رو از همون بچگی زدن روی پیشونیم. واسه همین الان همه تمرکز روی زیبایی و ظاهر خودم و اطرافیانمه (دنیا، ۳۱ساله).

- از دوران کودکی‌م چیزی که خاطرم هست، عیبی بوده که تو خونه به من نسبت داده می‌شد. آدم سرخورده بار می‌آد. هرچی بزرگ‌تر می‌شیم، این عیب برامون بزرگ‌تر می‌شه و فکرش بیشتره (الناز، ۲۶ساله).

ذهنیت نسلی: برخی مشارکت‌کنندگان برای فهماندن منظور خود بر ذهنیت مشترک خود با مصاحبه‌گر تأکید دارند که البته این ذهنیت مشترک تعمیم‌پذیر است. از جمله: هم‌نسل بودن، دانشجوی بودن، هم سن و سال بودن، جدید در مقابل قدیمی، نسل امروز، و... .

- این همه نیستش، شما که خودت دانشجویی، خودت هم سن و سال مایی، از نسل مایی (آوا، ۲۰ساله).

- همه تو سن و سال ما حساسان. شاید اون قدیمی‌ترانه، ولی جدیدیا واسشون مهمه (ندا، ۱۹ساله).

- نسل امروز یه جور دیگه فکر می‌کنه. تو نسل ما ظاهر و قیافه خیلی مهمه. قدیمیا که بیچاره‌ها با خوب و بد هم کنار می‌اومدن. پسرا و دخترای نسل خودمون از همدیگه ایراد می‌گیرن (الناز، ۲۶ساله).

بنابراین می‌توان، با توجه به گزاره‌های یادشده، چنین استنباط کرد که عمل جراحی زیبایی در حکم ابژه‌ای عمل می‌کند که نماد ذهنیت نسل جوان امروز است. این مفهوم از کریستوفر بالس^۱ اقتباس شده است. از نظر بالس، «ذهنیت هر نسلی، فضایی است بالقوه که در آن می‌توان ابژه‌های نسلی را خلق کرد و به مدد آن‌ها تجربیات و دیدگاه‌های جمعی قشر جوان را بنیاد نهاد و تا حدودی درباره آن تجربیات و دیدگاه‌ها مذاقه کرد» [۳]. ذهنیت نسلی نشان‌دهنده برداشتی است که نسل‌ها از جایگاه خود در تاریخ دارند؛ به عبارت دیگر، ذهنیت نسلی مجموعه‌ای از رؤیاست که از تأثیر واقعیت بر آحاد هر نسل سرچشمه می‌گیرد [۳، ص ۱۹].

گروه مرجع: «گروه مرجع گروهی است که افراد خود را با آن مقایسه و با استانداردهای آن خود را ارزیابی می‌کنند» [۸]. در این فرایند، انسان ارزش‌ها و استانداردهای افراد یا گروه دیگر را به‌منزله یک قالب مقایسه‌ای و مرجع می‌گیرند. در این صورت، آن فرد یا گروه را گروه مرجع می‌نامند [۳۶]. پاسخگویان بر هم‌نوایی با ایدآل‌های رسانه‌ها و هنرمندان، خانواده و اطرافیان تأکید دارند.

- مامان و بابام من رو با هنرپیشه‌های سریال‌های تلویزیونی مقایسه می‌کردن. آخه من ظاهرم خوبه، فقط بینی‌م عیب داشت. من رو شبیه بچه‌های خوش‌چهره توی تلویزیون می‌دونستن. دیگه همیشه دقت می‌کردم به هنرپیشه‌ها و حساس می‌شدم روی چهره‌هاشون. به‌شخصه تجربه کردم که خانواده خیلی تأثیر داره (بهاره، ۲۱ساله).
- از بس خانواده و اطرافیان و رسانه‌ها و ماهواره روی دخترا مانور داده (لیلا، ۲۸ساله).

مایک فدرستون در زیبایی‌شناختی کردن زندگی روزمره درباره نقش سینماگران و به‌طور کلی هنرمندان معتقد است که آن‌ها در نقش واسطه‌های فرهنگی نقشی مهم را در آموزش سبک‌ها و ذوق‌های جدید به عامه مردم داشته‌اند [۲۹].
- مگه چند سال می‌خوایم زندگی کنیم. آخه چی‌مون از خارجیا کمتره (شاهلا، ۲۴ساله).

از نظر سونگ: «شواهد و سوابق نشان می‌دهند آرمان‌های زیبایی بسط یافته همیشه تحت تأثیر و نفوذ غربی بوده‌اند» [۴۶].

پذیرش اجتماعی

گفته‌های مصاحبه‌شوندگان حاکی از آن است که به وسیله جراحی زیبایی در پی کسب دو گونه جلب توجه به خود بوده‌اند: جلب توجه عمومی و جلب توجه جنس مخالف. بنابراین، برای این مفاهیم، مفهوم کلی‌تر پذیرش اجتماعی مقوله‌بندی می‌شود. «زمانی که بدن یک فرد در تناقض با وزن، قد، و شکل اجتماعی رایج است، آن فرد ممکن است فاقد منزلت و کنترل در نظر گرفته شود. خلاصه، ممکن است اعضای یک گروه اجتماعی به واسطه قضاوت، پاداش‌دهی، و تنبیه افراد دارای اندازه، شکل، وزن، و عضله متفاوت همدیگر را قانع و مجبور کنند که بدن‌هایی به لحاظ اجتماعی مقبول و شبیه بسازند» [۳۸].

جلب توجه عمومی: «جذابیت صورت، تفاوت‌های قابل پیش‌بینی را در ارتباطات عام و خاص ایجاد می‌کند و نیز تأثیرات و جذابیت چهره می‌تواند در ترکیب با ویژگی‌های منزلتی دیگر دچار تغییر و تعدیل گردد» [۵۲]. برای این افراد جراحی زیبایی از طریق تأثیرگذاری بر ارتباطات توجه عموم را به سوی آن‌ها جلب می‌کند.

- عمل که کردم، احساس می‌کنم مردم بیشتر تحویلیم می‌گیرن. واسم خیلی بهتر شده قدم زدن تو خیابون و پارک و حتی مغازه (بهاره، ۲۱ساله).

فرزانه از تجربه بعد از عملش و تحویل گرفته شدن در بازار و دانشگاه چنین می‌گوید:
- یه زمانی می‌رفتم مغازه انگار که فروشنده‌هاش توجه نمی‌کردن، اما الان بیشتر توجه می‌کنن... حتی تو دانشگاه هم همین‌طور. پسرا بیشتر می‌آن سراغم (فرزانه، ۲۴ساله).

جلب توجه جنس مخالف: «زنان به گونه‌ای اجتماعی می‌شوند که خودشان را از چشم مردان می‌بینند. آن‌ها زن هستند. آن‌ها به گونه‌ای اجتماعی شده‌اند که باز در مورد خود و زنان دیگر، نظر مرد را در نظر می‌گیرند» [۹]. جراحی زیبایی می‌تواند در جهت نزدیک‌شدن به ارزش‌های پدرسالارانه باشد؛ با توسل به جراحی زیبایی زنان تصویر مورد علاقه و ایده‌آل مردان را فراهم می‌کنند [۳۵].

- مردا خیلی به ظاهر توجه می‌کنن. حتی اگه یه مشتری ساده باشی و فروشنده مرد باشه، بیشتر بهت توجه می‌کنه (سارا، ۲۶ساله).

نجمه، مجرد، ۲۹ ساله، با تحصیلات لیسانس هدفش برای اقدام به عمل جراحی را جلب توجه برای ازدواج می‌داند.

- خواهر من خیلی دماغ بی‌ریختی داشت. تا اون موقع زیاد خواستگاری به‌دردبخوری نداشت. ولی وقتی دماغش رو عمل کرد و خوشگل شد، حسابی خواستگاری توپ پیدا کرد.

حتی تو مجالس زنانه خواهرها و مادرای پسرا می‌پسندیدنش و حسایی شیفته‌ش می‌شدن (نجمه، ۲۹ساله).

ندا با قاطعیت همه این موضوع را تایید می‌کند.

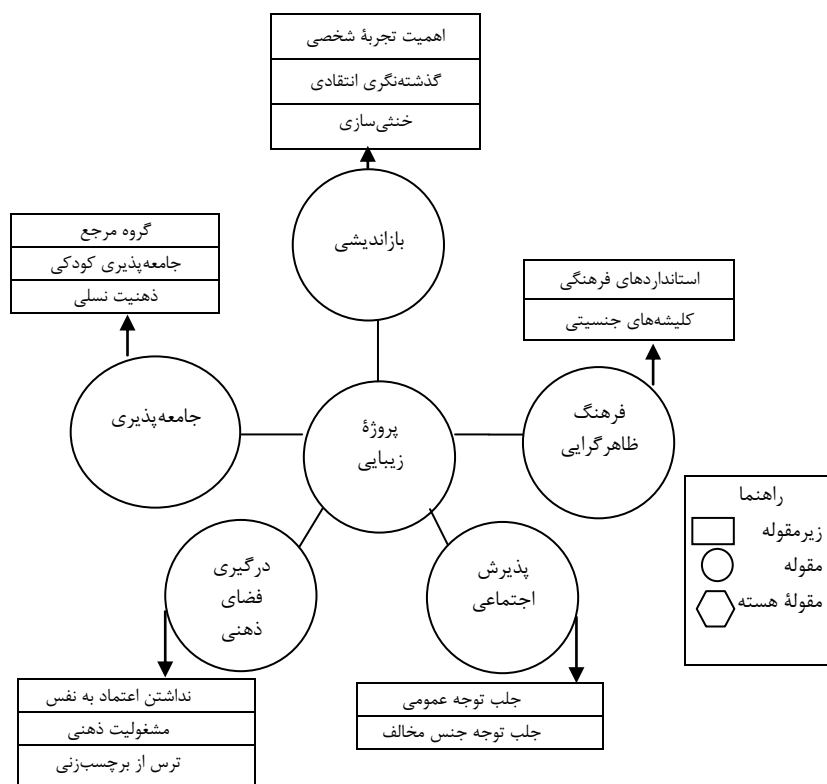
- وقتی زیباتر باشی، پسرای بهتری پیشنهاد ازدواج می‌دن و موقعیت بهتری داری. حتی خونواده‌های اون پسر تو رو زودتر می‌پذیرن. شاید بارها دیده باشین که می‌گن چه عروس خوشگلی گیرمون اومد (ندا، ۱۹ساله).

بنابراین، با توجه به دیدگاه بورديو، می‌توان گفت سرمایه بدنی برای زنان علاوه بر اعطای سرمایه‌های سمبلیک و اجتماعی، به آن‌ها فرصتی برای دنبال کردن تمایز، شیوه‌هایی برای هویت‌یابی و تعقیب و سبک زندگی مطلوب خویش و در نهایت استفاده‌ی ابزاری از این سرمایه با تبدیل آن به فرصت‌ها و امتیازاتی در زندگی شخصی و اجتماعی (جلب توجه و محبوبیت بیشتر، موقعیت بهتر در ازدواج، و کسب امتیازات دیگر) فراهم می‌کند.

هسته مرکزی: پروژه زیبایی

مقوله هسته این پژوهش با عنوان پروژه زیبایی براساس شش زیرمقوله (شکل ۱) شکل گرفته است. این مقوله ناظر به مسیری است که یک مراجعه‌کننده برای رسیدن و تصمیم عمل زیبایی تجربه می‌کند. این مفهوم براساس دیدگاه شیلینگ است که بدن را به‌مثابه پروژه می‌بیند. شیلینگ (۱۹۹۳) بدن را به‌مثابه پروژه ناتمامی معرفی می‌کند که در خلال مشارکت در جامعه تغییر می‌یابد. او برای اولین بار اندیشه پروژه‌بودن بدن را مطرح کرد. از نظر او، بدن ماهیتی است که پیوسته در معرض شدن است. پروژه‌ای که پیوسته باید روی آن کار کرد و آن را همچون بخشی از هویت فردی انسان تکمیل کرد. خلق و حفظ بدنی سالم و متناسب، نمونه‌ای از یک پروژه بسیار عمومی است. اندیشه وی درباره پروژه‌بودن بدن بر دو اصل تکیه دارد؛ اولین اصل به کاربرد دانش فنی در مداخله و تغییر در بدن اشاره دارد. اصل دوم به تعداد مردمانی مربوط است که به‌طور فزاینده آگاه می‌شوند که در نتیجه انتخاب نوع خاصی از شیوه زندگی، بدن در موقعیتی پایان‌ناپذیر قرار می‌گیرد [۴۳]. از این‌رو، با توجه مفاهیم و مقولات استنباط‌شده از یافته‌های پژوهش و با بسط دیدگاه شیلینگ، می‌توان اظهار داشت که زیبایی برای افراد مطالعه‌شده در این پژوهش در حکم پروژه‌ای است که پیوسته و به‌تدریج در جریان است تا بتوانند بخشی از هویت اجتماعی خود را تکمیل کنند. نگاه کردن به زیبایی به‌مثابه پروژه، حاکی از آن است که در بستر بافت فضایی موجود و فرهنگ ظاهرگرایانه حاکم بر جامعه، جراحی زیبایی راهی است برای تحرک عمودی و همسان‌گردی با فرهنگی که آن‌ها را به دلیل ظاهرشان متفاوت و از همه مهم‌تر، دون پایه در نظر می‌گیرد. از این‌رو، جراحی زیبایی شکلی از گذار است. گذار از یک هویت تحقیرشده و انگ‌خورده به هویتی دیگر و رسیدن به امتیازات و پایگاه دیگری از جمله پذیرش اجتماعی و اعتماد به نفس بالا. بنابراین، از منظر نگاه

پروژه‌ای و در جهت کنش‌های بازاندیشانه، معنا، تفسیر، و نگاه هریک از این زنان به جراحی‌شان متفاوت از دیگری است. آن‌ها به‌رغم شباهت‌هایی که در گفتار و عملشان وجود دارد، به گونه‌ای متفاوت و خاص به این پدیده می‌نگرند و آن را با توجه به پیش‌زمینه‌های ذهنی خود، تفسیر و معنا می‌کنند؛ البته مهم‌ترین مسئله جراحی همانا زیباتر شدن است و به تبع آن مورد توجه قرار گرفتن، اما تفاوت در تفسیر آن است. آن‌ها از زاویه‌های مختلف در پی آن‌اند تا نفس این پدیده را برای خود و برای دیگران معنا کنند. بنابراین، هویت آنان، متفاوت، پویا، زنده، و مستقل است و همچنان که بدن و زیبایی بخش عظیمی از آن را تشکیل می‌دهد، مقتضیات و شرایط عرفی جامعه نیز بر آن تأثیر می‌گذارد و آن‌ها به‌طور فعالانه و گزینشی بخش‌هایی از عناصر فرهنگ جامعه، چه سنتی و چه مدرن را می‌پذیرند و به آن اشاره می‌کنند.



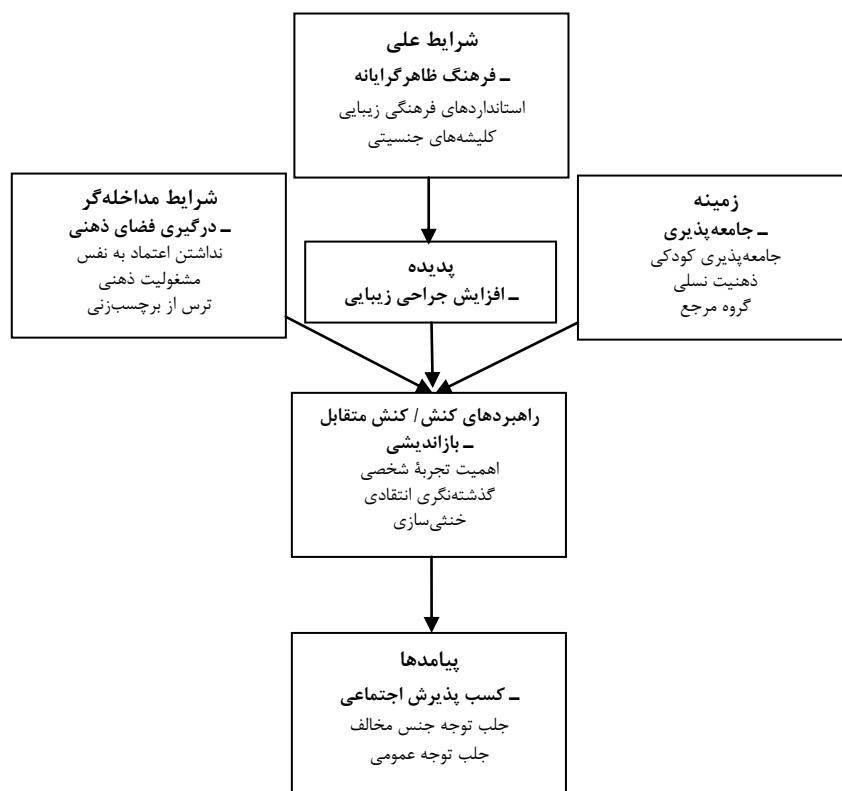
شکل ۱. رابطه مقوله اصلی با سایر مقوله‌ها

نظریه‌ مبنایی پژوهش

در این بخش، در پی آنیم با شرح کامل مدل پارادایمی، خط داستان برآمده از داده‌های پژوهش را مشخص کنیم. این خط داستانی، که با محوریت مقوله هسته (پروژه زیبایی) پدید آمده، سعی در ارائه وضعیتی کلی دارد تا همه مشارکت‌کنندگان را دربرگیرد؛ علاوه بر آن، براساس مدل پارادایمی سازماندهی شده است (رک: مدل پارادایمی، شکل ۲). فرهنگ ظاهرگرایی که مشتمل بر استانداردهای فرهنگی زیبایی و نقش کلیشه‌های جنسیتی است شرایط علی را برای کنشگران به ارمغان می‌آورد. فرهنگ ظاهرگرا رواج الگوهای رفتاری شکل‌گرفته بر پایه ظاهر را در پی خواهد داشت. در این فضا، کلیشه‌های جنسیتی موجود در جامعه و استانداردهای فرهنگ زیبایی، معیارهای خاصی از زیبایی را برای فرد ترسیم می‌کند که فرد در طول زندگی‌اش به دنبال رسیدن به آن است. بدین ترتیب، اصلی‌ترین پیامدی که فرهنگ ظاهرگرا به همراه دارد این است که نوعی ارزیابی هویتی ظاهرگرایانه از خویش در دختران پدید می‌آورد. آن‌ها درمی‌یابند که تجربه ناشی از تفاوت جسمانی، شاخص مهم هویت است و بدین ترتیب بدن جولانگاه عرضه هویت می‌شود. پدیده‌ها در زمینه‌های مختلف شکل خاصی به خود می‌گیرد. بنابراین، در پی اوج‌گرفتن فرهنگ ظاهرگرایانه پدیده زیبایی در بستر فرایند جامعه‌پذیری شکل ویژه‌ای به خود می‌گیرد. تأثیرات فرایند جامعه‌پذیری در قالب گروه مرجع، ذهنیت نسلی، و آموزه‌های دوران کودکی در پروژه زیبایی فرد مداخله می‌کند و می‌تواند از قوه به فعل رساندن عمل جراحی زیبایی مؤثر واقع شود. گروه مرجع، ذهنیت نسلی و آموزه‌های دوران کودکی، معیارهای خاصی از زیبایی را برای فرد ترسیم می‌کند که فرد در طول زندگی‌اش به دنبال رسیدن به آن است. در کنار شرایط علی و زمینه، درگیری فضای ذهنی به‌منزله شرایط مداخله‌گر باعث تخفیف یا تشدید پدیده‌ها می‌شود. به این معنا که نداشتن اعتماد به نفس، مشغولیت ذهنی، و ترس از برجسب‌زدن شرایطی را فراهم می‌آورد که مشارکت‌کننده ضمن احساس نارضایتی از زیبایی و بدن خویش به سمت عمل جراحی سوق داده شود.

مشارکت‌کنندگان با قرارگرفتن در شرایط علی، مداخله‌گر، و بستری خاص راهبردهایی را گزینش می‌کنند که با عنوان بازاندیشی در مدل پارادایمی ذکر شده است. راهبردهای کنش/کنش متقابل شیوه رفتاری است که افراد به دلیل حضور شرایط برمی‌گزینند. با اقدام به عمل جراحی در پی شرایط و بستر فوق کنشگران شروع بازاندیشی و تفکر در باب بدن و زیبایی‌شان می‌کنند و این امر را با راهبردهایی خردتری از جمله اهمیت تجربه شخصی، خنثی‌سازی، و گذشته‌نگری انتقادی انجام می‌دهد. کنشگران با سترون‌سازی و خنثی‌نگریستن به عمل جراحی میزان توجه به پروژه زیبایی را افزایش می‌دهند و به سوی تنوع‌طلبی و امکان عمل‌های بیشتر راهنمایی می‌شوند. به عبارتی، پروژه زیبایی بخش عمده‌ای از زندگی شخص را دربرگرفته و قرارگرفتن کنشگران در چنین شرایطی و اتخاذ راهبردهای مذکور، پیامدی را برای

فرد در پی خواهد داشت. این پیامد پذیرش اجتماعی است. به این معنا که مشارکت‌کنندگان طی توجه به پروژه زیبایی به جلب توجه عمومی، جنس مخالف، و جلب توجه برای ازدواج موفق می‌شود و در صورت بی‌توجهی و عدم پذیرش از سوی مشارکت‌کنندگان دچار کاهش اعتماد به نفس، انگ‌زنی، و تحقیر شخصیت خواهد شد. فرایند تحولات یادشده و الگوی پدیدار شده براساس مدل پارادایمی به علاوه مقوله هسته‌ای استخراج شده از داده‌ها، در مجموع ما را به هدف ارائه یک مدل و نظریه پردازی داده‌محور نزدیک کرده و همچنین هدف ارائه الگویی را که همه مشارکت‌کنندگان را دربرگیرد، برآورده کرده است.



شکل ۲. مدل پارادایمی پژوهش

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به نگره پروژه زیبایی برای تبیین اقدام به عمل جراحی اذعان می‌دارد. این نگره، با استفاده از روش‌شناسی کیفی و ابزار نظریه زمینه‌ای، نظریه‌ای موقعیتی، خاص، استقرایی، و

تفریدی از درک مشارکت‌کنندگان به دست داده شد. این نظریه در واقع بازتاب ارزیابی و فهم مشارکت‌کنندگان از عمل زیبایی است. پروژه زیبایی سازه‌ای است که از زیرمقوله‌هایی از قبیل: درگیری فضای ذهنی، فرهنگ ظاهرگرایانه، بازاندیشی، جامعه‌پذیری، و کسب پذیرش اجتماعی ساخته شده است. این مقوله بر پیوند بین بدن و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی تأکید دارد. هم‌چنان که «برخی از جامعه‌شناسان با توجه به برآمیختگی زیاد بعد جسمانی با مؤلفه‌های فرهنگی اجتماعی، بدن را یک سازه اجتماعی می‌دانند» [۴۲]. بر طبق مدل پارادایمی، فرهنگ ظاهرگرایی / شرایط علی، جامعه‌پذیری / بستر و زمینه، درگیری فضای ذهنی / شرایط مداخله‌گر، بازاندیشی / راهبرد کنش و کنش متقابل، و پذیرش اجتماعی / پیامد اقدام به عمل جراحی است. یافته‌های این پژوهش مؤید آن است که ملاحظات کلان‌تری از قبیل: فرهنگ ظاهرگرایانه بر اقدام زنان برای عمل جراحی مؤثر است، اما هرگز این به معنای تعیین‌شدگی فرد از سوی متغیرهای ساختاری نیست و فرد کنشگر با اتخاذ رویکردهای بازاندیشانه زیبایی را در قالب پروژه‌ای می‌داند که در پی اثبات عاملیت خویش بوده است. نکته آخر اینکه می‌توان شاخص‌های به‌دست‌آمده را در قالب سؤالات یک پرسش‌نامه تنظیم و از آن برای مطالعات کمی در زمینه بدن و عمل جراحی در جمعیت آماری مورد نظر استفاده کرد.

منابع

- [۱] آزادارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). «بدن به‌مثابه رسانه هویت»، مجله/انجمن جامعه‌شناسی/ایران، دوره ۴، ش ۴، ص ۷۴-۹۸.
- [۲] استونز، راب (۱۳۸۸). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران: مرکز.
- [۳] بالس، کریستوفر (۱۳۸۰). «ذهنیت نسلی»، ترجمه حسین پاینده، فصلنامه/رغنون، ش ۱۹، ص ۱-۳۱.
- [۴] پیرسون، کریستوفر (۱۳۸۴). معنای مدرنیت، گفتگوی کریستوفر پیرسون با آنتونی گیدنز، ترجمه علی‌اصغر سعیدی، تهران: کویر.
- [۵] جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- [۶] رضایی، احمد؛ اینانلو، مینا؛ فکری، محمد (۱۳۸۱). «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی دختران دانشگاه مازندران»، مطالعات رهبردی زنان، ش ۴۷، ص ۱۴۱-۱۷۰.
- [۷] رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹). توسعه و تضاد، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- [۸] _____ (۱۳۸۲). آناتومی جامعه، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- [۹] ریتزر، جورج (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- [۱۰] ذکایی، سعید، فرزانه، حمیده (۱۳۸۶). «زنان و فرهنگ بدن»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۱۱، ص ۴۳-۵۹.

- [۱۱] ذکایی، سعید (۱۳۸۶). «جوانان بدن و فرهنگ تناسب»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ش ۱، ص ۱۴۱-۱۷۱.
- [۱۲] کیوان آرا، محمود؛ ربانی، رسول؛ زیان پور، مهدی (۱۳۸۹). «قشر بندی اجتماعی و اصلاح بدن»، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، س ۱۲، ش ۴۷، ص ۵۷-۷۸.
- [۱۳] گافمن، اروینگ (۱۳۸۶). *داغ ننگ، چاره اندیشی برای هویت ضایع شده*، ترجمه مسعود کیانپور، تهران: مرکز.
- [۱۴] گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- [۱۵] _____ (۱۳۸۱). *جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری*، تهران: نی.
- [۱۶] گولومبوک، سوزان؛ رایین فی وش (۱۳۷۸). *رشد جنسیت*، ترجمه مهرناز شهرآرای، تهران: فقنوس.
- [۱۷] لویز، خوزه؛ اسکات، جان (۱۳۸۵). *ساخت نظریه اجتماعی*، ترجمه حسین قاضیان، تهران: نی.
- [۱۸] عنایت، حلیمه و مریم مختاری (۱۳۹۰). «نقش نگرش های جنسیتی در تصور بدنی»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، ش ۳، ص ۶۷-۸۷.
- [۱۹] محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۸۳). *وندالیسم*، تهران: انتشارات آن.
- [۲۰] موحد، مجید؛ عنایت، حلیمه؛ حسینی، مریم (۱۳۸۹). «آرایش و زندگی اجتماعی دختران»، پژوهش زنان، دوره ۸، ش ۱، ص ۷۹-۱۰۵.
- [۲۱] ویلیامز، فرانک پی؛ مک، شین؛ لین، ماری (۱۳۸۶). *نظریه های جرم شناسی*، ترجمه حمیدرضا ملک محمدی، تهران: میزان.
- [22] Adelman, M. (2008). The Beautiful and The Object, Gender, Identity and Constructions of The Body in Contemporary Brazilia Culture, London, Journal of Sociology, Vol.185, No.6.
- [23] Bourdieu, P. (1984) *D istinction*, Cambridge, M.A. Harvard University Press.
- [24] [Burr, V. (1998) *Gender and Social Psychology*, London, Routledge.
- [25] Camron, Michael Amin, 2004. Importing "beauty culture" into Iran in the 1920s and 1930s : Mass Marketing individualism in the age of anti-imperialism sacrifice; comparative Studies of South Asia, Africa and Middle East, 24:1
- [26] Crossley, Nick (1995), "Body Techniques, Agency and Intercorporeality: On Goffman's Relations in Public", *Sociology*, Vol. 29, No.1.
- [27] Davis, Kathy, (2003). "Surgical Passing : Or Why Michael Jackson's Nose Makes us Uneasy", *Feminist Theory*, n.4.
- [28] Denzin, N. (2003) *Strategies of Qualitative Inquiry*, California: Sage Publications.
- [29] Featherstone, M. (1991) *Consumer culture and postmodernism*, London: Sage.
- [30] Foucault, M. (1980) "The eye of power", in C. Gordon (ed) *Power and knowledge : Michael Foucault's selected interviews and other writings*, New York: Pantheon Books.
- [31] Frost, liz (2003), "Doing Bodies Differently? Gender, Youth, Appearance and Damage", *Journal of Youth Studies*, Vol. 6, No.1.
- [32] Gimlin, D. (2000) "Cosmetic surgery: beauty as commodity", *Qualitative Sociology*, Vol. 25, No.1, pp: 77-98.

- [33] Goffman, Erving (1959), *the presentation of Self in Every Day Life*, Doubleday Anchor Books, Doubleday and Company, Inc, New York: Garden City.
- [34] Glaser, B. G. and Strauss, A. (1967) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, New York: Aldine de Gruyter.
- [35] Gulbas Lauren E(2008), *Cosmetic Surgery and the politics of race, class and gender in Caracas*, Dissertation presented to the Graduate Faculty of Dedman College, Southern Methodist University in Partial Fulfillment of the Requirements for the degree of Doctor of Philosophy, Venezuela, 328 pages.
- [36] Hancock, P. et al. (2000) *The body culture and society*, Buckingham: Open University Press.
- [37] Johansson, T. (2000) *Social psychology and modernity*, Buckingham: Open University Press.
- [38] Jones, M.R. & C.J, Heyes, (2009). "Cosmetic surgery in the age of gender" in Cressida J. Heyes & Meredith Jones (eds), *Cosmetic Surgery: A Feminist Primer*, Ashgate, England.
- [39] Lash, Ch.(1991) *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectation*. New York: Norton.
- [40] Liu, X. (2000). The Condition Effect Of Peer on The Relationship Between Parental Labeling and Youth Delinquency. *Sociological Perspectives*. 43, 3, 499- 514.
- [41] Luo, Wei. (2008). "Aching for the Modern Body: Chinese Women's Consumption of Cosmetic Surgery." PhD Dissertation, The University of Utah, Salt Lake City, UT, USA
- [42] Nettleton, Sarah & Watson, Jonathan(1998), *The Body in Everyday Life*, London and New York, Routledge.
- [43] Nettleton, Sarah (1996), *The Sociology of Health and Illness*, USA: Polity Press.
- [44] Schilder, P.C. (1950). *The Image and Appearance of The Human Body*. New York: International University Press.
- [45] Shilling, C.(1993). *The Body and Socioal Theory*, London, Sage.
- [46] Song, Julie, (2009). Saving Face: Asian American Women and the Politics of Cosmetic Surgery" Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Atlanta Hilton Hotel, Atlanta, GA, Aug 16, online at : http://www.allacademic.com/meta/p107479_index.html
- [47] Strauss, A. and Corbin, J. (1998) *Basics of Qualitative Research*, Second Edition, London: Sage Publications.
- [48] Stryker, S. (2000) "Identity Theory", in Edgar F. Borgatta and J. V. Khonda (eds.), *Encyclopedia of Sociology*, Montgomery, USA: McMillan.
- [49] Turner BS (1992) *Regulating Bodies: Essays in Medical Sociology*. London: Routledge
- [50] Turner, Bryan, S(1996), *body and Society (Explorations in Social theory)*, London: sage.
- [51] Turner, Bryan(2009). *The Sociology of the Body*, in *The New Blackwell Companion to Social Theory*, Blackwell Publishing Ltd. ISBN: 978-1-405-16900-
- [53] Webster, M. & Driskell, J (1983), "Beauty as Status", *American Journal of Sociology*, Vol.89, No. 1.