

تحلیل جامعه‌شناختی بازنمودهای جراحی زیبایی به مثابه رسانه هویت فرهنگی در مردان جوان تهرانی

بهاره عباسی^۱، منصور حقیقتیان^۲، احمد مؤذنی^۳

چکیده

این پژوهش با استفاده از رویکرد نظریه زمینه‌ای، جراحی زیبایی در مردان جوان تهرانی را مطالعه کیفی کرده است. با استفاده از فن مصاحبه نیمه‌ساختار یافته، با ده مرد جوان تهرانی که جراحی زیبایی کرده بودند، از طریق نمونه‌گیری هدفمند و با بیشترین تنوع ممکن مصاحبه عمیق شد. از مصاحبه هشت اشباع مفهومی حاصل شد، ولی برای اطمینان بیشتر تا نفر دهم مصاحبه‌ها اطمینان یافت. داده‌ها با استفاده از مدل پارادایمی اشتروس و کوربین، مقوله‌بندی و سپس مدل پارادایمی آن ترسیم شد. نتایج پژوهش نشان داد الگوپذیری، حساسیت به زیبایی و تناسب‌اندام، حقارت عضوی و دلزدگی از روزمرگی، از جمله موارد اقدام مردان جوان به جراحی زیبایی است. فشار اطرافیان، زیبایی مردانه کلیشه‌ای و مشوق‌های پزشکی از عوامل مداخله‌گر این تصمیم است که راهبردهایی چون واپس‌زنی پیری، تحقیقات قبل از عمل جراحی، ریسک‌پذیری و آزادی‌خواهی در سلیقه‌ها را در پی دارد. برخی از پیامدهای این راهبردها، نمایشی بودن بدن، موش آزمایشگاهی، تقلید وارونه و ماندگاری عوارض بعد از عمل است.

واژه‌های کلیدی

ایده خلق بدن، بدن‌نمایشی، جراحی زیبایی، زیبایی اکتسابی، مدل پارادایمی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۱۰

۱. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی (گرایش گروه‌های اجتماعی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

Baharehabasi@dehaghan.ac.ir

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان (نویسنده مسئول)

haghighat@dehaghan.ac.ir

Ahmad.moazzeni@pnu.ac.ir

۳. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران

مقدمه

بشر موجودی با قالب جسمانی و بدن مادی است و در این قالب جسمانی تفاوت‌های جنسیتی، نژادی، قومی و طبقاتی متجلی می‌شود. رواج توجه مجدد به بدن در متون جامعه‌شناسی دو دهه اخیر مباحث گسترده‌ای را حول موضوعاتی نظیر هویت، جنبش اجتماعی، فرهنگ مصرفی، سبک زندگی، اخلاق و حتی در حیطه نظریه‌پردازی اجتماعی ایجاد کرده است. به‌گونه‌ای که به‌موازات کاربرد استعاره‌هایی نظیر بازگشت به فرهنگ، بازگشت به زبان (در اشاره به رواج اندیشه‌های پسامدرن یا پساساختاری) می‌توان از استعاره‌های «جامعه بدنی^۱» و «عصر بدن^۲» (Hancock, 2000: 9)، نیز سخن گفت. فرایندهای بسیاری را می‌توان در اهمیت و جایگاه بدن ارتقاء یافته و بدنی شدن فرهنگ^۳ به‌خصوص با مخاطب قراردادن جوانان برشمرده که از آن جمله می‌توان به رشد فناوری‌های سلامت، تغذیه و ورزش، صنعت زیبایی و مد، افزایش علاقه به جوانی، اولویت یافتن مصرف، فردگرایی فرابنده، توجه به تمایز و سبک زندگی، رسانه‌ای شدن فرهنگ (به‌ویژه تأکید بر بدن زیبا و جوان) و اهمیت یافتن فرهنگ عامه‌پسند، اشاره کرد (ذکائی، ۱۳۸۶: ۱۱۸).

این پژوهش در پی بررسی ذهنیت مردان جوان به‌منزله کنشگرانی است که به تغییر و برجستگی هویت‌های ظاهری خود در قالب انجام جراحی‌های زیبایی گرایش دارند. جایگاه شهر تهران به لحاظ آماری در زمینه تغییرات هویتی و استقبال به برجسته شدن هویت‌های ظاهری در قالب عمل‌های جراحی ایجاب می‌کند که با در نظر داشتن الگوهای فرهنگی، سبک زندگی و تأثیر آن بر بدن به توصیف، تحلیل، تفسیر و استراتژی‌های عمل انگیزشی مردان جوان به جراحی‌های زیبایی جدید بپردازیم.

ایران از نظر تعداد جراحی‌های زیبایی در دنیا مقام اول را دارد. چهار دهه پس از ورود جراحی‌های پلاستیک به ایران، متقاضیان جراحی‌های زیبایی دختران و زنان طبقه متوسط به بالای جامعه بودند، اما امروز تعداد متقاضیان جراحی زیبایی افزایش یافته است و تنها با سه میلیون تومان می‌توان جراحی زیبایی و با چهار میلیون تومان می‌توان جراحی زیبایی اندام کرد (رضایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴۵). به‌عبارتی دیگر عمل جراحی خاص طبقه بالای جامعه نیست. درگذشته ملاک‌هایی چون تحصیلات، پایگاه اجتماعی، پایگاه اقتصادی و فرهنگی عاملی مهم در ارائه هویت افراد بود. با کم‌رنگ شدن این عوامل، برگ خریدهای ظاهری در هویت جوانان با مدیریت در بدن و اعمال انواع جراحی‌های زیبایی رنگ تازه‌ای به خود یافته

-
1. Somatic Society
 2. Somatic Turn
 3. Cultural Embodiment

است. شهر تهران هم به‌عنوان نماد مدرنیته و پایتخت ایران، تحت تأثیر رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، تجاری شدن، رشد فرهنگ مصرفی، افزایش سطح تحصیلات و سواد رسانه‌ای و ... است. این تحولات تأثیر شگرفی بر مقوله بدن و برجستگی هویت‌های ظاهری در میان جوانان گذاشته است. جراحی زیبایی و مدیریت بر بدن تنها مسأله شخص نیست، بلکه موضوعی اجتماعی است. پژوهش‌های انجام‌شده در ارتباط با موضوع تحقیق اغلب در حوزه روان‌شناسی است و جنبه خاصی از رویکرد پژوهش را بررسی کرده است و به لحاظ زمانی و مکانی با موضوع حاضر تفاوت دارد. همچنین بیشتر پژوهش‌ها در حوزه زنان بوده است، اما زیبایی‌گرایی کاملاً طبیعی و مشترک بین تمامی انسان‌هاست. امروزه گرایش به زیبایی به مرحله خودنمایی رسیده است. جوانان و حتی میان‌سالان به‌تبع گرایش‌ها و اقتضای سنی خود، با صرف هزینه‌های گزاف و قبول عواقب جسمانی، روانی و حتی جانی، در پی زیبایی هستند. زیبایی‌تصنعی شاید بهترین عبارت برای دست‌کاری‌هایی مانند برجسته کردن لب، کاشت گونه، کاشت نگین در چشم، بوتاکس، جراحی‌های لیپوماتیک و پیکرتراشی، عمل لیفت بدن، تغییر رنگ قرینه چشم، بزرگ کردن سینه و باسن باشد.

جامعه امروز با یک مسأله ضروری و درعین حال غیرقابل مدیریت یا حداقل مدیریت پیچیده مواجه است که می‌تواند و توانسته است زندگی تک‌تک افراد را درگیر کند. جوانان به دلایل جنسیتی، پزشکی و بیولوژیک بیشتر درگیر آن هستند. حال که جامعه ایران در دهه‌های اخیر تحت تأثیر فرایندها و روندهای جهانی تحول فرهنگی و اجتماعی دستخوش تغییرات گوناگونی بوده‌اند، تغییراتی که نظریه‌پردازان اجتماعی با مفاهیمی مانند رسانه‌ای شدن، شهری شدن، تجاری شدن، کالایی شدن، اطلاعاتی شدن (فاضلی، ۱۳۹۳: ۳۰۲) از آنها یاد کرده‌اند و ضروری است که به این مفاهیم در حوزه جامعه‌شناسی پردازیم.

مبانی نظری پژوهش

با توجه به تفاوت‌های فلسفی - پارادایمی دو روش کمی و کیفی به‌جای استفاده از چارچوب نظری برای تدوین و آزمون فرضیات، از چارچوب مفهومی برای استخراج سؤال یا سؤالات پژوهش استفاده می‌شود. چارچوب مفهومی، مجموعه مفاهیم به هم مرتبطی است که بر مفاهیم و تم‌های عمده مطالعه شده تمرکز دارد و آنها را در قالب نظامی منسجم و مرتبط به همدیگر پیوند می‌دهد (محمدپور، ۱۳۸۸: ۴۵).

در این پژوهش، از نظریات برخی از جامعه‌شناسان، برای آشنایی با مفاهیم و نظریات مرتبط با موضوع استفاده شده است. در ادامه به‌طور خلاصه نظریات دورکیم، ترنر، گافمن، فوکو و بوردیو درباره بدن و هویت را بررسی خواهیم کرد.

دور کیم^۱ یکی از پیشگامان توصیف و تحلیل رابطه بین هویت و تشریفات بدن است و معتقد است بدن در طول تاریخ عنصری مرکزی در جامعه بوده است. به اعتقاد او توتمیزم یکی از صورت‌های ابتدایی مذهب است؛ زیرا شامل مجموعه‌ای از اعتقادات و اعمال است که مردم آن را مقدس می‌شمارند و به آنها هویتی مشترک می‌دهد. در هر کلانی با توتمی خاص، مراسمات و تشریفات مذهبی خاصی وجود داشت که هر فرد را با کلان خود منسجم ساخته و آن کلان را از کلان‌های دیگر متمایز می‌ساختند. تشریفات مذهبی، شامل راز و نیازها، رقص‌ها و خال‌کوبی‌های خاصی بودند. کسانی که به بهترین شیوه نشانه‌های کلان خود را بر بدن داشتند و ظاهر خود را طبق اعتقادات و باورهای کلان زینت می‌دادند و جایگاه بالایی در جامعه داشتند. به‌رغم تفاوت بین افراد جوامع مدرن و ماقبل مدرن، تحلیل دورکیم از نمایش‌ها و مراسمات، بینشی قوی به ما می‌دهد زیرا در دنیای مدرن نیز افراد از طریق نمادها و نشانه‌هایی هویت می‌پذیرند که مقبول‌گروه خاصی در جامعه است. امروزه در دنیای مدرن نیز افراد به‌نوعی ظاهر خود را مدیریت می‌کنند که در راستای الگوی مصرف که معرف طبقه افراد است، قرار بگیرند (Longman, 2003).

ترنر^۲ در کتاب معروفش باعنوان «بدن و جامعه» در سال ۱۹۸۴ مباحث گوناگونی درخصوص بدن و جامعه مطرح می‌کند و معتقد است تغییراتی چون صنعتی شدن، فردگرایی و مدرنیته سبب توجه به بدن شده و بدن در این دوران با هویت و با مفهوم خود ارتباط پیدا کرده است. البته ظهور خود مدرن، کاملاً با توسعه مصرف‌گرایی و مصرف مرتبط است. ترنر توجه تجاری و مصرفی به بدن را به‌عنوان نشانه‌ای از زندگی خوب و شاخصی از سرمایه فرهنگی در جوامع مدرن و پسا صنعتی می‌داند و توجه به زیبایی بدن، انکار بدن سالخورده، طرد مرگ، اهمیت ورزش و ارزش متناسب بودن بدن در جوامع از پیامدهای آن است. ترنر بدن را به دو قلمرو داخلی و خارجی تفکیک می‌کند. از نظر او وجه بیرونی بدن که حامل شخصیت و هویت انسان هستند، در فضاهای اجتماعی موردتوجه است. این وجه بدن به پرهیز از خویش‌داری، یعنی کنترل امیال و تمناها و نیازها به نفع سازمان اجتماعی و تثبیت نظم جامعه مربوط است. ترنر جنبه‌های خارجی بدن را در کانون مطالعات فرهنگ مصرفی قرار می‌دهد و ترنر تحت تأثیر فوکو بر این باور است که موضوع بدن نباید فقط در سطح فردی مطالعه شود، بلکه لازم است به بدن جمعیت‌ها نیز توجه شود (Turner, 1996: 58-59). ترنر معتقد است به مدد فناوری پزشکی از طریق جراحی‌های پلاستیک و زیبایی، دندانپزشکی و

1. David Emil Durkheim

2. William Turner

غیره، ایده خلق بدن‌ها به وجود آمده است. به عبارت دیگر تغییراتی چون صنعتی شدن، فردگرایی و مدرنیته، سبب توجه به بدن شده است و بدن در این دوران با هویت و مفهوم خود ارتباط یافته است. البته، ظهور خود مدرن کاملاً با توسعه مصرف‌گرایی و مصرف مرتبط است (Turner, 1996: 6). پیش از چند دهه اخیر، بدن نقش چندانی در مباحث جامعه‌شناختی نداشته است. براین ترنز معتقد است عامل اصلی این امر را باید در اندیشه و البته دکارتی^۱ جست‌وجو کرد. رنه دکارت در کتاب گفتار درباره‌ی روش با بیان این گزاره که می‌اندیشم، پس هستم، رأی به دوالیسم ذهن و بدن می‌دهد و هستی انسان را بسته به اندیشه او می‌داند. چنین نگرشی برای انسان کنشگر، قائل به هیچ مشروعیتی برای مباحثات بدن در علوم انسانی نیست، بدین ترتیب، برای سالیان دراز، بدن در حوزه علوم طبیعی تعریف می‌شود و علوم اجتماعی از پرداختن به آن غفلت می‌کنند. کنشگر اجتماعی، نه بر اساس بدن جسمانی خویش، بلکه بر مبنای آگاهی، معنا، دانش و معرفت مورد شناخت و بررسی علمی اندیشمندان اجتماعی قرار می‌گیرد و چیستی آن به ورطه نقد کشیده می‌شود (ذکائی و امن‌پور، ۱۳۹۲: ۸۶). ازجمله مکاتب جامعه‌شناسی که بدن را به‌عنوان موضوع مباحث خود قرار دادند، می‌توان از مکتب کنش متقابل نمادین و آثار جامعه‌شناس کانادایی تبار، اروینگ گافمن^۲، یاد کرد. گافمن با اثر «نمود خود در زندگی روزمره» (۱۹۵۹) به بحث خود اجتماعی و خود انسانی می‌پردازد. گافمن بر این تأکید می‌کند که چگونه بین خود اجتماعی ما و هویت اجتماعی ما با خود واقعی مان فاصله وجود دارد. گافمن برداشت از خود را با رهیافت نمایشی‌اش تشریح می‌کند. گافمن با رویکرد نمایشی خود، نقش‌های اجتماعی، موقعیت‌های اجتماعی و ... را تنها نمایش‌هایی می‌بیند که در زندگی روزمره اجرا می‌شوند. به عقیده او «خود» افراد به‌وسیله نقش‌هایی که در این موقعیت‌ها اجرا می‌کنند، شکل می‌گیرد و معنا می‌یابد. منظور گافمن از خود تا اندازه زیادی به بدن اشاره دارد. وی در این باره می‌گوید: خود یک چیز اندامی نیست که جای خاصی داشته باشد، پس در تحلیل خود باید از صاحب خود، یعنی از کسی که بیشترین سود و زیان را از خود می‌برد صرف‌نظر کنیم، زیرا او و بدن او تنها کاری که می‌کنند این است که قلابی را فراهم کنند که بتوان نوعی فرآورده‌ی گروهی را برای مدتی معین به آن آویزان کرد، پس وسایل تولید و حفظ خود، در قلابی که خود به آن آویزان می‌شود، قرار ندارد (Goffman, 1995: 252-253). گافمن خودی را که باید در کنش‌های متقابل زندگی روزمره در نقش‌های گوناگون خلق شود را بسیار آسیب‌پذیر می‌داند، بنابراین برای محافظت از خود و اجراهای آن

1. René Descartes
2. Erving Goffman

در زندگی روزمره مفهوم مدیریت تأثیرگذاری را مطرح می‌کند. وی در پرداخت این مفهوم چنین ادعا می‌کند که افراد در هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد، اما کنشگران حتی در حین انجام این عمل می‌دانند که حضارشان ممکن است در اجرای نقش آنها اختلال ایجاد کنند. به همین دلیل کنشگران نیاز به نظارت بر حضار را احساس می‌کنند، به‌ویژه مراقبت از عناصری که ممکن است اختلال‌گر باشند. کنشگران امیدوارند خودی را که به حضار نشان می‌دهند به اندازه‌ای قدرتمند باشد که خودشان می‌خواهند نشان دهند. کنشگران همچنین امیدوارند که نمایش آنها حضارشان را وادارد تا داوطلبانه به دلخواه آنها عمل کنند. گافمن این علاقه اصلی را به‌عنوان «مدیریت تأثیرگذاری» مطرح کرد (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۹۶).

میشل فوکو را باید یکی از معروف‌ترین صاحب‌نظرانی دانست که در نوشته‌ها و کتاب‌های خود دربارهٔ پزشکی و زندان و جنسیت به بدن توجه کرده است. او بدن را به‌عنوان ابژه قدرت و دانش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و بدن را هم چون فرآورده قدرت و دانش می‌پندارد و آن را ساخته و پرداخته اجتماع می‌داند. فوکو که در مباحثش به چگونگی می‌پردازد و نه چرایی، معتقد است که بدن جزئی از روابط قدرت است و قدرت بدن را به انقیاد خود درآورده است و از لحاظ سیاسی و اقتصادی مفید و سودمند می‌کند. البته به‌زعم فوکو، روابط قدرت فراتر از نهاد دولت و انقیاد بدن، به‌واسطه فناوری سیاسی خاص صورت می‌گیرد. فناوری سیاسی بدن مجموعه فن‌هایی است که روابط سه‌گانه قدرت، دانش و بدن را به یکدیگر پیوند می‌دهند. به نظر فوکو افراد می‌توانند در بدن‌های خود درستکاری کنند و آن را به اطاعت وادارند و این خود منبث از گفتمان‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. او بدن را واسطه‌ای برای اعمال و ابراز قدرت می‌بیند (فوکو، ۱۳۸۸: ۱۷۰). از دیدگاه فوکو، این روابط قدرت است که در هر دوره‌ای از تاریخ اجتماعی، بدن را تولید و بازتولید می‌کند. روابط قدرت، ضمن سرمایه‌گذاری در بدن، به نشانه‌گذاری و تربیت آن مبادرت می‌کند و بدن را برای انجام وساطت و ساطع کردن انواع نشانه‌ها تحت فشار قرار می‌دهد. فوکو با چنین نگرشی، زمینه‌های تاریخی سلطه روابط قدرت و انضباط بر بدن را در نهادهای مختلف مانند زندان ترسیم می‌کند و توضیح می‌دهد که چگونه از خلال بدن‌ها هنجارها و عرف اجتماعی تحقق پیدا می‌کند. بدن علاوه بر تأثیرپذیری از ساختارهای کلان اجتماعی، به‌وسیلهٔ راهبردهای خود، مستقیماً از سوی دارنده آن نیز متأثر می‌شود. در مجموع می‌توان این‌گونه گفت که فوکو بدن را فرآورده قدرت و دانش می‌پندارد و آن را ساخته و پرداخته اجتماع می‌داند که فرد می‌تواند آن را تغییر دهد، عرضه کند و حتی از لحاظ اجتماعی مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. در واقع، فوکو پیکر آدمی را در ارتباط با مکانیسم‌های قدرت تحلیل می‌کند. بدن انسان کانون قدرت می‌شود و این قدرت به‌جای آنکه همچون دورهٔ

ماقبل مدرن تجلی برونی پیدا کند، تحت انضباط درونی ناشی از کنترل ارادی حرکات بدنی قرار می‌گیرد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱: ۶۱).

نظریات پیر بوردیو^۱ را نیز می‌توان در سطح کلان و نظریات تلفیقی طبقه‌بندی کرد. بوردیو هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه می‌داند. وی در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌شود. بوردیو تولید این سرمایه فیزیکی را درگرو رشد و گسترش بدن می‌داند، به گونه‌ای که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی شود. از نظر بوردیو، بدن در حکم شکل جامعی از سرمایه فیزیکی است (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۱۸). بوردیو در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌شود. وی تولید این سرمایه فیزیکی را درگرو رشد و گسترش بدن می‌داند، به گونه‌ای که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی می‌شود. بدن به عنوان شکل جامعی از سرمایه فیزیکی دربردارنده منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است. وی با در نظر گرفتن بدن به عنوان امری فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۴۲). بوردیو همچنین نشان می‌دهد که سلیقه یکی از شاخص‌های سرمایه فرهنگی جامعه را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، سلیقه مقوله‌ای اجتماعی است و تنها به واسطه نزاع و کشمکش عواملان و کنشگران فعال می‌تواند تغییر کند و افراد طبقات اجتماعی بالاتر، توانایی این را دارند که سلیقه‌هایشان را موردپسند همگان بسازند و با سلاقی افراد طبقات پایین مخالفت کنند. بوردیو بر این اعتقاد است که سلیقه و ذائقه طبقاتی افراد است که اشکال خاصی از بدن را بازتولید می‌کند و در رابطه‌ای دوسویه جایگاه منزلتی آنها را به نمایش می‌گذارد. سلیقه یعنی فرهنگ طبقاتی که به طبع و سرشت مبدل شده، یعنی جسمیت یافته است، به شکل‌گیری بدن طبقاتی کمک می‌کند. این یکی از اصول مندرج در طبقه‌بندی است که بر همه شکل‌های الحاق، انتخاب و تعدیل همه چیزهای حاکم است که بدن، چه از لحاظ فیزیولوژیک و چه به لحاظ روان‌شناختی می‌دهد و هضم و جذب می‌کند. در نتیجه، بدن قطعی‌ترین تحقق مادی سلیقه طبقاتی است که به طرق گوناگون آن را عیان می‌سازد. این کار در وهله نخست، (حجم، قد و وزن) و شکل‌های رویت‌پذیر آن انجام می‌گیرد که کل رابطه با بدن را به شیوه‌های بی‌شمار می‌نمایاند، یعنی روش‌های رفتار با بدن، مراقبت از بدن تغذیه کردن بدن و نگهداری از بدن که ژرف‌ترین طبایع ریخت را بر ملا می‌کند (بوردیو، ۱۳۹۳: ۲۶۳).

روزنبرگ دربارهٔ مرزهای برداشت از خود، بحث می‌کند. او به سه نوع خود به ترتیب خود موجود، خود دلخواه^۲ و خود وانمودی اشاره می‌کند. به اعتقاد او مرزها شناخت‌هایی هستند که خارج از کنشگر قرار دارند و باعث می‌شوند که فرد احساس سربلندی یا شرمساری کند: «سربلندی به دلیل اتومبیل جدیدم، شرمساری به دلیل لباس از مد افتاده‌ام، سربلندی از افتخاری که نصیب شده، شرمساری یا دلخوری از شکست گروه ورزشی دانشکده‌ام»

روزنبرگ میان خود موجود، خود دلخواه و خود وانمودی نیز تمایز قائل می‌شود. خود موجود، تصویری است که ما هم‌اکنون از شکل خودمان داریم؛ خود دلخواه، تصویری است از آنچه دوست داریم، باشیم و خود وانمودی، شیوه‌ای است که ما در موقعیتی خودمان را نشان می‌دهیم. روزنبرگ این نکته را می‌داند که مفهوم برداشت از خود، یک‌رشته‌انگیزش‌ها و هدف‌ها مطلوبی را نیز برای کنشگر در برمی‌گیرد. دو انگیزه هستند که از همه انگیزه‌های دیگر برترند. نخست، انگیزه احترام به خود یا میل خوب فکر کردن درباره خود و دوم، انگیزه تداوم خود یا «میل محافظت از مفهوم برداشت از خود در برابر دگرگونی یا حفظ تصویری است که از خود داریم» (Rosenberg, 1979: 53).

روش پژوهش

زبان پژوهش کیفی، زبان «تفسیر» است. پژوهشگران کیفی موردها را در بافت خودشان مورد بحث قرار می‌دهند و نظریه‌هایی را بر پایه داده‌ها بیان می‌کنند (Neuman, 1994: 365). در میان گونه‌های مختلف تحقیق کیفی، روش نظریه زمینه‌ای، از جمله روش‌هایی برای محققان است که درصدد شناخت دقیق و منظم دیدگاه‌ها و معانی افراد در موقعیتی خاص است. این پژوهش با روش کیفی و نظریه زمینه‌ای انجام شده است. نظریه زمینه‌ای تکیه‌گاه داده‌هایی است که در مورد موقعیتی خاص جمع‌آوری می‌شود (فراستخواه، ۱۳۹۵: ۱۲۵). در این مطالعه ده مرد جوان تهرانی که تجربه جراحی زیبایی داشتند، با روش نمونه‌گیری مبتنی بر هدف و با بیشترین تنوع ممکن، از کل شهر تهران انتخاب شدند تا بتوانیم میزان گرایش به جراحی‌های زیبایی بین مردان را با میزان رفاه اقتصادی و معیشتی آنان، مقایسه کنیم.

روش گردآوری داده‌ها با مصاحبه انجام شد و تمامی مصاحبه‌ها، پس از ضبط شدن، مکتوب و در چندین مرحله، کدگذاری و تحلیل شدند. در روند اصلی ساختن و پرداختن نظریه، سه نوع کدگذاری انجام شد؛ کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی (Strauss & Corbin, 1998: 57-58). برای سنجش اعتبار و پایایی این پژوهش فرایند کدگذاری،

1. Self contained
2. Customise your

مفهوم‌سازی و استخراج مقولات با تکیه بر روش ممیزی، با کمک اساتید و با مراجعه به کتاب‌ها و متون مرتبط با موضوع پژوهش انجام شد. همچنین با روش گروه‌های متمرکز، از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا یافته‌های کلی را بازبینی کنند تا از درستی انتخاب مقوله مدنظر اطمینان نسبی حاصل شود. در برخی از مصاحبه‌ها، محقق احساس کرد که مشارکت‌کننده کلیشه‌ای جواب می‌دهد، بنابراین از روش وارونه کردن سؤالات استفاده کرد. درنهایت، برای رسیدن به معیار اعتبار یابی یافته‌ها یا قابلیت اعتماد از کنترل، از چهار نفر از مشارکت‌کنندگان که محقق امکان ارتباط مجدد با آنها را داشت، خواست تا یافته‌های کلی را ارزیابی کرده و در مورد صحت آنان نظر دهند. مشارکت‌کنندگان با روش گروه‌های متمرکز صحت یافته‌های به‌دست‌آمده را تأیید کردند. درنهایت، فرایند و جریان شکل‌گیری معنا در ذهن کنشگران بر بسترها و تعاملات، پس‌زمینه‌ها و استراتژی‌های کنشی که آنها دنبال می‌کردند و همچنین مدل برگرفته از پارادایم نشان داده شد.

چارچوب نمونه^۱ در نظریه زمینه‌ای به‌جای اینکه معرف آماری^۲ باشد، هدفمند^۳ و نظری^۴ است. هدفمند بدین معنا که بتواند حسب موضوع و مسأله و موقعیت تحقیق، گروه‌های هدف اطلاع‌رسان را تعریف کند، از آنها که درگیر و حامل انواع تجربه زیسته و اندیشیده در موقعیت بوده‌اند و هستند. نظری بودن نمونه نیز به این معنی است که کفایت لازم را برای اینکه نمونه‌گیری نظری، فرایندی تکرارشونده است تا به حدی از کفایت محتوایی برسد که ما را به سطح انتزاع نظری و اکتشاف نظریه برساند (فراستخواه، ۱۳۹۸: ۱۳۵).

در ادامه، جدول شماره ۱ مربوط به مشخصات مشارکت‌کنندگان (سن، تحصیلات، محل زندگی، وضعیت تأهل، شغل، نوع و هزینه عمل جراحی)، ارائه می‌شود. برای رعایت اصول اخلاقی و رازداری، تعدادی از اسامی، مستعار هستند.

-
1. Sampel Fram
 2. Representative Sample
 3. Purposive Sample
 4. Theoretical Sample

جدول ۱. اطلاعات دموگرافیک مشارکت‌کنندگان

ردیف	نام	سن	وضع تأهل	تحصیلات	شغل	محل سکونت	نوع جراحی
۱	طهمورث	۳۲	مجرد	فوق‌دیپلم	شاغل	قبطریه	جراحی باسن
۲	اشکان	۱۹	مجرد	دانشجوی فیزیک	-----	دروس	خالکوبی- جراحی بینی و چونه
۳	علی	۳۶	متأهل	دکترای گوش و حلق و بینی	پزشک	شیخ بهایی	جراحی پلک
۴	رضا	۳۷	متأهل	رشته خلبانی	خلبان	الهیه	لیپوساکشن
۵	عابد	۳۷	متأهل	فوق‌دیپلم کامپیوتر	آزاد	آبادانا	جراحی قد
۶	علیرضا	۳۶	متأهل	دکتر	دندانپزشک	گیشا	پیوند و کاشت مو، بوتاکس
۷	حسین	۳۵	مجرد	لیسانس	کارخانه‌دار	ونک	تغییر رنگ چشم (فمتولیزیک) بینی
۸	حبیب	۳۷	متأهل	دیپلم	کارگر نقاش ساختمان	یافت‌آباد	پیوند مو
۹	علی	۳۴	مجرد	لیسانس	فروشنده	سعادت‌آباد	جراحی بینی و چونه و گونه
۱۰	بهرنگ	۳۴	مجرد	لیسانس	کارشناس فروش	هفت‌حوض	تزریق چربی به صورت

❖ سال بیست و یکم، شماره پنجاهم، تابستان ۱۳۹۹

تحلیل داده‌ها و کدگذاری^۱

فرایند کدگذاری یا روند تجزیه و تحلیل داده‌ها نشانگر عملیاتی است که در آن داده‌ها خردشده، مفهوم‌پردازی می‌شوند و آنگاه به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل می‌شوند

که این همان فرایند اصلی است که در آن نظریه بر اساس یافته‌ها تدوین می‌شود. کدگذاری، روند اصلی ساختن و پرداختن نظریه از داده‌هاست (ازکیا و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۱۸).

کدگذاری باز

کدگذاری باز یا کدگذاری بدوی عبارت است از فروشکستن داده‌های کیفی به بخش‌های مجزا، بررسی دقیق و مقایسه آنها برای یافتن شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۸). به نقل از سالدنا، (۱۳۹۵: ۱۵۵).

در مرحله اول مصاحبه‌ها و مشاهده‌ها، «تحلیل خط به خط» می‌شوند. این روش در مصاحبه‌های انجام‌شده در این تحقیق، به کار گرفته شده است. در مرحله دوم تمام مفاهیم مشترک پشت سر هم مرتب و مفهومی که مشتمل بر همه داده‌های مشترک باشد استخراج گردید. سپس مفاهیم در چتر بزرگ‌تری به نام خرده مقولات و در نهایت مقولات اصلی شکل گرفت. تمام این مراحل در طول انجام گردآوری داده‌ها، به صورت رفت و برگشتی و رسیدن به مفاهیم جدید، مورد بازبینی قرار گرفت. جهت اعتباربخشی به کتاب‌های تخصصی جامعه‌شناسی در مرحله اول استفاده شد. در مرحله آخر از همفکری اساتید جامعه‌شناسی و کارشناسانی که با این روش آشنا بودند و نیز همفکری با خود اعضا، بهره‌گیری شد. برای شرح بیشتر کدگذاری باز مثالی از تحقیق را می‌آوریم:

جدول ۲. نمونه‌ای از کدگذاری باز

ردیف	داده‌های خام	مفاهیم	خرده مقولات	مقولات
۱	۳۵ ساله از تهران.	جوان	رفاه اقتصادی	
	یک سالی که عمل کردم، خونمان قیطریه ست، یه کارخونه تولید ظروف یکبار مصرف داریم و با برادرام می‌چرخانیمش.	تمکن مالی		
۲	یک عمل چشم که در عرض ۳۰ تا ۶۰ ثانیه رنگ چشم رو عوض میکنه بهش میگن	فمتو لیزیک	خاص بودن عمل	تنوع ویتربینی (پیشرفت پزشکی زیبایی)
۳	ولی فقط برای آدمهایی که یه گروه خاصی ین؛ یعنی اونایی که رنگ چشمشون قهوه ایه فقط این عمل وجود داره.	قابلیت اجرای عمل بر روی افراد چشم قهوه‌ای		

ادامه جدول ۲. نمونه‌ای از کدگذاری باز

مقولات	خرده مقولات	مفاهیم	داده‌های خام	ردیف
مخاطرات زیبایی خواهی	ماندگاری عوارض عمل	عوارض بعد از عمل	رنگ‌دانه‌های چشم با شدت نور محیط تغییر می‌کند.	۴
		پرش چشم (عوارض بعد از عمل)	موقعی که خیلی خسته هستم چشمم می‌پره.	۵
		تلقینی دانستن عوارض بعد از عمل	شاید به دلیل تلقین باشه.	۶
		اذیت شدن در مواقع خوردن و آشامیدن	وقتی زیاد می‌خورم به کم اذیت میشم تند تند پلک می‌زنم.	۷
		اذیت شدن موقع عصبانیت	یه وقتایی هم که خیلی عصبانی میشم سوزن سوزن می‌شه.	۸
		بی‌ثباتی رنگ چشم (عوارض بعد از عمل)	واسه همین ممکنه الان شما تو تاریکی رنگ چشمای منو سورمه‌ای رو به مشکی حتی ببینی.	۹
مقبولیت معلق	رضایت تدریجی	تدریجی بودن رسیدن به نتیجه	کسایی که چشمشون قهوه‌ای بوده با پرتو لیزر میتونن به آبی برش گردونن. ولی چند هفته طول کشید که بعد از عمل بافت‌های رنگ‌های قهوه‌ای هی از بین برن و آبی	۱۰
پدیده موش آزمایشگاهی	ریسک‌پذیری	ناشناخته بودن عمل	در حال حاضر اطلاعات دقیقی از این نوع عمل وجود نداره منم جز انگشت‌شمارهای ایران بودم.	۱۱
		عدم بررسی عوارض به دلیل ناشناختگی عمل	خیلی از مشکلات رو کسی بررسی نکرده.	۱۲
اخلاق زدایی از دانش پزشکی		امضای تعهدنامه رفع مسئولیت پزشک	قبلش یه تعهدنامه‌ای میگیرن که داخلش مسئولیت همه چی و می‌سپرن به خود آدم.	۱۳
		خطر از دست دادن چشم	مثل تخریب قرنیه، آب سیاه از این چیزا خیلی نخوندمش.	۱۴

ردیف	داده‌های خام	مفاهیم	خرده مقولات	مقولات
۱۵	کلاً فونبالیست‌ها، بازیگرانی که چشم روشن بودن جذاب بودن.	تأثیرپذیری از سلبریتی‌ها	الگوپذیری ظاهری	ایده خلق بدن
۱۶	کلاً چشم روشن جذابه من واسه جذابیتش این کارو کردم و خیلی بهم میاد.	جذابیت چشم روشن	جذابیت خواهی	
۱۷	هم زیبایی بود هم بهم می‌آمد چون پوستم سبزه ست، هم خاص میشه.	بهم میاد		
۱۸	دوست داشتم رنگ چشم روشن رو من کلاً. مخصوصاً تو خانم‌ها بیشتر دوست دارم.	علاقه به رنگ روشن چشم		
۱۹	قیافه شیک میشه.	شیک کردن قیافه		
۲۰	وقتی بچه بودم زیاد دوست داشتم.	علاقه از کودکی		
۲۱	یکی از دوستانم خارج کشور بهم گفت همچین قضیه‌ای هست، منم رفتم دنبالش و عمل کردم.	معرفی عمل توسط دوستان	آشنایی با عمل	وادادگی به جراحی زیبایی
۲۲	خیلی هم جالب بود برام که چیزی که همیشه دوست داشتم وجود داره	امکان تحقق آرزوها	جالب بودن پزشکی زیبایی	
۲۳	هیچ‌کسی هیچ دختری نمیفهمه من چشممو عوض کردم رنگشو.	طبیعی بودن عمل (متوجه نشدن دخترها)	وانمود به طبیعی بودن نتیجه	جعل نمود
۲۴	یه سری از دوستانم که با هم مهمونی می‌رفتیم رو توجیه کردم که خیلی خوشم نیاد برا کسی توضیح بدم که با عمل رنگ چشمم این شده.	عدم علاقه به توضیح عمل (صحبت کردن در مورد عمل) به دوستان	نارضایتی از پرس و جوی دوستان	
۲۵	تزریق لب، (فقط لب پایین)، بینی، چونه مو هم عمل کردم بعد از چشم دیگه همه چی تموم شد.	ولع به عمل زیبایی	کثرت عمل‌های زیبایی	چیدمان جسمی
۲۶	من کلاً از چیزی که خوشم نیاد تغییرش میدم.	تغییر دلخواهی		
۲۷	چون چیزهایی که آدم دوست داره داشته باشه (زیبایی) میتونه به دست بیاره.	به دست آوردن زیبایی	اکتسابی شدن	
۲۸	وقتی انسان میتونه زیباتر بشه باید تلاشی و بکنه.	تلاش برای زیبایی	زیبایی	

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری یک پدیده را با در نظر گرفتن شرایطی که به ایجاد آن می‌انجامد، مشخص می‌کند. آن شرایط عبارت است از زمینه‌ای که مقوله در آن واقع شده، استراتژی‌های کنش / کنش متقابل که به وسیله مقوله اداره و کنترل می‌شود و به انجام می‌رسد و پیامدهای آن راهبردها. این‌گونه مشخص کردن ویژگی‌های مقوله؛ بدان دقت و ظرافت می‌بخشد، از این‌رو «خرده مقوله»^۱ نامیده می‌شود (اشتراوس و کوربین، ۱۳۸۷: ۹۸-۹۷).

در این مرحله، پژوهشگر باید میان یک مقوله و مقوله‌های فرعی‌اش پیوند برقرار کند. این کار با به‌کارگیری یک مدل «پارادایمی»^۲ شامل «شرایط علی»^۳، «پدیده»^۴، «زمینه»^۵، «شرایط مداخله‌گر»^۶، «راهبردهای عمل و تعامل»^۷ و «پیامدها»^۸ انجام می‌شود. کاربرد این مدل پژوهشگر را قادر می‌سازد تا درباره داده‌ها به‌طور منظم بیان‌دیشد و آنها را به هم مرتبط کند (ازکیا و ایمانی، ۱۳۹۰: ۹۶). محققان این پژوهش به این نتیجه رسیدند که تنوع محصولات و کالاهای زیبایی که دستاورد پیشرفت پزشکی زیبایی است، عاملی و سوسه‌کننده برای جلب مشتریان زیبایی است. کارآمدی، مشاهده نتیجه و پیامد بهینه و سریع جراحی‌های زیبایی مردان تحقیق را به جراحی زیبایی سوق داد.

-
1. Subcategories
 2. Paradigm Model
 3. Causal Condition
 4. Phenomenon
 5. Context
 6. Intervening Condition
 7. Action/Interaction Strategies
 8. Consequences



مدل پارادایمی ایده خلق بدن

پدیده ایده خلق بدن

ایده خلق بدن، به پدیده‌ای اشاره دارد که در آن افراد احساس می‌کنند محکوم به پذیرش بدن طبیعی و گاه نادلخواه خود نیستند، بلکه می‌توانند با رجوع به پزشک، آن را دوباره کشف و خلق کنند. این تصور با پیشرفت‌های پزشکی زیبایی، در عرصه‌های مختلف جراحی زیبایی، از لاغری یا برجسته‌سازی عضو گرفته تا افزایش قد و زیبایی چهره قابل دسترسی است. بدن امروزی در ذهن مشارکت‌کنندگان این تحقیق علاوه بر سلامتی باید نشانه‌های زیبایی نیز داشته باشد. رسیدن به این جذابیت و زیبایی‌ها از طریق تفکر خلق بدن، محقق می‌شود.

شرایط علی به وجود آورنده ایده خلق بدن

شرایطی که علت به وجود آورنده پدیده خلق بدن شده‌اند، عبارت‌اند از: الگوپذیری ظاهری که مردان شرکت‌کننده در این پژوهش این افراد سرشناس یا مدهای رایج در جامعه الگو گرفته‌اند. «من به دیوید بکهام بازیگر فوتبال علاقه زیادی دارم دوست داشتم از خال‌کوبی که اون روی بدنش دستاش زده منم بزنم»، حساسیت به زیبایی و تناسب اندام از دیگر ویژگی‌هایی بود که موجب ایده خلق بدن می‌شد. «راستش من تو باشگاه خیلی وزن کم کردم و

بعد رژیم لاغری بدنم رو فرم بود و سفت شد، اما صورتم ریخت انگاری^۱». عامل دیگر گرایش به سلیقه فردگرایانه و دلخواه خود بود. «حتی آگه بعضی‌ها از نظر ما خیلی وحشتناکن، اما من باهاشون برخورد داشتم و خیلی هم راضی بودن وقتی خودش حس خوبی داره، ما حق دخالت نداریم^۲». مردان این تحقیق می‌گفتند این بدن مال من است و اختیار دارم طبق سلیقه خودم آن را تغییر دهم. علاوه بر آن، حساسیت‌های وسواس‌گونه به ظاهر زیبا برخی افراد را و میداشت خود را با جراحی زیبایی شبیه شخص مورد علاقه خود کنند^۳. احساس حقارت از یک عضو یا برخی اعضای بدن عامل دیگری برای مردان در ایده خلق بدن بود. «خودم ظاهرم رو نمی‌پسندیدم^۴».

شرایط مداخله‌گر به وجود آورنده ایده خلق بدن

فشار جامعه، خانواده یا دوستان با متلک‌هایی مرتبط با بدن یا ترغیب به زیباسازی بدن و بازگرداندن زیبایی از دست‌رفته در مصاحبه‌ها مکرر شنیده شد. «همسرم از شکم بزرگم خوشش نمی‌اومد. می‌گفت شبیه حاج آقاها شدم^۵»، تأثیر قالب‌های کلیشه‌ای زیبایی (قدبلند، موی پرپشت، اندام ورزشکاری و سنتبر مردانه) نیز در مصاحبه‌ها با عباراتی مانند «خیلی از زن‌ها دوست دارن مرد قدبلند باشه حتی آگه خودشون کوتاه باشن^۶» شنیده شد. مشوق‌های پزشکی (در دسترس بودن اطلاعات و تجربیات متنوع و مختلف، هزینه نسبتاً قابل پرداخت، نتیجه سریع در حداقل زمان، کارایی بالا نسبت به روش‌های دیگر غیرجراحی) نیز در مصاحبه‌ها کشف شد. «از زیر چونم برش داد و پروتزو گذاشت و بخیه زد، آسون بود و سریع^۷». تمام این موارد رسیدن به ایده خلق بدن را برای افراد جامعه بسیار آسان کرده بود.

مردان شرکت‌کننده در این پژوهش، تحت فشار ارزش‌های جدید جامعه که به ظاهر به‌جای باطن یا جسم در مقابل روح اهمیت می‌داد، برای به‌دست آوردن زیبایی‌های ظاهری، دست به انتخاب روش‌های مختلف و از جمله جراحی زیبایی می‌زدند. این فشارها از ساختار فرهنگی و

۱. بهرنگ

۲. بهرنگ

۳. علی

۴. رضا

۵. رضا

۶. عابد

۷. علی

اجتماعی حاکم بر جامعه مدرن، به فرد تحمیل می‌شود و او را تحت فشار و درنهایت وادار به انتخاب جراحی زیبایی می‌کرد.

زمینه‌های به‌وجود آورنده ایده خلق بدن

پرستیژ اجتماعی بالا، از زمینه‌های به‌وجود آورنده ایده خلق بدن در مردان است. علی‌متخصص گوش و حلق و بینی، رضا خلبان و علیرضا داندان‌پزشک بود. برخی مردان برای حفظ و گاه خلق پرستیژ اجتماعی برای خلق بدنی زیبا یا اصلاح نواقص آن جراحی زیبایی می‌کردند. مثلاً خلبانی که شکم و پهلوی خود از طریق عمل لیپوساکشن کوچک کرده بود، علت این کار را حفظ وجهه زیبایی و دیسپیلین مرتبط با شغل خود عنوان کرد. از سوی دیگر، زندگی مدرن شهری انسان‌ها را نسبت به بدن و مدیریت آن سوق می‌دهد. بدن مدرن، نتیجه زندگی مدرن است. علی در این زمینه گفت: «تو سال ۲۰۱۸ همیشه بازم همینو بزاریم معیار.»

راهبردهای رسیدن به خلق بدن

آزادی‌خواهی سلیقه‌ای یکی از راهبردهای رسیدن به ایده خلق بدن است و عبارت است از ساختن فضایی باز برای فرد جهت اعمال سلیقه‌های ظاهری جسمی در صورت و اندام خود. «به نظرم هر کس هر کاری دوست داره می‌تونه با بدن خودش انجام بده». گاهی این آزادی‌خواهی با موانعی مثل زندگی و طرز فکر سنتی والدین یا روستایی بودن آنها، به چالش کشیده می‌شود. مشارکت‌کنندگان از این موارد با عنوان موانع و دردسرهای ناخواسته رسیدن به زیبایی سلیقه‌ای نام بردند. واپس‌زنی پیری، راهبرد دیگر مشارکت‌کنندگان در رسیدن به ایده خلق بدن بود. «من از پیری زودرس بدم میاد تا زنده هستم می‌خوام سرزنده باشم». ریسک‌پذیری و استقبال از عوارض و خطرات جراحی، «یه پیچ بود توی ساق پاهام هر روز باید یه مقدار خاصی اونو می‌پیچوندم»^۳ انجام تحقیقات و بررسی‌های قبل از اقدام به عمل، از دیگر راهبردهای رسیدن به هدف است. «آخر سر فهمیدیم دکتری که شوهر شیلا خداداده، کارش خوبه رفتیم پیش اون. بیمارستان فرمانیه جراحی کردم». راهبرد دیگر تقلید و انمودهاست. «دوست داشتم یه جورهایی خودمو شکل اون کنم». نتایج حاصل از جراحی،

۱. اشکان

۲. علیرضا

۳. عابد

۴. اشکان

۵. اشکان

در بیشتر موارد کاملاً مشخص و بارز است، اما مردان این تحقیق می‌خواستند عمل آنها طبیعی به نظر آید و کسی متوجه آن نشود.

پیامد راهبردهای رسیدن به خلق بدن

پیامد راهبردهای پیش‌گفته، عبارت‌اند از: نمایشی بودن بدن، «دخترام همینطورن که اصلاً به سری هاشون رد دادن اینقدر این لب‌هارو بزرگ کردن، انگار اول لب بودن بعد دست‌وپا درآوردن خداییش خیلی افتضاحه با سینه‌های بزرگ و باسن‌های گنده آدم میبینه خجالتش میشه». بیگانگی فرد با هویت ظاهری جدید، «وقتی به جراحی روی بدن انجام میشه و چیزی توی بدن تغییر می‌کنه زمان می‌بره تا با خود جدیدت آشنا بشی»^۲، واپس‌زنی پیری و حفظ طراوت و نشاط ظاهری جوانی، تبدیل کردن بدن به موش آزمایشگاهی برای کسب نتیجه، «در حال حاضر اطلاعات دقیقی از این نوع عمل وجودنداره منم جز انگشت‌شمارهای ایران و تهران بودم»^۳. اپیدمی و عمومیت یافتن جراحی زیبایی بین تمام اقشار جامعه و تمایز زدایی اقتصادی و فرهنگی، «هزینه برای من که زندگی کارگری دارم و متأهلم خیلی تند بود»^۴، بی‌اعتبار شدن وجهه پزشکی شرافتمندانه به پزشکی سرمایه‌داری در مصاحبه‌ها با جملاتی نظیر «دکتر می‌گفت اصلش اینه که این دو تا عمل رو با هم انجام بدم، اما من زیر بار نرفتم»^۵ توصیف شد. رسیدن به مقبولیت معلق و نه با ثبات و قطعی با عبارتی مانند «توی نور آبی آبی ببینی. کسایی که چشمشون قهوه‌ای بوده با پرتو لیزر میتونن به آبی برش گردونن. ولی چند هفته طول کشید که بعد از عمل بافت‌های رنگ‌های قهوه‌ای هی از بین برن و آبی بشن»^۶ توصیف شد. تقلید وارونه برای کسب موفقیت یعنی تقلید از ظاهر افراد موفق مورد دیگری بود که در مصاحبه‌ها کشف شد. درنهایت ماندگاری برخی از عوارض ناشی از عمل که منجر به پشیمانی و عدم رضایت فرد از عمل است «یه وقتایی هم که خیلی عصبانی میشم سوزن سوزن میشه»^۷.

۱. علی
۲. طهمورث
۳. حسین
۴. حبیب
۵. علی
۶. حسین
۷. حسین

بحث و نتیجه‌گیری

زیبایی و جذابیت ظاهری، از دیرباز جزء خصلت‌هایی بود که انسان‌ها شیفته و مفتون آن بودند. اگرچه آموزه‌های دینی و اخلاقی در تمام جوامع اولویت را به باطن و اخلاق انسانی می‌دهد، ولی طرفداران زیبایی ظاهری همچنان در پی کسب زیبایی ظاهری هستند. با پیشرفت علم و فناوری، به‌ویژه در محصولات زیبایی اعم از دارویی، آرایشی و جراحی، انسان مدرن به فکر کشف و خلق دوباره بدن (فرای سلامتی)، افتاد. این فکر و سوسه‌انگیز با مشوق‌های پزشکی و تبلیغاتی و بهره‌گیری از حس حسادت و خودکم‌بینی ظاهری افراد، آنها را راهی راه پر فراز و نشیب کسب زیبایی غیرذاتی کرد.

مردان این تحقیق به نظرات جنس مخالف بسیار اهمیت می‌دانند. گاهی این نظرات برآمده از تصور آینه‌سان خودشان بود. مشارکت‌کنندگان تحقیق، خود را ملزم به زیبا بودن می‌داند، این زیبایی اگرچه گاهی زنانه و مردانه می‌شود (کلیشه‌ای)، اما درواقع همان مفهوم زیبایی را دارد که برای رسیدن به جذابیت، باید آن را به‌دست آورند یا حفظ کنند. پدیده جراحی زیبایی امروزه چنان عمومی و همه‌گیر شده که طیف‌های مختلف مردم از لحاظ اقتصادی، فرهنگی، مذهبی و اجتماعی را درگیر کرده است. اگرچه مشارکت‌کنندگان این تحقیق درآمد‌های مختلفی داشتند، اما عمل زیبایی از این افراد با درآمد‌های بسیار مختلف تمایز زدایی کرد. امری که بیانگر سلطه مدرنیته بر زندگی، سلیقه و ظاهر افراد است. به این ترتیب پایگاه اقتصادی افراد فقط در انتخاب کلینیک مجهزتر یا برنتر یا قیمت و تعداد خدمات پزشکی و تخصصی تأثیرگذار است و نه در اصل جراحی زیبایی. به‌طورکلی می‌توان مدعی شد که خدمات جراحی زیبایی، مشتریان فراگیری از افراد مختلف جامعه دارد. نتیجه دیگر این پژوهش مخفی نگه‌داشتن عمل زیبایی از سوی افراد است. می‌توان ریشه این پنهانکاری را در نهادینه نشدن زیبایی اکتسابی و میل به ذاتی جلوه دادن آن از سوی خریداران کالای زیبایی دانست.

منظور از ایده خلق بدن، کشف و دوباره‌سازی و خلق بدن جدیدی است که با خود دلخواه افراد و آرمان‌های زیبایی خواهانه حاکم بر جامعه آنها هماهنگی بیشتری دارد. پیشرفت‌های چشمگیر در عرصه پزشکی زیبایی و دسترسی آسان و (نسبتاً) کم‌هزینه برای عمل زیبایی باعث شده این ایده در ذهن افراد شکل گیرد که بدن نادلخواه می‌تواند دلخواه شود.

بدن امروزی در ذهن مشارکت‌کنندگان این تحقیق علاوه بر سلامتی باید از نشانه‌های زیبایی نیز برخوردار باشد. رسیدن به این جذابیت و زیبایی‌ها از طریق تفکر خلق بدن، محقق می‌شود. الگوپذیری ظاهری، حساسیت به زیبایی و تناسب‌اندام، سلیقه فردگرایانه، وسواس‌های زیبایی جویی، حقارت عضوی و دلزدگی از روزمرگی از عمده دلایل اصلی مشارکت‌کننده مرد حاضر در این پژوهش و مسبب ایده خلق بدن بود.

یافته‌هایی که در این پژوهش، دال بر ایجاد پدیده ایده خلق بدن در مردان مشارکت‌کننده بود با آراء و نظرات «خودنمایشی» گافمن و «برداشت از خود» و «خود دلخواه» روزنبرگ همخوانی بیشتری داشتند.

به عقیده زیمل، مد هم میل به هم‌رنگی با دیگران را و هم میل به جدایی و ممتاز بودن از دیگران را ارضاء می‌کند. فرد با پیروی از مد، هم خود را متفاوت و بدیع احساس می‌کند و هم تأیید اکثریتی را که مانند او رفتار می‌کنند، به دست می‌آورد؛ بنابراین، مد پدیده اجتماعی خاص نظام سرمایه‌داری و مدرنیته غربی است که از یک سو با میل به هم‌رنگی با دیگران و تأیید آنها و از سوی دیگر با میل به ممتاز بودن، با مقولات تفرد و خاص بودن ارتباط دارد (استوتزل، ۱۳۷۱: ۳۵).

پیشنهادها

نتایج این تحقیق می‌تواند مورد استفاده برنامه‌ریزان شهری و فرهنگی و اجتماعی قرار گیرد. در جامعه درحال گذار از سنت به مدرنیته ایران، اطلاع‌رسانی و آموزش‌هایی در مورد جراحی زیبایی انجام نشده است؛ بنابراین چنین جراحی‌هایی همچنان در بی‌خبری و ناآگاهی استفاده‌کنندگان از جراحی زیبایی انجام می‌شود. سیطره نامحسوس نگاه سنتی جامعه ما حتی در کلان‌شهری مثل تهران باعث می‌شود افراد از جراحی زیبایی به‌طور پنهانی استفاده کنند تا زیبایی حاصله را طبیعی جلوه دهند. فهم عامه این است که افراد پولدار و حساسی که اندکی اختلالات روانی و خودکم‌بینی دارند، جراحی زیبایی می‌کنند. همین تصورات و پیش‌داوری‌ها، جراحی زیبایی را به مسئله‌ای اجتماعی بدل کرده است و راه‌حل منطقی برای آن اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی گسترده و فراگیر برای محدود کردن جراحی‌های وسواس‌گونه و اصلاح نگرش جامعه به این پدیده نوظهور (برای کاستن عوارض و مسائل ناشی از پنهان‌کاری) است. وجود گروه‌های تأثیرگذار باعث می‌شود تا برخی زنان و مردان تأثیر بیشتری پذیرفته و درنهایت جراحی‌های زیبایی بیشتری صورت خواهد گرفت؛ لذا با تقویت و بهبود ساختارهای فرهنگی و اجتماعی در خصوص زیبایی سازی زنان و مردان و دستکاری‌های بی‌مورد جلوگیری شود. برخی تبلیغات رسانه‌ای زنان و مردان را نسبت به ظاهرشان حساس می‌کند و آنها را نسبت به اندام خود دچار احساس منفی می‌کنند. پیشنهاد می‌شود تا سازمان‌ها و مراکز درمانی مرتبط با جراحی زیبایی در این خصوص همکاری‌های لازم را به عمل آورند تا از تبلیغات کذبی که در این مورد وجود دارد، جلوگیری شود.

منابع و مأخذ

- آزاد ارمکی، تقی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). «بدن به مثابه رسانه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۴: ۷۵-۵۷.
- ازکیا، مصطفی؛ رشید احمدرش و کامبیز پارتازیان (۱۳۹۶). *روش‌های تحقیق کیفی از نظریه تا عمل*، جلد دوم، چاپ اول، تهران: کیهان.
- استروش، انسلم و جولیت کوربین (۱۳۸۷). *نظریه مبانی رویه‌ها و شیوه‌ها*، ترجمه بیوک میرزایی، چاپ سوم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- استوتزل، ژان (۱۳۷۱). *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه علی محمد کاردان، چاپ پنجم، تهران: دانشگاه تهران.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۳). *نظریه‌کنش دلایل علمی و انتخاب*، ترجمه مرتضی مردیها، چاپ پنجم، تهران: انتشارات نقش و نگار، فلسفه.
- ذکائی، سعید (۱۳۸۶). «بدن و فرهنگ تناسب»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، شماره ۱: ۱۴۲-۱۱۷.
- ذکائی، سعید و مریم امن‌پور (۱۳۹۲). *درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن در ایران*، تهران: انتشارات تیسرا.
- رضایی، احمد و مینا اینانلو و محمد فکری (۱۳۸۹). «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی بین دختران دانشگاه مازندران»، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۴۷: ۱۷۰-۱۴۱.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴). *نظریه‌های جامعه‌شناختی*، ترجمه محمدصادق مهدوی و همکاران، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- فاتحی، ابوالقاسم و ابراهیم اخلاصی (۱۳۸۷). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در زنان، مطالعه موردی زنان شهر شیراز»، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۴۱: ۴۲-۹.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۳). *تاریخ فرهنگی ایران مدرن*، چاپ اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). *روش تحقیق در علوم اجتماعی با تأکید بر گراند تئوری*، چاپ دوم، تهران: انتشارات مؤسسه پژوهش و آموزش عالی.
- فوکو، میشل (۱۳۸۸). *دیرینه‌شناسی دانش*، ترجمه عبدالقادر سواری، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۸). *روش در روش*، چاپ سوم، تهران: جامعه‌شناسان.

Flik,Uwe (2009). **An Introdtion to Qualitative Research**, Fourth Edition, Sage Pubicayions Ltd.

Goffman E. (1995).**The Presentation of self in every life**. Hormondsworth, Pengum.

Hancock.et al. (2000). **The Body Culture And Society**. Buckingham:Open University Press.**Longman Photo Dictionary of American English** (۲۰۰۳). Pearson Esl

- Neuman, w.I. (1994). **Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches**. Boston: Ally & Bacon
- Rosenberg, M. (1979). **Conceiving the self**. New York: basic Books.
- Strauss,A.&Corbin,J. (1998). **Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory**. Second Edition. London:Sage.
- Turner, B, (1996), **The body and society**: sage.

مطالعات فرهنگ - ارتباطات