

## مطالعه کیفی نگرش و ادراکات زنان از بدن با تأکید بر جراحی‌های زیبایی

افسانه قاسمی، دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی دانشگاه الزهرا تهران، ایران\*

### چکیده

بدن، تنها هستی زیست‌شناختی و روانی نیست؛ بلکه پدیده‌ای است که به صورت اجتماعی برساخت می‌شود؛ بنابراین، امروزه با شکل‌گیری جامعه مصرفی، گسترش رسانه‌ها و بازتابی شدن هویت، افراد به ساخت بدن خود مبادرت می‌کنند. هدف پژوهش، مطالعه ادراک زنان از تصور بدنی است و روش پژوهش، کیفی و از نوع نظریه‌پردازی داده‌محور است. تکنیک گردآوری داده‌ها، مصاحبه عمیق نیمه‌ساخت یافته بود و با ۱۸ نفر از زنان جوان شهر تهران صورت گرفت که تجربه جراحی زیبایی داشتند. نمونه‌ها براساس نمونه‌گیری نظری و حصول اشباع نظری انتخاب شدند. روش تحلیل داده‌ها نیز کدگذاری به روش گلیزر و اشتروس بود که از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. نتیجه فرایند کدگذاری ۱۶۷ مفهوم و ۱۶ مقوله اصلی، ۲۵ زیر مقوله و یک مقوله هسته بود که نتایج در الگوی پارادایمی ارائه شد. نتایج نشان داد ادراک زنانی که دست به جراحی‌های زیبایی می‌زنند از بدن خویش چندان مثبت نیست و از بدن خود به‌عنوان سرمایه، نقاب و هویت مستقل و جایگاه کسب لذت و آرامش استفاده می‌کنند. عوامل مؤثر بر این ادراک نیز شناسایی شدند که مواردی مانند غلبه هنجارهای مردانه در جامعه، دیدگاه ظاهرگرایانه نسبت به زنان، جامعه‌پذیری جنسیتی، خودکمترینی زنان، پایگاه پایین زنان و رسانه‌های جمعی را شامل می‌شدند. پیامدهای این نوع ادراک نیز رواج فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی، غلبه فرهنگ بیگانه، رواج فرهنگ مصرف‌گرایی است. **واژه‌های کلیدی:** تصور بدنی، جامعه‌پذیری، غلبه هنجارهای مردانه، خودکمترینی، پایگاه پایین، رسانه‌های جمعی

## مقدمه و بیان مسأله

در هر جامعه‌ای بدن انسان، واقعیتی جسمانی و اجتماعی دارد (Frank, 1990: 63). «در واقع انسان‌ها در حالت نمادین دو بدن دارند: بدن جسمانی و بدن اجتماعی که این دو بدن از هنگام تولد شکل می‌گیرد. بر این اساس، بدن اجتماعی افراد در طی زندگی رشد می‌کند. بدن اجتماعی، قسمت اعظم و اساسی از تصور بدنی است؛ زیرا در رابطه با هر شخص، چارچوبی برای ادراک و تفسیر تجارب بدنی و روانی او ایجاد می‌شود. همچنین، بدن اجتماعی ابزاری است که از طریق آن، کارکرد بدن فرد به وسیله جامعه تحت تأثیر قرار می‌گیرد و کنترل می‌شود. بر این اساس، بدن اجتماعی همه جنبه‌های بدن فرد مانند شکل، اندازه پوشش، تغذیه، حرکات، رفتار، بیماری، سلامتی و فعالیت‌های ورزشی و ... را کنترل می‌کند» (شریتیان، ۱۳۸۸: ۱۴۶).

تصور بدنی عبارت است از احساسات، ادراکات و افکاری که فرد از بدن خویش دارد و مواردی از قبیل ارزیابی جذابیت جسمی و عواطف مربوط به اندازه و شکل بدن را دربرمی‌گیرد (Grogan, 2006: 525). این تصویر از زمان تولد شکل گرفته است و همان‌طور که فرد رشد می‌کند، طی مراحل زندگی تغییر می‌کند (Schultz, 1994).

امروزه در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که از استعاره «جامعه بدنی» یا «عصر بدن» برای آن استفاده می‌شود (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۱۸). زنان، بخش مهمی از جامعه هستند و ادراکات، احساسات و تصوراتی نسبت به بدن خود دارند که نیاز به شناخت دارد. زنان نسبت به بدن و تصویر ذهنی آن بسیار حساس هستند (Younesi, 2001: 2) و آموخته‌های دوران کودکی ممکن است در پیدایش تصور زنان از بدنشان عاملی تعیین‌کننده باشد (مختاری و عنایت، ۱۳۸۸: ۸)؛ بنابراین، گرایش زنان به جراحی‌های زیبایی و استفاده از لوازم آرایشی مختلف از زوایای متعدد مطالعه می‌شود.

در بیشتر جوامع، ویژگی‌های ظاهری زنان اهمیت بیشتری دارد و زنان نسبت به وضعیت زیبایی و ظاهر خود بیشتر دقت می‌کنند. این توجه زیاد، آنها را وادار می‌کند رفتارهای گاه

افراطی برای انطباق ویژگی‌های بدن خود با الگوهای فرهنگی زیبایی چهره و اندام اتخاذ کنند (احمدنیا، ۱۳۸۹: ۳). امروزه با رشد سرمایه‌داری برای نخستین بار در تاریخ، نابرابری‌های اجتماعی به صورت مخفی پشت هویت جنسی پنهان شده که در خدمت برآوردن نیازهای بخش سوداگر است. آنها توجیه می‌کنند زنان دوست دارند زیبا باشند؛ بنابراین، زنان علاقه مشترکی به لوازم آرایش دارند (رفعت‌جاه، ۱۳۸۶: ۱۳۷) و از این طریق تصور زنان از بدنشان را شکل می‌دهند و گرایش آنها به استفاده از این وسایل را سبب می‌شوند. در واقع سرمایه‌داری بدن به خصوص بدن زنان را هدف قرار می‌دهد که این امر پیامدهایی برای افراد و جوامع دارد.

تصور و چگونگی درک زنان از بدن خود بر توانایی آنها در برقراری ارتباط با دیگران و پاسخ‌هایی تأثیر می‌گذارد که دیگران به آنها می‌دهند. این تصور از خود بر نحوه تجربه کردن زنان از بدن‌هایشان در زندگی روزمره تأثیر می‌گذارد (اباذری، ۱۳۸۷: ۱۲۹). تصویر ذهنی منفی از خود به نارضایتی از بدن، احساس جذاب نبودن و در نهایت مشغولیت فکری نسبت به وضعیت ظاهری قسمتی از بدن و اختلال در عملکرد منجر می‌شود (کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۴). همچنین، این تصور بر احساس زنان از خود، میزان اعتمادشان به موقعیت‌های اجتماعی و ماهیت روابط اجتماعی آنها تأثیر می‌گذارد (کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳۰). نارضایتی‌ها و نگرانی‌های ناشت گرفته از تصور بدنی به مشکلاتی مانند جراحی‌های زیبایی، افزایش رژیم‌های غذایی سخت‌گیرانه و بدون نظارت پزشک، بی‌نظمی تغذیه و ... منجر می‌شود که این حساسیت در میان زنان و دختران جوان بیش از مردان است (خواجه نوری، ۱۳۹۰: ۸۲). همچنین، تصور زن از بدن خویش به این دلیل اهمیت دارد که پیامدهایی با اثر شگرف بر سلامت خانواده و جامعه به بار می‌آورد. گرایش‌های بی‌اندازه به بدن و ظاهر در زندگی زن، او را از تقویت دیگر وجوه فکری و موفقیت‌های اجتماعی دور می‌کند (مختاری و عنایت، ۱۳۹۰: ۶۹).

که نشان‌دهنده تصور بدنی منفی افراد تحت تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی است از موضوعات دلخواه تعدادی از پژوهشگران داخلی بوده است. برای مثال، قاسمی (۱۳۹۰) نشان داد احساس رضایت شخص از بدن و عاملیت زنان در جراحی زیبایی آنها نقش مؤثری دارد. همچنین در زنان، تعریف کلیشه‌ای از مفهوم زن و در مردان، اهمیت تناسب اندام تبیین‌کننده انگیزه‌هایشان در جراحی زیبایی است. آزاد ارمکی و غراب (۱۳۸۷) نیز نشان دادند دیدگاه افراد نسبت به بدن در سه طیف قرار می‌گیرد. دسته‌ای بدن را به مثابه طبیعت، امانت الهی می‌دانند که باید از آن مراقبت شود؛ بنابراین، هرگونه دستکاری در آن را ناشایست می‌دانند. دسته دیگر بدن را واسط و میانجی برای برقراری ارتباط با دیگران و دنیای بیرون می‌دانند؛ بنابراین، توجه به بدن و دستکاری آن به معنای احترام به ظاهر و احترام به شخصیت درونی خود بوده و پسندیده و مطلوب است. از نظر دسته سوم، انسان، چیزی جز جسم و بدن نیست و بدن می‌تواند به یکی از مهم‌ترین خاستگاه‌های هویت تبدیل شود؛ از این رو هرگونه مداخله در بدن جایز است. پژوهش قادرزاده و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان داد جراحی زیبایی با وجود ارتقای اعتماد به نفس زنان، مخاطرات جسمی، و سواس زیبایی، اختلال در زندگی روزمره و انزوای اجتماعی را به همراه دارد.

برخی از پژوهشگران، تصور بدنی را در زنان و مردان به صورت مقایسه‌ای بررسی کردند. ریاحی (۱۳۹۰) نشان داد متغیرهای سرمایه‌گذاری بدن، شرم از بدن، پایش بدن و عزت نفس به طور معناداری با رضایت‌مندی از تصویر بدن ارتباط دارند. همچنین، تفاوت‌های جنسیتی معناداری در تأثیرگذاری متغیر شرم از بدن مشاهده شد؛ یعنی علاوه بر سرمایه‌گذاری بدن و عزت نفس متغیر شرم از بدن، بخشی از متغیر خودشی‌انگاری، پیش‌بینی‌کننده میزان رضایت‌مندی از بدن در بین زنان (نه مردان) بوده است که نشان‌دهنده اثرات شدیدتر انتظارات اجتماعی راجع به بدن ایدئال روی زنان و درونی‌کردن آن در مقایسه با مردان است. موحد و همکاران

همچنین، گفتنی است نوع کنترل و نظارتی که بر بدن اعمال می‌شود، همراه با نظمی است که با تأثیرگرفتن از فشار اجتماعی تغییر شکل می‌دهد و این تغییر شکل بر منزلت و وضع اجتماعی زنان تأثیر می‌گذارد (مهدوی و اسفنجیر، ۱۳۸۹: ۱۳۲). امروزه زنان برای کسب منزلت اجتماعی دلخواه خود به تغییراتی در بدن دست می‌زنند؛ اما مسئله این است که حساسیت زیاد نسبت به بدن، مشکلات فراوانی مانند کاهش اعتماد به نفس، بی‌نظمی در تغذیه و مسائل اجتماعی مختلف به وجود می‌آورد. می‌توان برنامه‌های مختلفی برای کاهش تأثیرات نامطلوب این پدیده تدارک دید؛ اما بهبود این برنامه‌ها و اثرگذاری آنها به مطالعات دقیق و همه‌جانبه در ارتباط به ادراک زنان نسبت به بدن خویش و پیامدهای این ادراک وابسته است. داده‌های پژوهش‌های مختلف به سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی مدد می‌رساند تا با طراحی برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی مناسب تا حد ممکن از پیامدهای منفی نارضایتی از تصور بدنی در سطوح فردی و اجتماعی پیشگیری کنند؛ از جمله این پیامدها به ابتلا به انواع اختلالات جسمی و روانی، اختلالات تغذیه، انجام جراحی‌های زیبایی، استفاده روزافزون از لوازم آرایشی، هزینه‌شدن پول، وقت و انرژی افراد برای همانندسازی بدن خود با بدن‌های ایدئال به نمایش درآمده در رسانه‌ها، تغییر ذائقه فرهنگی در زمینه بدن و تغذیه، دورشدن از ارزش‌های مذهبی و سنتی راجع به بدن، غافل‌ماندن از ابعاد معنوی و باطنی و سرگرم‌شدن به جنبه‌های ظاهری و جسمی و ... (ریاحی، ۱۳۹۰: ۱۰). بنابراین اهداف اصلی این پژوهش عبارت است از:

- ۱- مطالعه ادراک زنان جوان از بدن خویش؛
- ۲- شناخت راهبردهای اتخاذشده توسط زنان در نتیجه نوع ادراکشان نسبت به بدن؛
- ۳- پیامدهای تصور بدنی ادراک‌شده توسط زنان.

### پیشینه تجربی

پژوهش درباره بدن به‌ویژه دستکاری و تغییر در اجزای بدن

است و بین تأثیر ارزش‌های غربی و استفاده از اینترنت و تصور بدنی زنان رابطه مثبت معنادار وجود دارد.

مطالعات خارجی نیز درباره بدن و تصور بدنی وجود دارد. بایر<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) نشان داد افراد برای حفظ موقعیت کاری خود در نظام سرمایه‌داری، نگرش ضدپیری دارند؛ همچنین، نظام سرمایه‌داری از راه رسانه‌های جمعی، ملاک‌های فرهنگی خاصی از زیبایی می‌سازند که داشتن این ملاک‌ها بهبود روابط اجتماعی و عاطفی و حتی ارتقای شغلی افراد را باعث می‌شود. هارگریو و تیگمن<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) در پژوهشی برای فهم تصور بدنی پسران، مصاحبه عمیقی با پسران ۱۴ تا ۱۶ ساله انجام دادند و به‌طور کیفی آن را مطالعه کردند. یافته‌ها نشان داد بیشتر پسران از تصویر بدنی خود راضی هستند؛ اما برخی از آنان به اهمیت وضعیت ظاهریشان برای کسب تأیید اجتماعی اشاره کردند. اسلاتر و تیگمان<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) نشان دادند تجربه‌های دوران کودکی افراد از جمله مصرف رسانه‌ای و میزان فعالیت جسمیشان بر تصور بدنی کنونی آنان تا حد زیادی تأثیر دارد. یافته‌ها بیان می‌کنند تجربه‌های اولیه در مقایسه با تجربه‌های کنونی زنان در شکل‌گیری تصویر بدنی در آنان تعیین‌کننده‌تر است. هالیول و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) نشان دادند تأکید بیشتر رسانه‌های جدید بر عاملیت جنسی زنان که به‌صورت تصاویر زیبای الگوهای رسانه‌ای به تصویر کشیده می‌شود به نارضایتی زنان از بدنشان، نگرانی از وزن و افزایش خودشی‌انگاری در آنان منجر می‌شود. ون و ندرن و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) نشان دادند هرچند تأثیرپذیری از رسانه‌ها برای درونی‌سازی ایدئال لاغری تأثیرگذار بود، عامل اصلی تعیین‌کننده، تأثیر نگرش گروه همسالان و عامل درونی اعتماد به نفس بوده است؛ بنابراین از میان عوامل بررسی‌شده، گروه همسالان و عزت‌نفس مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر نارضایتی

(۱۳۹۰) نیز نشان دادند درصد بسیاری از دانشجویان، تصور بدنی منفی دارند و عمل و تمایل به آرایش کردن در بین آنها زیاد است. در این پژوهش، نارضایتی از بدن با عمل و تمایل به آرایش نیز رابطه معنادار داشت. قاسمی و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند فیس‌بوک، تصور کاربران نسبت به بدن را تغییر داده است. این شبکه مجازی بر نگاه جوانان نسبت به بدن، میزان رضایت از وضعیت بدنی خود، اهمیتی که به آن می‌دهند و نیز صرف وقت و سرمایه تأثیر شگرفی دارد.

تعدادی از پژوهشگران نیز به‌طور مشخص، تصور بدنی زنان را مطالعه کردند. خواجه نوری و مقدس (۱۳۸۸) با مطالعه تصور بدنی در میان زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان نشان دادند شش متغیر نوگرایی، آگاهی نسبت به جهانی شدن، شیوه زندگی، گفتگو در خانواده، سرمایه فرهنگی و وضعیت تأهل، نزدیک به ۴۰٪ از تغییرات تصور بدن در زنان شهرهای مطالعه‌شده را تبیین می‌کنند. مختاری و عنایت (۱۳۸۸) نشان دادند تصور بدنی زنان از طریق نگرش جنسیتی زنان نسبت به خود، نگرش مردان نسبت به زنان و زنان نسبت به مردان شکل می‌گیرد. نگرش زنان نسبت به خود از نگرش ظاهرگرایی مردان نسبت به زنان الهام گرفته است. مختاری و عنایت (۱۳۹۰) در پژوهش دیگری نشان دادند سه الگوی علی رفتار تحقیرآمیز، تفاوت و تبعیض جنسیتی در خانواده بر تصور بدنی زنان ایرانی تأثیر دارد. خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی، رابطه سبک زندگی و تصور بدن در میان زنان شهر شیراز را بررسی کردند. آنها نشان دادند سبک‌های فراغتی، مذهبی و موسیقایی مدرن با تصور بدنی رابطه مثبت معنادار دارند. کیوان‌آرا و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند رسانه، خانواده، مدرسه و اطرافیان از عناصر تأثیرگذار بر تصور بدنی زنان هستند که در میان آنها رسانه، قدرت تبیین بیشتری داشته است. همچنین، نتایج پژوهش آنها نشان داد جامعه‌پذیری فرد در طول زندگی در شکل‌گیری تصویر ذهنی از بدن مؤثر است. عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند باریک اندامی از ارزش‌های مشترک و مورد توافق در زنان

<sup>1</sup> Bayer

<sup>2</sup> Hargreaves & Tiggemann

<sup>3</sup> Slater & Tiggeman

<sup>4</sup> Halliwell et al.

<sup>5</sup> Van vonderen et al.

تنش بین این دو، امکان تشریح معانی را فراهم می‌کند؛ بنابراین، داگلاس تأکید می‌کند بدن در یک فرهنگ خاص چگونه بازنمایی و چگونه به مکانی برای شیوه‌های رفتاری و اعمال دلالت‌کنندهٔ جامعه تبدیل می‌شود (ذکایی و فرزانه، ۱۳۸۷: ۱۷۵).

از نظر گافمن<sup>۳</sup>، عاملان بدنی با توسل به روش‌های علامت‌دهی اجتماعی، سعی در جلب نظر دیگران به خود دارند. این عاملان بدنی، معرف‌های «تجسدیافته» منش و منزلت‌اند که با کنش‌گران دیگر تفسیر می‌شوند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۱۵). از نظر گافمن، بدن فقط موجودیتی ساده نیست؛ بلکه وسیله‌ای برای کنارآمدن با اوضاع و احوال بیرونی است و حالات چهره و حرکات بدن، محتوای اساسی نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما به آنها وابسته است و برای اینکه فرد بتواند در تولید و بازتولید روابط اجتماعی و هویت اجتماعی خود با دیگران شریک شود، باید نظارتی مدام و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۲۴۶).

کش، از تئوری انتظارات اجتماعی در ارتباط با بدن نیز بهره می‌گیرد. این تئوری بیان می‌کند درون هر فرهنگی توافقی وجود دارد که چه چیز را زیبا و چه چیز را غیرزیبا بدانند. انتظارات فرهنگی مرتبط با زیبایی در هر فرهنگی وجود دارد و درون فرهنگ‌های مختلف متفاوت است. مردم در ارتباط با افراد جذاب و غیرجذاب رفتارهای متفاوتی از خود بروز می‌دهند. در مجموع، کش، نتیجه می‌گیرد مردم به ارتباط با افرادی تمایل بیشتری دارند که در بستر فرهنگشان زیبا و جذاب تعریف می‌شوند. به همین دلیل، داشتن تصویر بدنی مثبت از خود در موقعیت‌های اجتماعی و فردی برای افراد اهمیت دارد (Cash, 2002: 39).

به اعتقاد او، تصور از بدن که با تجربه‌های اولیهٔ فرد شکل می‌گیرد، مفهومی منعطف و تغییرپذیر است؛ یعنی در ارتباط با فرهنگ و تجربه‌های بعدی فرد تغییر می‌کند و شکل می‌پذیرد. تجربه‌های اولیه در ارتباط با تصور از بدن در درورهٔ کودکی

افراد نسبت به بدنشان بودند. جی یونگ چئی<sup>۱</sup> (2012) اقرار افراد مشهور به جراحی زیبایی در رسانه‌ها را تحلیل و تأثیرات این اعتراف‌نامه‌ها بر افراد غیرمشهور را واکاوی کرده است. یافته‌های پژوهش نشان داد افراد هرچه بیشتر در معرض پیام‌های رسانه‌ای و اعتراف‌نامه‌های جراحی زیبایی مشاهیر در رسانه‌ها باشند، جراحی زیبایی، بیشتر برایشان عملی عادی و بهنجار محسوب می‌شود.

به‌طور کلی پیشینهٔ پژوهش در زمینهٔ تصور بدنی نشان می‌دهد پژوهش‌های کیفی اندکی در زمینهٔ تصور بدنی زنان انجام شده است؛ درحالی‌که امروزه انجام پژوهش‌های کیفی برگرفته از جامعهٔ ایران برای شناسایی ادراک زنان از بدنشان و پیامدهای حاصل از این ادراک نیاز است تا برنامه‌ریزی لازم صورت گیرد.

#### چارچوب مفهومی

هنگامی که هدف از انجام پژوهش، ایجاد نظریهٔ زمینه‌ای است، نظریه‌ها فقط برای آشنایی با مبانی نظری موضوع مطرح می‌شوند؛ بنابراین با توجه به ماهیت کیفی پژوهش حاضر، استفادهٔ قیاسی از نظریه‌ها در مطالعه وجهی ندارد و نظریه‌ها فقط با هدف اشباع تئوریک مقاله بیان شده‌اند.

مری داگلاس<sup>۲</sup>، بدن را به‌مثابهٔ یک متن فرهنگی می‌داند که علاوه بر انعکاس ارزش‌های فرهنگی و اشتغال‌ها و اضطراب‌های یک فرهنگ خاص، تجلی عینی نیز به آن می‌بخشد. داگلاس، شیوه‌هایی را تشریح می‌کند که بدن همچون نمادی از جامعه عمل می‌کند و استدلال می‌کند بدن مانند مدلی است که بیان‌کنندهٔ هرگونه نظام اجتماعی است. داگلاس، نوعی مبادلهٔ مستمر در معانی را بین بدن جسمانی و بدن اجتماعی تشخیص می‌دهد و معتقد است هر یک دیگری را تقویت می‌کند. گاهی این دو بدن تا حدی به هم نزدیک می‌شوند که تقریباً یکی می‌شوند و گاهی نیز بسیار فاصله دارند.

<sup>1</sup> Jiyoung Chae

<sup>2</sup> Mary Douglas

<sup>3</sup> Erving Goffman

رویکردهای فمینیستی با وجود متنوع بودن، وجه اشتراک اساسی دارند. در این رویکردها زمینه، تصور و ارزیابی دختران از اندام خود، در بطن مشکلات آنها در جامعه، فرهنگ و نظام معنایی یا موقعیت زبانی دیده می‌شوند.

رویکردهای فمینیستی و نحله‌های گوناگون آن، توجه خود را بر ارزش‌های مردانه، جامعه‌سالار، فرهنگ مصرفی و بازنمایی‌های کلیشه‌ای از جنسیت متمرکز می‌کنند (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۲۴). به اعتقاد فمینیست‌ها از ابتدای تاریخ تاکنون بدن زنان همیشه عرصه سیادت و کنترل بوده است. این کنترل، اشکال متفاوتی به خود گرفته است؛ از جمله بستن پای دختران چینی (برای جلوگیری از رشد پا به اندازه پای مردان)، ختنه‌کردن و پوشیدن لباس‌هایی با فرهای برجسته‌کننده. همواره بدن زنان با توجه به مد روز بیش از حد کوچک یا بزرگ دانسته شده است. هیچ بعدی از بدن زنانه، همان‌طور که هست، کاملاً مناسب تلقی نشده است (اودون، ۱۹۹۲: ۱، به نقل از ابازری، ۱۳۸۷: ۱۴۸). تقسیم‌بندی‌های کلاسیک این رویکرد به دیدگاه‌های لیبرال، سوسیال و محافظه‌کار، تحلیل‌های متفاوتی را از رابطه زنان با بدنشان ارائه می‌دهد که به آنها اشاره می‌شود.

۱- فمینیست لیبرال: در این دیدگاه، زنان، پایگاه اجتماعی و قدرت پایین‌تری دارند. نتیجه آن، ارزش‌زدایی از ویژگی‌هایی است که با زن بودن همراه است یا به آنان منتسب می‌شود؛ به این ترتیب، نوعی احساس نارضایتی به هر چیز زنانه به وجود می‌آید. ۲- فمینیست رادیکال: این رویکرد، زنان را قربانیان روابط قدرت زن ستیزانه بین دو جنس می‌داند که نتیجه آن ریشه‌دار شدن تنفر از بدن زنان است. این ذهنیت زن‌ستیزانه، تأثیر خود را هم در ذهنیت زنان (در بیگانه‌ساختن آنان با بدن خود) و هم در ذهنیت مردانی برجای می‌گذارد که اشاعه‌دهنده چنین اندیشه‌هایی هستند. ۳- فمینیست سوسیالیست: این دیدگاه، مقصر اصلی بیگانگی زنان از بدنشان را نظام سرمایه‌داری می‌داند که نارضایتی از بدن را در میان زنان رواج داده و در نتیجه، پول زیادی برای خرید کالا و

شکل می‌گیرند. این تصورات اولیه چندان واضح نیستند؛ زیرا فرد نمی‌تواند خود را جدای از دیگران در نظر بگیرد. به همین دلیل فرد، تصویری مبهم از خود دارد که در مراحل بعدی به تمایز مرزهای تصویر بدنی خود با دیگران قادر می‌شود. مرزهای بین خود و دنیای بیرون باعث می‌شود فرد قادر به تمایز من از غیر شود. در مراحل بعدی، فرد به خودآگاهی می‌رسد و این خودآگاهی با خود بدنی بیرونی و ظاهری او پیوستگی جدایی‌ناپذیری دارد. در این مرحله، تصویر بدنی از خود برای فرد به صورت واضح‌تر و شفاف‌تری شکل می‌گیرد (Ibid: 39).

گیدنز، معتقد است «خود» در درون بدن جای دارد و آگاهی نسبت به خویش بیشتر ناشی از تغییراتی است که در بدن احساس می‌شود. بدن فقط جسم مادی صرف نیست؛ بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است (گیدنز، ۱۳۹۰: ۸۶). از نظر گیدنز، خودآرایی و تزئین خویش با پویایی شخصیت مرتبط است. در این معنا پوشاک، وسیله مهمی برای پنهان‌سازی و آشکارسازی وجوه مختلف زندگی شخصی است، همچنین، نوعی وسیله خودنمایی شخصی محسوب می‌شود؛ زیرا لباس، آداب‌ورسوم رایج را با هویت شخصی پیوند می‌زند (گیدنز، ۱۳۹۰: ۹۵). در این میان، در جامعه مدرن، زنان با توجه به ویژگی‌های جسمیشان بیشتر قضاوت می‌شوند و احساس شرمساری نسبت به بدنشان با انتظارات اجتماعی رابطه مستقیمی دارد. زنان در مقایسه با مردان بیشتر در معرض اختلالات تغذیه‌ای قرار می‌گیرند که او آن را از چند دلیل عمده ناشی می‌داند؛ اول، هنجارهای جامعه درباره زنان تأکید بیشتری بر زیبایی جسمانی دارد. دوم، آنچه به لحاظ اجتماعی، تصویری مطلوب از بدن تعریف می‌شود درباره زنان، تصویری لاغراندام (نه عضلانی) است. سوم، امروز، زنان در عرصه‌های اجتماعی فعال‌تر شده‌اند؛ اما برحسب ظاهرشان به همان اندازه موفقیت‌ها و پیشرفت‌هایشان ارزیابی می‌شوند (احمدنیا، ۱۳۸۹: ۶).

کدگذاری باز صورت گرفت که الصاق مفاهیم اولیه به داده‌های خام است. سپس کدگذاری محوری انجام شد و مقوله‌هایی استخراج شدند که مفاهیم با سطح انتزاع بالاتر داشتند و در پایان، کدگذاری گزینشی انجام شد. در مرحله کدگذاری گزینشی، مقوله هسته ظهور یافت. برای اعتباریابی نتایج پژوهش از روش سازگاری روش شناختی استفاده شد؛ یعنی پژوهشگر تلاش کرد کلیه رویه‌های روش‌شناسی را مدنظر قرار دهد.

جدول ۱- مشخصات مصاحبه‌شوندگان

کد	سن	مقطع تحصیلی	وضع فعالیت	وضعیت تأهل
۱	۱۸	دانشجو	بیکار	مجرد
۲	۲۵	کارشناسی	کارمند	مجرد
۳	۱۹	دانشجو	دانشجو	متأهل
۴	۲۷	دیپلم	خانه‌دار	مجرد
۵	۳۰	کارشناسی ارشد	کارمند	متأهل
۶	۳۲	پزشکی	پزشک	متأهل
۷	۲۳	دبیرستان	آرایشگر	مجرد
۸	۲۱	دانشجو	دانشجو	مجرد
۹	۲۴	کارشناسی ارشد	بیکار	مجرد
۱۰	۳۳	دیپلم	فروشنده	متأهل
۱۱	۳۰	دیپلم	فروشنده	مجرد
۱۲	۲۸	کارشناسی	پرستار	متأهل
۱۳	۲۹	کارشناسی ارشد	بیکار	مجرد
۱۴	۲۷	راهنمایی	خانه‌دار	متأهل
۱۵	۳۲	راهنمایی	خانه‌دار	مطلقه
۱۶	۳۵	دیپلم	فروشنده	متأهل
۱۷	۱۹	دبیرستان	خانه‌دار	متأهل
۱۸	۲۰	دانشجو	دانشجو	مجرد

#### یافته‌های پژوهش

حاصل پژوهش، ۱۶۷ مفهوم، ۱۶ مقوله اصلی، ۲۵ زیرمقوله و یک مقوله هسته بود.

در ابتدا تعریف دختران جوان از زن پرسیده شد که نشان‌دهنده تصور آنها از بدن خود نیز هست.

خدماتی صرف کرده است که این نقیصه را جبران می‌کند؛ البته این شرایط بالقوه متوجه مردان نیز هست؛ اما به واسطه فشار بیشتر بر زنان، باید آن را جنسیتی دانست. برخی فمینیست‌ها با افزودن مفهوم پدرسالاری به سرمایه‌داری مصرفی، این واقعیت را تشریح کردند که نظام سرمایه‌داری، فقط جیب زنان را خالی نمی‌کند؛ بلکه قدرت و استعداد بالقوه آنان را می‌زداید و آنان را نسبت به خود بیگانه می‌کند. بسیاری از نظریه‌های پسامردن از جمله نظریه فدرستون نیز به این حیطة اختصاص دارد (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۷۳).

#### روش پژوهش

هدف پژوهش، بررسی ادراک زنان جوان شهر تهران از بدن است؛ بنابراین، مطالعه حاضر به صورت اکتشافی استقرایی و نظریه زمینه‌ای انجام شده و داده‌ها با مصاحبه عمیق نیمه‌ساخت یافته جمع‌آوری شده است. در این راستا، نگارنده با ۱۸ نفر از زنان جوان ۱۸-۳۵ ساله شهر تهران مصاحبه انجام داد. امروزه، زنان جوان بیشتر در معرض ایدئال‌های زیبایی تأکیدشده در جامعه قرار دارند، در نتیجه، برای انجام این پژوهش، زنان جوان ۱۸-۳۵ سال انتخاب شدند. مصاحبه‌ها در مکان‌های مختلف از جمله منزل یا محل کار مصاحبه‌شونده، پارک، کتابخانه عمومی، دانشگاه و ... انجام شد. در این پژوهش از نمونه‌گیری نظری استفاده شد. از آنجاکه نمونه‌گیری نظری از قاعده انتخاب تدریجی پیروی می‌کند، ابتدا نمونه اولیه انتخاب و مصاحبه انجام شد. سپس مصاحبه انجام شده تحلیل شد و نمونه‌های بعدی براساس پالایش مفاهیم و مقوله‌های در حال ظهور انتخاب شدند. نمونه‌گیری تا به دست آمدن اشباع نظری ادامه یافت؛ یعنی نمونه‌گیری زمانی پایان یافت که فضای مفاهیم و مقوله‌ها پر شده و دیگر داده جدیدی ظهور نیافته است. در انتخاب نمونه سعی شد تا بیشترین تنوع برحسب برخی ابعاد و شاخص‌های زمینه‌ای مانند سن، شغل، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی و ... رعایت شود. برای تحلیل داده‌ها از کدگذاری استفاده شد. در ابتدا

مصاحبه‌شوندگان زن را با ویژگی‌های زیر توصیف کردند: از او مراقبت کافی صورت گیرد. در جدول زیر، مقولات زیبا، لطیف، حساس، شکننده، ظریف و باریک اندام. از نظر اصلی و زیرمقولات ادراک زنان از بدن خویش و عوامل مؤثر آنها زن موجودی است لطیف، حساس، زیبا و شکننده که باید بر آن و مقوله هسته ارائه شد.

جدول ۲- مقولات مربوط به سنخ‌شناسی ادراک زنان از بدن

مقوله‌های اصلی	زیرمقولات	مقوله هسته
بدن به عنوان سرمایه	- بدن سرمایه‌ای برای ازدواج	تصور زنان از بدن خویش به شدت
	- بدن سرمایه‌ای برای موفقیت‌های اقتصادی و اجتماعی	از ساختارهای جنسیتی جامعه تأثیر گرفته است. هنجارهای مسلط جامعه مهم‌ترین عامل سازنده تصور بدنی زنان است.
بدن به عنوان نقاب	- ترس از انگ	
	- پنهان نمودن معایب	
	- بازسازی هویت ضایع شده	
بدن جایگاه هویت مستقل	- نشان دادن هویت جنسیتی	
	- ارائه هویت متفاوت	
	- نشان دادن هویت طبقاتی	
بدن جایگاه لذت و آرامش	- نگاه زیبایی شناسانه به بدن	
	- لذت از پوشش خود و دیگران	
	- بدن زیبا و تمیز جایگاه روان سالم	
غلبه هنجارهای مردانه	- فشارهای هنجاری از جانب مردان	
	- اضطراب اجتماعی	
عوامل مؤثر بر نوع ادراک زنان از بدن		
دیدگاه ظاهرگرایانه به زنان	- فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی	
	- اهمیت زیبایی ظاهری	
جامعه‌پذیری جنسیتی	- تفاوت مبتنی بر جنسیت	
	- تمایز مبتنی بر جنسیت	
	- تبعیض جنسیتی	
	- تفکرات قالبی	
خودکمترین زنان	- اعتماد به نفس پایین	
	- دریافت القاب تحقیرآمیز	
پایگاه پایین‌تر زنان در جامعه	- تنگناهای شغلی	
	- ارزیابی پایین‌تر زنان در موقعیت مشابه با مردان	
رسانه‌های جمعی	- تأثیر رسانه‌ها بر زنان	
	- تأثیر رسانه‌ها بر مردان	

صورت‌بندی شد که در ادامه، این مقولات شرح داده می‌شوند.

سنخ‌های ادراک زنان از بدن

- بدن به عنوان سرمایه

تصورى که دختران جوان از بدن خود دارند در ۴ مقوله اصلی



## گزیده شماره ۲:

دیپلم دارم و مجردم... من با مدرک دیپلم فقط می‌تونم جاهای خصوصی کار کنم. اینجور جاها از آدم می‌خوان که خوب بپوشی و آرایش کنی تا قبولت کنن. به خاطر همین من تا حالا چندین بار محل کارمو عوض کردم (زن، ۲۷ ساله، مجرد).

## گزیده شماره ۳:

به نظر من یه دختر باید همیشه تر و تمیز باشه و لباسای مناسب بپوشه؛ همه جا تأثیر داره؛ برای کار، برای تحصیلات. من آرایشگرم و به نظرم آراستگی و زیبایی من میتونه در جذب مشتری خیلی مؤثر باشه (زن، ۲۳ ساله، مجرد).

## بدن به‌عنوان نقاب

به باور گافمن، عواملان بدنی با توسل به روش‌های کددهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عواملان بدنی، معرف‌های «تجسد یافته» منش و منزلت هستند که کنشگران دیگر آن را تفسیر می‌کنند. حالات چهره و حرکات بدن، محتوای اساسی نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما به آنها وابسته است و برای شریک‌شدن با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی و هویت اجتماعی، باید نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۱۵ و ۲۴۶)؛ بنابراین، بدن در نمایش خود توسط افراد نقش اساسی را ایفا می‌کند. انسان‌ها تلاش می‌کنند با کددهی بدن خود، نظر دیگران را جلب کنند و خود را در جایگاه‌ها و منزلت‌هایی نشان دهند که ممکن است حتی به آن تعلق نداشته باشند. زنان از بدن به‌عنوان نقاب استفاده می‌کنند؛ زیرا از انگ‌خوردن می‌ترسند و همچنین می‌خواهند معایب خود را پنهان یا هویت ضایع‌شده خود را بازسازی کنند.

## • ترس از انگ

گاهی انگ‌خوردن در اثر ویژگی خاصی در بدن، باعث می‌-

امروزه برای بسیاری از زنان، بدن مانند سرمایه عمل می‌کند. این نوع ادراک از بدن حاصل تفکری عقلانی است. کودک در فرایند جامعه‌پذیری درمی‌یابد که بدنش سرمایه محسوب می‌شود. زن‌ها از سرمایه بدنی برای رسیدن به مقاصدشان استفاده می‌کنند. زنان از بدن به‌عنوان سرمایه در زمینه‌های ازدواج و کسب موفقیت اقتصادی و اجتماعی استفاده می‌کنند.

## • بدن سرمایه‌ای برای ازدواج

امروزه دختران جوان از بدن خود برای تأیید دیگران استفاده می‌کنند. با پوشش و آرایش مناسب که در بسیاری موارد بر موقعیت نیز مبتنی است، تأیید اطرافیان مهم را کسب می‌کنند که این تأیید ممکن است به ازدواج، ازدواج بهتر و ... منجر می‌شود.

## گزیده شماره ۱:

تو جامعه ما ازدواج خیلی مهمه. یه دختر اگه ازدواج نکنه نه سرپناهی داره و نه حمایتی. برای همین خیلی از دخترا برای اینکه شانس ازدواج بهتری داشته باشن به خودشون خیلی می‌رسن، آرایش می‌کنن و لباسای آنچنانی می‌پوشن (زن، ۳۰ ساله، متأهل).

## • بدن سرمایه‌ای برای موفقیت اقتصادی و اجتماعی

امروزه زنان بیش از هر زمان دیگری تلاش می‌کنند تا به موفقیت‌های اقتصادی و اجتماعی دست یابند. آنها تلاش می‌کنند تا تحصیل کنند و شرایط شغلی و مالی مناسبی به دست آورند؛ بنابراین، با خروج زنان از منزل برای کسب موقعیت اجتماعی بهتر، بر بدن، آراستگی و زیبایی آنها تأکید بیشتری می‌شود. در واقع در استفاده از بدن به‌عنوان سرمایه اقتصادی و اجتماعی، مسئله دیگری که به آن توجه می‌شود بحث فردی و شخصی بودن این موفقیت‌ها است. در واقع با رشد فردگرایی در جامعه و ارزش‌یافتن موفقیت‌های فردی، زنان نیز در تلاش هستند به این موفقیت‌ها دست یابند که در این راه از بدن خود نیز استفاده می‌کنند.

مطلقه).

#### بدن، جایگاه هویت

بدن، موجودیتی ساده نیست؛ روابط اجتماعی و هویت شخصی را تولید و بازتولید می‌کند و وسیله‌ای عملی برای کنارآمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است. یکی از راه‌های کسب هویت در دنیای امروز، مصرف است. امروزه، زنان تلاش می‌کنند با مصرف کالاهای مختلف، هویت معینی را کسب کنند. زنان از بدن برای ارائه هویت دلخواه خود و کسب هویت پایگاهی دلخواه بهره می‌جویند.

#### • نشان‌دادن هویت جنسیتی

اینکه زنان چه تصویری از زن‌بودن دارند بر رفتار بدنیشان تأثیر دارد. برای برخی زنان بیان هویت جنسیتی در رفتارهای بدن از مهم‌ترین دلایل نوع خاص سازماندهی بدنشان است.

گزیده شماره ۷:

به نظر من زن‌ها باید تمیز و آراسته باشن. تمیزی و آراستگی باید مهم‌ترین ویژگی زن‌ها باشه. بیشتر خانم‌ها وقت بیشتری توی خونه هستند؛ بیشتر وقت دارن به خودشون برسن (زن، ۳۰ ساله، متأهل).

گزیده شماره ۸:

ما تمیزی رو برای زن مهم میدونیم و اون رو ویژگی زن‌ها میدونیم. به نظر من زیبایی خانم‌ها همیشه مهم بوده. قبلاً خانم‌ها خانه‌دار بودن؛ خونه و بچه‌ها همیشه باید تمیز می‌بودن. الان وضعیت خانم‌ها فرق کرده. زن‌ها درس می‌خونند و وارد کار و جامعه می‌شن؛ اما هنوز اون نگاه زیبایی و آراستگی نسبت به زن وجود داره ولی به شکل دیگه. قدیم زن بیشتر با تمیزی خونه و بچه مشخص می‌شد؛ الان با زیبایی آراستگی خودش توی محیط جامعه. انگار بحث زیبایی زن از محیط خونه وارد محیط جامعه شده. الان اگه توی جامعه آراسته ظاهر نشی زنانگیت زیر سؤال میره (زن، ۲۷ ساله، مجرد).

#### • ارائه هویت متفاوت

شود زنان نسبت به بدن تصور منفی پیدا کنند و برای کاهش آثار انگ، مدیریت انگ مدنظر یا از بین‌بردن آن، تغییراتی در بدن خود ایجاد می‌کنند؛ حتی در مواردی زنان برای جلوگیری از انگ‌های طبقاتی که ممکن است دریافت کنند و برایشان خوشایند نباشد، بدنشان را به شیوه طبقة ایدئال خود مدیریت می‌کنند.

گزیده شماره ۴:

خیلی از دخترهایی که از خانواده‌های پایین هستن، چون میخوان جلوی دیگران کم‌نیارن آرایش می‌کنن و به خودشون می‌رسن (زن، ۳۲ ساله، متأهل).

#### • پنهان‌کردن معایب

در مواردی زنان تلاش می‌کنند تا با استفاده از جراحی زیبایی یا آرایش و پوشش خاص، ویژگی‌هایی را بپوشانند که در بدنشان عیب محسوب می‌شود.

گزیده شماره ۵:

زیبایی به آدم قدرت میده. آرایش خیلی از معایب ظاهری و درونی رو می‌پوشونه. وقتی از کرم استفاده می‌کنم لک‌های صورتم مشخص نیست. اعتماد به نفسم از بین نمیره و راحت جلوی دیگران سرشکسته نمی‌شم (زن، ۳۰ ساله، متأهل).

#### • بازسازی هویت ضایع‌شده

در بعضی موارد زنان با دریافت انگی منفی در گذشته و ضایع‌شدن هویت در عرصه‌ای خاص، تلاش می‌کنند با تغییر درک خود از بدن، از آن در راستای بازسازی هویت استفاده کنند و از این راه بر نگرش‌ها و رفتارهای اطرافیان درباره خود به شیوه دلخواه تأثیر بگذارند.

گزیده شماره ۶:

انگ مطلقه خوردن خیلی سخته. بعد از طلاق از همسرم، تصمیم گرفتم که تغییراتی توی خودم، پوششم، آرایشم به وجود بیارم تا اطرافیانم فکر نکنند که می‌تونند هر طوری رفتار کنند (زن، ۳۲ ساله،

آورند و بر دیگران تأثیر بگذارند. نگاه زیبایی‌شناسانه به بدن، لذت از پوشش دیگران، بدن زیبا و تمیز و جایگاه روان سالم مواردی هستند که زنان سعی می‌کنند از آنها برای کسب لذت و آرامش از بدن استفاده کنند.

#### • نگاه زیبایی‌شناسانه به بدن

زنان، امروزه به زیبایی، لطافت و زنانگی بدنشان تأکید می‌کنند. بدن می‌تواند نماد زیبایی باشد و زیبایی را با خود حمل کند؛ بنابراین با این دیدگاه، لباس نیز صرفاً برای پوشش به کار نمی‌رود و می‌تواند ابزار زیبایی، تفاوت و ... باشد.

گزیده شماره ۱۱:

از یک مجسمه خوش‌تراش و زیبا چقدر لذت می‌بریم؟ بدن هم همینجوره. هرچی خوش‌تراش‌تر باشه زیباتره (زن، ۲۳ ساله، مجرد).

#### • لذت از پوشش خود و دیگران

با داشتن دیدگاه زیبایی‌شناسانه به بدن، استفاده از پوشش برای زیبایی تأکید شده است. برای بسیاری از زنان، تنوع پوشش، بازی رنگ‌ها در لباس بسیار لذت‌بخش و مایه آرامش است؛ بنابراین، تلاش می‌کنند تا لباس‌های متنوع بپوشند، تنوع رنگ‌ها برایشان مهم است و از آن لذت می‌برند.

گزیده شماره ۱۲:

من واقعاً از آدم‌های خوش‌پوش خوشم میاد. روشن‌تر یه جور دیگه حساب باز می‌کنم. میدونی به آدم لذت و آرامش میدن. همیشه تروتمیز هستن؛ خوب میپوشن. میدونی چی می‌گم؟ میدونن چی بپوشن و چه جور پیوسن که بشون بیاد (زن، ۲۰ ساله، مجرد).

گزیده شماره ۱۳:

از هیچ چیز بیشتر از تنوع رنگ تو لباس‌ها خوشم نمیاد؛ یعنی ذهنم رو باز میکنه؛ انگار دوباره متولد شدی (زن، ۲۷ ساله، متأهل).

#### • بدن زیبا و تمیز جایگاه روان سالم

بسیاری از زنان برای ارائه هویت دلخواه خود نزد دیگران از بدنشان استفاده می‌کنند. دست به آرایش و جراحی زیبایی می‌زنند و پوشش و آرایش خود را با وسواس انتخاب می‌کنند و از این راه خود را متفاوت از اطرافیانشان معرفی می‌کنند. گزیده شماره ۹:

برنامه‌های مد، ایده‌های جالب و متفاوتی به آدم میدن. خیلی از این ایده‌ها رو نمی‌تونم بکار ببرم؛ اما باعث میشه متفاوت‌تر از زن‌های اطرافم لباس بپوشم و آرایش کنم که باعث میشه متفاوت باشم و این خاص بودن رو دوست دارم (زن، ۲۸ ساله، متأهل).

#### • نشان دادن هویت طبقاتی

هویت طبقاتی افراد در بدن آنها رمزگذاری می‌شود. زنان برای نشان دادن طبقه اقتصادی و اجتماعی خود از بدنشان استفاده می‌کنند که این امر تصور آنها از بدنشان را شکل می‌دهد.

گزیده شماره ۱۰:

من فکر می‌کنم که زن‌ها و درکل آدم‌ها باتوجه‌به وضعیت اقتصادی که دارند به بدن خودشون توجه می‌کنند. کسی که شرایط مالی مناسبی نداره نمی‌تونه مثل یه آدم پولدار لباس بپوشه؛ حتی اگه به عمل جراحی نیاز داشته باشه هم شاید نتونه عمل کنه. اینجور آدم‌ها به اینکه مثلاً برای زیبایی بخوان جراحی کنن شاید اصلاً فکر نکنن (زن، ۲۴ ساله، مجرد).

#### بدن، جایگاه کسب لذت و آرامش

امروزه برای بسیاری از زنان، بدن باعث کسب لذت است؛ بنابراین، آراستگی، پوشش مناسب و احساس زیبایی خود و دیگران، احساس لذت در آنها را باعث می‌شود. بسیاری از زنان با آراستن خود به شیوه دلخواهشان، لذت، شادی و آرامش در خود را سبب می‌شوند. در این مقوله نیز مسئله جنسیت پدیدار می‌شود. زنان تلاش می‌کنند خود را بیارایند و از این راه تأیید دیگران را بگیرند و لذت دلخواهشان را کسب کنند یا با لذت بردن از زیبایی دیگران، لذت کافی را به دست

می‌کنند.

### فشارهای هنجاری از جانب مردان در جامعه

هنجارهایی که زنان در جامعه با آن روبه‌رو هستند و ادراکی که نسبت به این هنجارها دارند، نقش مؤثری در تعریف آنها از خود و چگونگی ارتباط با بدنشان دارند.

گزیده شماره ۱۶:

هیچ کجا خوشگلی و ظاهر برای مرد اولویت نیست. عوضش زیبایی زنان برای همه چیز مهمه؛ در ازدواج، کار و ... چون توی جامعه همه چی دست مردهاست می‌تونن زن‌ها رو کنترل کنن. برای ازدواج، مرد باید انتخاب کنه؛ برای کار با مدیرای مرد سرو کار داری و ... (زن، ۲۵ ساله، مجرد).

گزیده شماره ۱۷:

من ارشد دارم. الان یه زن تحصیل کرده اگه ژولیده باشه میگن عقب موندست؛ اما اگه یه مرد تحصیلات بالا داشته باشه و ژولیده باشه میگن: مرده دیگه. سرش شلوغ و ... لازم نیست که مردا آراسته و زیبا باشن (زن، ۲۴ ساله، مجرد).

گزیده شماره ۱۸:

به بینی‌ام حساس نبودم؛ اما از بس تو خیابون پسران بهم متلک مینداختن که حیف تو نیست اون بینی رو صورته، کم کم حساس شدم و عمل کردم (زن، ۳۵ ساله، متأهل).

### اضطراب اجتماعی

بسیاری از زنان بر اثر تعریفی که نسبت به آنها وجود دارد و در اثر فشارهایی که از طریق جامعه و شرایط آن احساس می‌کنند، دچار نوعی اضطراب می‌شوند که رفتن به سمت جراحی زیبایی، استفاده از وسایل آرایشی و ... را باعث می‌شود. ملاک بودن زیبایی زن در جامعه و درکی که زن از آن دارد اضطراب زنان جامعه را باعث می‌شود.

گزیده شماره ۱۹:

برای بسیاری از زنان، بدن تمیز باعث آرامش می‌شود. توجه هرچه بیشتر به بدن، آرامش بیشتری به همراه داشته و سلامت روح و روان را باعث می‌شود. بی‌توجهی به بدن، آزدردگی روح را به همراه دارد.

گزیده شماره ۱۴:

به نظرم بدن هرچقدر تمیزتر باشه آدم بیشتر احساس آرامش می‌کنه. پوست بدن وقتی شسته و تمیز میشه آرامش زیادی برام میاره؛ دیگه احساس سنگینی نمی‌کنم (زن، ۲۵ ساله، مجرد).

گزیده شماره ۱۵:

آدم‌هایی که جسمشون براشون مهمه، روانشون هم براشون مهمه. نظر من اینه؛ چون من خودم هم اینجوریم. به نظرم آدمی که به ظاهرش نمی‌رسه درونش هم براش مهم نیست. بدن آدم‌ها نشونه حسشون، ذهنشون و شخصیتشونه (زن، ۲۹ ساله، مجرد).

### علل مؤثر بر ادراک زنان

در این قسمت، عوامل مؤثر بر ادراک زنان نسبت به بدنشان بررسی می‌شود که عبارتند از: غلبه هنجارهای مردانه در جامعه، دیدگاه ظاهرگرایانه نسبت به زنان، جامعه‌پذیری جنسیتی، خودکم‌بینی زنان، پایگاه پایین زنان و رسانه‌های جمعی.

### غلبه هنجارهای مردانه در جامعه

هر جامعه‌ای، هنجارهایی را شامل می‌شود که رفتار انسان‌ها را شکل می‌دهد. زنان نیز در ارتباط با بدن خود با هنجارهایی روبه‌رو هستند که آنها را مجبور به هم‌نوایی با آنها می‌کنند. برخی از مصاحبه‌شوندگان به این مسئله به صورت مستقیم یا غیرمستقیم اشاره کرده‌اند. دختران به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، بدنشان را در ارتباط با معیارهای زیبایی جامعه تعریف می‌کنند و بیشتر این هنجارها در ارتباط با مردان تعریف می‌شود یا مردان این هنجارها را تعریف کرده‌اند و

باعث می‌شود شیوه‌های زندگی از رهگذر نمایش درحال تغییر سطوح ظاهری ایجاد شود (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۲). توجه به ظاهر زنان و اهمیت داشتن ظاهر آنها، شکل‌گیری فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی در بین زنان را باعث می‌شود که توجه به بدن یکی از نمودهای آن است.

#### گزیده شماره ۲۲:

به نظرم خیلی از توجه زنها به بدنشون به خاطر اینه که نمی‌خوان از زن‌های دیگه کمتر باشن؛ به خصوص عمل جراحی بینی. یکی که توی یه فامیلی یه عملی می‌کنه همه اطرافیان همون عمل رو یا یه عمل دیگه زیبایی رو انجام میدن (زن، ۲۱ ساله، مجرد).

#### جامعه‌پذیری جنسیتی

دختران و پسران به اشکال متفاوتی جامعه‌پذیر می‌شوند. دیدگاه جوانان نسبت به بدنشان در فرایند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. دختران در فرایند جامعه‌پذیری یاد می‌گیرند باید زیبا باشند و از سرمایه بدنی خود استفاده کنند. آنها می‌آموزند دختر باشند و زنانگی داشته باشند. در واقع آنها زن‌بودن را بر ساخت می‌کنند.

#### تفاوت مبتنی بر جنسیت

کودکان وقتی به دنیا می‌آیند به شیوه‌های متفاوتی با آنها تعامل می‌شود و انتظارات متفاوتی نیز از آنها می‌رود. این برخوردهای متفاوت، دنیاهای متفاوتی را در زنان و مردان خلق می‌کند که دیدگاهشان به بدنشان را شکل می‌دهند.

#### گزیده شماره ۲۳:

از بچگی پسر یاد می‌گیرن که باید شجاع باشند؛ همه می‌گن: مرد که گریه نمی‌کنه؛ اما دخترا باید ناز باشن. همه دخترا رو با ناز و زیبا بودن می‌شناسن. همین خودش خیلی روی دخترا تأثیر داره. من نمی‌گم دخترا نباید زیبا باشن؛ ولی اینم خیلی تأثیر داره (زن، ۳۰ ساله، متأهل).

#### تمایز مبتنی بر جنسیت

وقتی زن‌های دور و برم رو می‌بینم که بیشترشون با آرایش بیرون میان به این فکر می‌کنم اگه من اینجوری نباشم ممکنه به چشم همسرم نیام و بره سراغ یکی دیگه (زن، ۲۷ ساله، متأهل).

#### دیدگاه ظاهرگرایانه نسبت به زنان

نگاه جامعه نسبت به زنان در تصور آنان از بدنشان تأثیر فراوانی دارد. در جامعه این انتظار وجود دارد که زنان باید ظاهر زیبایی داشته باشند. این نگاه ظاهرگرایانه نوعی اجبار درونی را باعث می‌شود. زنان نیز یاد می‌گیرند به ظاهرشان توجه کنند و آن را در اولویت قرار دهند. اهمیت زیبایی ظاهری، فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی از مواردی هستند که این دیدگاه ظاهرگرایانه را شکل می‌دهند و تقویت می‌کنند.

#### • اهمیت زیبایی ظاهری

زیبایی ظاهری زنان برای خود زنان و سایر اعضای جامعه اهمیت دارد و این باعث می‌شود آنها بیشتر به بدن خود توجه کنند.

#### گزیده شماره ۲۰:

برای شوهرم خیلی مهمه که لاغر باشم و توی خونه آراسته باشم. الان میرم ایروپیک و به خودم می‌رسم. خانه دارم و تمام وقتای بیکاریمو همینجوری پر می‌کنم (زن، ۳۳ ساله، متأهل).

#### گزیده شماره ۲۱:

الان دیگه همه نگاه می‌کنن که آدم چی می‌پوشه، چه جور می‌پوشه. قیافه‌اش چه جوریه. بخوای سر کار بری بهت ظاهر خاصی تحمیل می‌کنن. برای ازدواج هم ظاهر و زیبایی دختر خیلی مهمه. حتی خرید که میری اگه ظاهرت آراسته نباشه بهت توجه نمی‌کنن. توجه فروشنده‌ها میره سمت خریداری که ظاهر مناسبی داره (زن، ۲۸ ساله، متأهل).

#### • فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی

فرهنگ در دوره مدرن، فرهنگ بصری و نمایشی است که

پس خوبه. همین خودش به پسرا قدرت و ارزش میده؛ ولی دختر که به دنیا میاد باید با خوشگلی و اینجور چیزا مهم‌بودنش تازه ثابت بشه (زن، ۲۴ ساله، مجرد).

### تفکرات قالبی

انسان‌ها با تفکراتشان زندگی می‌کنند. اگر تفکرات انسان‌ها در یک جامعه به صورت تفکرات کلیشه‌ای و مشخص درآید و افراد جامعه براساس همان تفکرات قالبی به عمل دست بزنند، حاصل آن شکل‌گیری نظم اجتماعی و بازتولید مداوم آن است. کلیشه‌های جنسیتی، اطلاعاتی درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل را شامل است. مهم‌ترین نکته آن است که این ابعاد متنوع به هم مربوط هستند. صرفاً شناخت اینکه یک فرد، زن است این معنی ضمنی را دارد که آن فرد ویژگی‌های جسمانی خاص (صدای آرام، ظریف و زیبا) و صفات روانی خاص (مهرورز، وابسته، ضعیف و...) خواهد داشت و فعالیت‌های خاصی (مراقبت از کودک، آشپزی) انجام خواهد داد (گولومبوک و رایین، ۱۳۸۴: ۲۶).

گزیده شماره ۲۸:

زیبا بودن، آراستگی و خوشبو بودن چیزهایی است که جامعه از یک زن می‌خواهد. زنانگی برای زن خیلی مهمه؛ برای ازدواج. اینها همه باعث میشه از زن انتظار وابسته بودن وجود داشته باشه؛ زن لازم نیست بره درس بخونه و به مدارج بالا برسه (زن، ۲۵ ساله، مجرد).

### خودکمترینی

یکی از مسائلی که برخی از پاسخ‌گویان زن با آن روبه‌رو بودند، احساس خودکمترینی و حقارت و در نتیجه، اعتماد به نفس کمتری بود که بسیاری از مصاحبه‌شوندگان در کودکی و به خصوص نوجوانی با آن روبه‌رو شدند. دریافت القاب تحقیرآمیز و اعتماد به نفس پایین از اموری است که

بسیاری از زن‌ها با پوشش و آرایش خاص در پی کسب زنانگی هستند و از این راه خود را از مردان متمایز می‌کنند. زنانگی یکی از وجوه اصلی و تأکیدشده زنان برای تمایز خود از مردان است که تلاش می‌کنند این زنانگی را با دستکاری و مدیریت بدن خود نشان دهند.

گزیده شماره ۲۴:

دلیل اصلی بیشتر دوستای من برای جراحی و... داشتن حس زنانگیه. خیلیاشون برای داشتن این احساس آرایش می‌کنند (زن، ۲۰ ساله، مجرد).

گزیده شماره ۲۵:

همیشه دوستام بهم توصیه می‌کردن برای اینکه بتونم ازدواج کنم، آرایش کنم. بهم میگفتن تو خیلی ساده‌ای و اصلاً زنانگی نداری. میدونی چیه زنانگی برای ازدواج خیلی مهمه (زن، ۳۲ ساله، مطلقه).

گزیده شماره ۲۶:

هیچ‌وقت از اینکه پسر نبودم ناراحت نیستم. بعضی از دوستام توی دبیرستان واقعاً دوست داشتن پسر باشن. نمی‌تونستم درک کنم چرا. دختر بودن حس متفاوتی داره. درسته که محدودیت‌های زن‌ها زیاده؛ ولی من همین اهمیتی که به لباس پوشیدن زن‌ها داده می‌شه، ناز و عشوه‌های دخترونه رو دوست دارم. ظرافت بدن و ظرافت لباس‌هایی که می‌پوشم برام مهمه؛ چون من زن بودن رو دوست دارم (زن، ۲۱ ساله، مجرد).

### تبعیض مبتنی بر جنسیت

به‌خاطر فرهنگ مردسالارانه حاکم بر جامعه، بسیاری از دختران از همان دوران کودکی تبعیض نسبت به خود را احساس می‌کنند و این احساس، شکل‌دهنده تفکرات و اعمال آنها درباره بدنشان است.

گزیده شماره ۲۷:

توی جامعه ما خانواده‌ها براشون مهمه که بچه‌شون پسر باشه. خانواده‌ها از شنیدن اینکه بچه‌شون پسره ناراحت نمی‌شن؛ یعنی پسر هرچی باشه چون پسره

ادراک زنان از بدنشان را شکل می‌دهد.

#### • دریافت القاب تحقیرآمیز

دریافت القاب تحقیرآمیز در دوره‌ای از زندگی، خودکمترینی در زنانرا باعث شده است که این خودکمترینی، تصور بدنی منفی، پناه‌بردن به جراحی‌های زیبایی و توجه بیش از حد به بدن را سبب می‌شود.

گزیده شماره ۲۹:

بچه که بودم مامانم می‌گفت که من ناخواسته‌ام. تازه مشکلش این هم بود که زیاد خوشگل نبودم. این حرفش برای من مثل یه کابوس بود و هنوزم هست (زن، ۳۰ ساله، متأهل).

گزیده شماره ۳۰:

توی خونه‌ی داداشم به من و خواهرم که کوچیک‌تر بودیم، به هر کدوممون، یه لقب منفی داده بودن و این توی اعتماد به نفسم خیلی تأثیر داشت. من و خواهرم حتی آگه به اونا ایراد می‌گرفتم بازم اونا ما رو مسخره می‌کردن (زن، ۳۲ ساله، متأهل).

#### • اعتماد به نفس پایین

اعتماد به نفس پایین در زنان باعث می‌شود دست به جراحی‌های مختلف بزنند، از وسایل آرایشی مختلف استفاده کنند و به پوشش و آرایش خود بیشتر بها دهند تا اعتماد به نفس بیشتری، کسب و کمبودهایشان را جبران کنند.

گزیده شماره ۳۱:

از وقتی که بینی‌ام را عمل کردم احساس بهتری دارم. راحت‌تر توی جمع ظاهر می‌شوم و کمتر خودمو با دیگران مقایسه می‌کنم. قبلاً وقتی به مهمانی می‌رفتم شب، افسرده به خانه برمی‌گشتم و اعتماد به نفسم را تا یه مدتی از دست میدادم (زن، ۲۰ ساله، مجرد).

#### پایگاه پایین‌تر زنان در جامعه

در جامعه ایران، کار بیرون از خانه مختص مردان بود که این

باعث می‌شود مردان، سرمایه اقتصادی و اجتماعی بیشتری نسبت به زنان داشته باشند. امروزه، زنان با خروج از خانه و تلاش برای کسب موقعیت اقتصادی و اجتماعی دلخواه، بدن خود را مدیریت و دستکاری می‌کنند. تنگناهای شغلی و دست‌کم گرفته شدن در موقعیت‌های مشابه با مردان از عواملی است که تغییر تصور زنان نسبت به بدنشان را باعث می‌شوند و در نتیجه، آن را به گونه‌ای شکل می‌دهند که به اهدافشان برسند.

#### • تنگناهای شغلی

در جامعه ایران، مردها نان‌آور خانواده هستند و زنان طی سال‌های اخیر وارد جامعه و بازار کار شدند. زنها با تنگناهای شغلی مختلفی روبه‌رو هستند. اولویت شغلی با مردان است؛ زیرا آنها نان‌آور خانه محسوب می‌شوند؛ بنابراین، زنان برای داشتن درآمد مستقل، ایدئال‌های پوشش و آرایش مدیران و کارفرمایان را می‌پذیرند تا موانع موجود کمتر شود که این امر نیز شرایط زنان را بازتولید و موقعیت پایین آنها را تثبیت می‌کند.

گزیده شماره ۳۲:

الان دیگه حتی آگه مدرک هم داشته باشی باید توی شرکت‌های خصوصی و این‌جور جاها کار کنی. این مکان‌های شغلی، پوشش و آرایشی رو می‌طلبند که با ادارات دولتی متفاوت؛ باید آراسته باشی و تیپ خاص و دلخواه مدیر را داشته باشی (زن، ۲۵ ساله، مجرد).

#### • ارزیابی پایین‌تر زنان در موقعیت مشابه با مردان

زنان با این شرایط مواجه هستند که حتی اگر موقعیت مشابه با مردان داشته باشند، به دلیل زن‌بودن دست‌کم گرفته می‌شوند و باعث می‌شود این مسأله را باتأکید بر جنبه‌هایی از زن‌بودن جبران کنند که برایشان امتیاز به همراه آورد؛ این امر، خود را در قالب توجه بیشتر به بدن، آراسته‌بودن و ... نشان می‌دهد.

گزیده شماره ۳۳:

تصور بدنی زنان با نگرش جنسیتی شکل می‌گیرد که آنان نسبت به خود و مردان نسبت به زنان دارند. نگرش زنان نسبت به خود از نگرش ظاهرگرایانه مردان نسبت به آنها الهام گرفته است (مختاری و عنایت، ۱۳۸۸: ۲۳-۲۱). امروزه رسانه‌ها ایدئال‌های زیبای ما را شکل می‌دهند و به ما می‌گویند ظاهر ما چگونه باشد (دقیقی، ۱۳۸۱: ۸۲) و مردان نیز از تأثیر رسانه‌ها مستثنی نیستند؛ در نتیجه، تعریفی که مردان از زیبایی و بدن زنان دارند، اعمال فشارهایی از طرف آنها بر زنان را باعث می‌شود و در نهایت تعریف زنان از بدن خویش را تغییر می‌دهند.

گزیده شماره ۳۶:

همسرم خیلی سریال‌های خارجی نگاه می‌کند. از اون وقت همسرم بیشتر گیر میده به ظاهر من. منم خیلی حساس شدم (زن، ۲۷ ساله متأهل).

#### - راهبردهای مورد استفاده زنان

زنان بدن خود را به‌عنوان سرمایه، نقاب، جایگاه هویت و جایگاه کسب لذت و آرامش ادراک کردند؛ بنابراین، راهبردهایی که برای کنش در پیش گرفتند نیز اولویت ظاهر، توجه و سواس‌گونه به ظاهر، توجه به واکنش‌ها و رفتارهای دیگران را شامل می‌شود. زنان، زیبایی ظاهر را اولویت قرار می‌دهند که این امر، توجه و سواس‌گونه نسبت به بدن را باعث می‌شود. ادراک زنان از عوامل اجتماعی و فرهنگی مانند هنجارها، جامعه‌پذیری و رسانه تأثیر گرفته است؛ در نتیجه، واکنش‌ها و رفتارهای دیگران در کنش‌های روزمره برای آنها اهمیت دارد و سعی می‌کنند بدن خود را در ارتباط با کنش‌های اطرافیان تنظیم کنند.

#### پیامدهای ادراک زنان از بدن

باتوجه به تعریفی که زنان از بدن خود داشته‌اند و راهبردی که اتخاذ کرده‌اند، پیامدهای زیر برای وضعیتی برشمرده می‌شود که در آن، زنان به بدن خود توجه می‌کنند، دست به جراحی

زن برای کسب موقعیت اقتصادی و اجتماعی باید آراسته باشد. الان حتی برای پیدا کردن کار ساده و معمولی توی شرکت خصوصی ازت می‌خوان که خوب بپوشی، لاک بزنی و ... کسب موقعیت اجتماعی برای زنان کار دشواری است. اگر شرایط شغلی و اقتصادی مشابه با مردان داشته باشی باز هم ممکنه موقعیت اجتماعی لازم را نداشته باشی. اینها چیزهایی است که من و خیلی از دوستانم تجربه کردیم و می‌کنیم (زن، ۳۲ ساله، متأهل).

#### - رسانه‌های جمعی

رسانه‌ها یکی از عناصر تأثیرگذار بر تصور بدنی زنان هستند و این به‌واسطه فشارهای هنجاری است که رسانه‌ها بر زنان اعمال می‌کنند (ذکایی و فرزانه، ۱۳۸۷: ۴۴). تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌دهی تصور زنان از بدنشان دو حالت دارد:

#### • تأثیر بر زنان

زنان از گروه‌هایی هستند که در معرض پیام‌های مختلف رسانه‌ای درباره بدن خویش قرار می‌گیرند. این پیام‌ها تغییر تصور آنها از بدن و در نتیجه نارضایتی نسبت به بدن را باعث می‌شوند. حاصل این تغییر در نگرش، دستکاری بدن به شیوه پیام‌های دریافت‌شده از رسانه‌ها است.

گزیده شماره ۳۴:

من خانه دارم و صبح تا شب خونه هستم. تقریباً تمام ساعت جلو تلویزیونم و سریال‌ها و برنامه‌های مد رو نگاه می‌کنم. من عاشق بازیگر زن سریال ... هستم. همیشه سعی می‌کنم مشابه اون باشم (زن، ۳۳ ساله متأهل).

گزیده شماره ۳۵:

وقتی می‌بینم که فشن‌ها چقدر خوش هیکل و زیبا هستن، میرم جلو آینه و خودمو با اونا مقایسه می‌کنم (زن، ۲۰ ساله، مجرد).

#### • تأثیر بر مردان



زیبایی می‌زنند، از وسایل آرایشی مختلف استفاده می‌کنند و ...

### رواج فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی

شکل‌گیری فرهنگ چشم‌وهم‌چشمی از جمله پیامدهای رواج توجه بیش از اندازه به بدن، استفاده بیش از اندازه از لوازم آرایشی و پناه‌بردن به جراحی‌های زیبایی است.

گزیده شماره ۳۷:

الان بیشتر ماها به این نگاه می‌کنیم که دوستم چی می‌پوشه منم بپوشم. بیشتر دوستم با تقلید از همدیگه رفتن دست به عمل جراحی و ... زدن (زن، ۱۹ ساله، متأهل).

### غلبه فرهنگ بیگانه

یکی از نتایج توجه به بدن و تلاش برای زیبابودن، توجه به کسانی است که نماد زیبایی در جامعه مدرن هستند. زنان با مصرف رسانه‌های مختلف در تلاش هستند تا از جدیدترین مدها باخبر شوند و خود را با شخصیت‌های دلخواه خود همانند کنند.

گزیده شماره ۳۸:

من بیشتر مدل لباس‌مو از روی لباس فلان بازیگر خارجی می‌گیرم. سعی می‌کنم پوشش و آرایشم شبیه اون باشه (زن، ۲۹ ساله، مجرد).

گزیده شماره ۳۹:

تقریباً همه روز تلویزیونمون روشنه و من سریالای ماهواره‌ای رو می‌بینم. بیشتر با سریالا و برنامه‌های فشن سرمو گرم می‌کنم (زن، ۳۰ ساله، متأهل).

### رواج فرهنگ مصرف‌گرایی

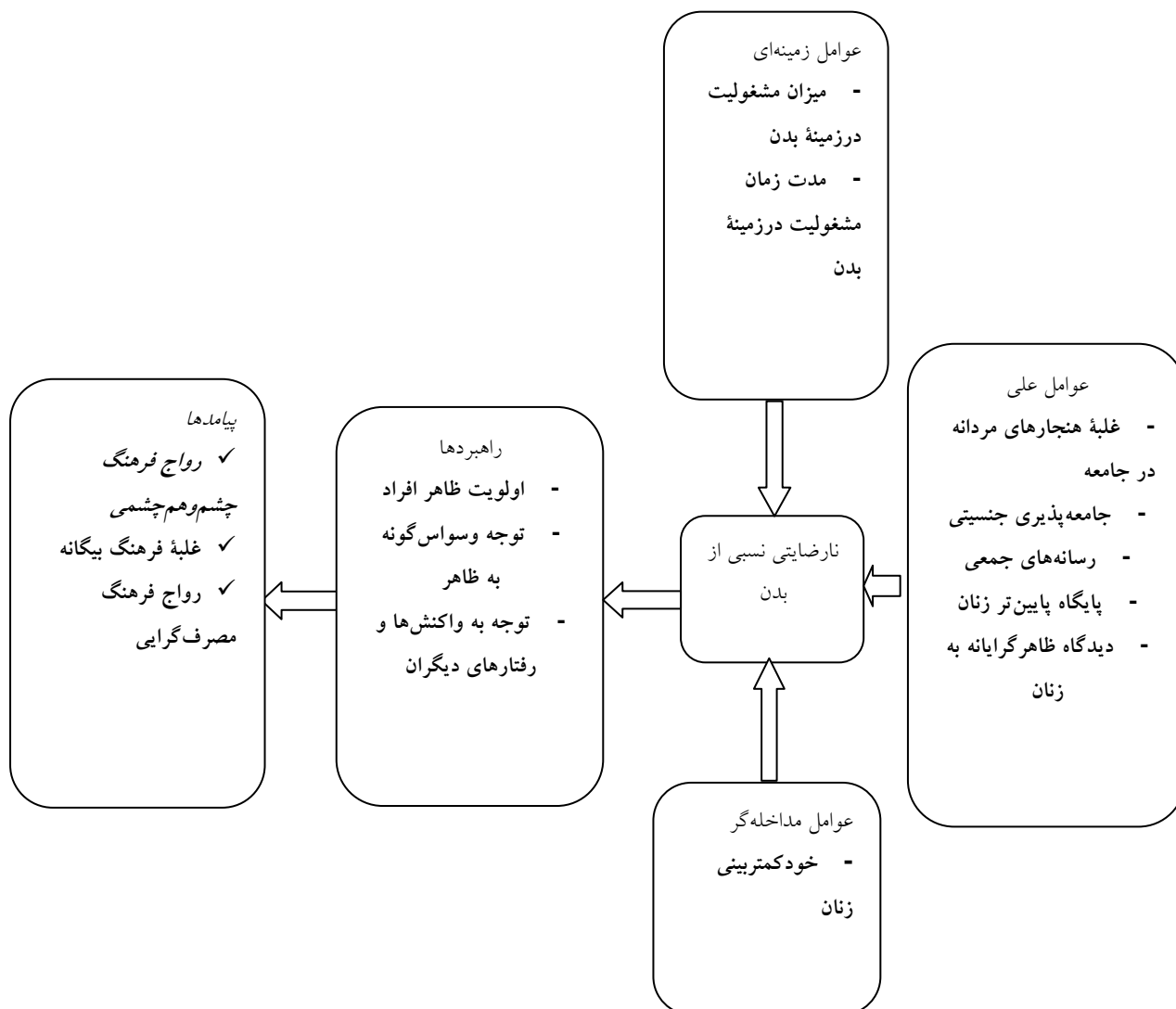
وقتی در جامعه‌ای معیار بسیاری از انتخاب‌ها، موفقیت‌ها و ارزیابی‌ها ظاهر انسان‌ها باشد، نوعی مصرف‌گرایی رواج می‌یابد. زنان جوان از جمله گروه‌هایی هستند که در معرض این مصرف‌گرایی قرار می‌گیرند. از جمله این موارد، مصرف بیش از اندازه در زمینه پوشش و آرایش است. این امر باعث می‌شود زنان بیشتر وقت، انرژی و پول خود را برای انتخاب هرچه بهتر و بیشتر ابزار زیبایی بدن مصرف کنند و از توجه به امور مهم‌تر زندگی باز بمانند.

گزیده شماره ۴۰:

من دست کم ماهی یه وسیله آرایشی می‌خرم. پوششم برام خیلی مهمه. لباسای آدم باید سِت باشن و برای اینکه بتونم شیک باشم مانتو زیاد می‌خرم (زن، ۱۹ ساله، متأهل).

گزیده شماره ۴۱:

بیشتر درآمدم برای خرید وسایل‌های شخصی و لباس خرج می‌شه. مامانم خیلی نصیحتم می‌کنه؛ ولی اونا نسل قدیمن و این چیزا رو نداشتن (زن، ۳۰ ساله، مجرد).



نمودار ۱- الگوی پارادایمی

### بحث و نتیجه

یافته‌های این پژوهش نشان داد زنان با تجربه جراحی‌های زیبایی، تصور چندان مثبتی از بدن خویش ندارند. این ارزیابی، گرایش آنها برای مدیریت بدن به شیوه دلخواهشان را باعث می‌شود. مقوله‌های استخراج شده از ادراک زنان نسبت به بدنشان نشان داد زنان، بدنشان را به‌عنوان سرمایه، نقاب، جایگاه هویت مستقل و جایگاه کسب لذت و آرامش درک می‌کنند. با توجه به پژوهش‌های کیفی اندک در ارتباط با ادراک زنان از بدنشان، این بخش از نتایج پژوهش حاضر از بداعت

برخوردار است. پژوهش مختاری و عنایت (۱۳۹۰) در ارتباط با تصور بدنی زنان، نتایج به‌دست‌آمده را تأیید می‌کند. مختاری و عنایت نیز نشان دادند زنان، زیبایی را ویژگی مختص به جنس زن تلقی می‌کنند و بدنشان را به‌عنوان سرمایه درک می‌کنند. ادراک بدن به‌عنوان سرمایه از اصلی‌ترین ادراک زنان بود؛ اما برخی از آنها بدن را به‌عنوان نقاب، کسب هویت مستقل و جایگاه کسب لذت و آرامش درک کردند. زنان تلاش می‌کنند با استفاده از سازماندهی بدن خود به شیوه دلخواه، بسیاری از معایب خود را بپوشانند و

توجه داشته باشند و پایه‌های تغییر در گرایش زنان به تصور بدنی منفی، گرایش به جراحی زیبایی، استفاده از لوازم آرایشی و در نهایت صرف وقت و انرژی برای ساختن بدن ایدئال خود را در روند تغییر جامعه قرار دهند که آموزش زنان، مردان و پدر و مادران از جمله این اقدامات برای تغییرات اجتماعی و فرهنگی در جامعه است.

### منابع

- اباذری، ی. و حمیدی، ن. (۱۳۸۷). «جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای از مناقشات»، فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۶، ش ۴، صص ۱۷۰-۱۲۷.
- احمدنیا، ش. (۱۳۸۰). «جامعه‌شناسی بدن»، به کوشش احمدی، ن. و اردلان، پ.، تهران: انتشارات روشنفکران و مطالعات زنان.
- آزاد ارمکی، ت. و غراب، ن. (۱۳۸۷). «بدن و هویت»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۴، ص ۱۳، صص ۱۲۲-۱۰۱.
- خواجه نوری، ب. و مقدس، ع.ا. (۱۳۸۸). «رابطه بین تصور از بدن و فرایند جهانی شدن: مطالعه موردی زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، ش ۳۳، ص ۱-۲۴.
- خواجه نوری، ب.؛ روحانی، ع. و هاشمی، س. (۱۳۹۰). «رابطه سبک زندگی و تصور بدن: مطالعه موردی: زنان شهر شیراز»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، ش ۱، صص ۷۹-۱۰۳.
- لوپز، خ. و اسکات، ج. (۱۳۸۵). ساخت نظریه اجتماعی، ترجمه: قاضیان، ح.، تهران: نشر نی.
- دقیقی، م. (۱۳۸۱). تصویر ذهنی زن، فصل زنان (مجموعه آراء و دیدگاه‌های فمینیستی)، احمدی خراسانی، ن. و اردلان، پ.، تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- ذکائی، م.س. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی جوانان. تهران: نشر آگه.
- ذکایی، م.س. و فرزانه، ح. (۱۳۸۷). «زنان و فرهنگ بدن:

هویتی را بازسازی کنند که ممکن است در عرصه و زمانی خاص از زندگی زیر سؤال رفته باشد یا حتی هویت دلخواه خود را بسازند و خود را به شیوه دلخواه به دیگران معرفی کنند. همچنین، بدن، جایگاه کسب لذت و آرامش، از جمله ادراکاتی است که دیدگاه منفی زنان نسبت به بدنشان را تعدیل می‌کند. اگر به بدن توجه شود، برای ما لذت و آرامش به همراه می‌آورد.

بررسی عوامل مؤثر بر بدن زنان نشان داد ادراکات زنان از ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تأثیر گرفته است. عواملی مانند غلبه هنجارهای مردانه در جامعه، جامعه‌پذیری جنسیتی، رسانه‌های جمعی، تأثیر جامعه بر ادراک زنان از بدنشان را نشان می‌دهد؛ حتی عامل خودکمترینی که بر درک زنان از بدنشان تأثیر می‌گذارد در ابتدا عاملی فردی به نظر می‌رسد؛ اما با واکاوی بیشتر متوجه می‌شویم این نوع نگرش، ریشه در تجربه‌های زنان در طول زندگی دارد. یکی از زیرمقوله‌های خودکمترینی زنان، دریافت القاب تحقیرآمیز بود که تأثیر رفتار اطرافیان در برهه‌ای از زندگی بر زنان را نشان می‌دهد. پژوهش مختاری و عنایت (۱۳۸۸ و ۱۳۹۰)، نتایج پژوهش حاضر را تأیید می‌کنند. پژوهش آنها نشان داد فرهنگ مردمحوری، ظاهرگرایی، رسانه‌های جمعی و رفتارهای تحقیرآمیز بر ادراک زنان از بدنشان تأثیرگذار است. پژوهش‌های کمی انجام شده در این زمینه نیز نتایج این پژوهش را تأیید می‌کنند؛ به طوری که پژوهش‌های کیوان آرا و همکاران (۱۳۹۱) نیز تأثیر رسانه‌های جمعی و جامعه‌پذیری جنسیتی بر تصور بدنی زنان را نشان می‌دهد. گفتنی است زنان با درونی کردن هنجارهای جامعه در فرایند جامعه‌پذیری جنسیتی به صورت مداوم خود را براساس ایدئال‌های جامعه بازتعریف می‌کنند. پژوهش عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) نیز اهمیت رسانه‌ها را در شکل‌دهی تصور بدنی زنان نشان داد که نتایج پژوهش حاضر را تأیید می‌کند.

عوامل اجتماعی و فرهنگی در نوع ادراک زنان از بدنشان تأثیر فراوانی دارد؛ بنابراین، سیاست‌گذاران باید به این مسئله

- ۳، ص ۶۱-۹۲.
- قادرزاده، ا؛ خالقی‌پناه، ک. و خزایی، س. (۱۳۹۳). «تحلیل تجربه‌های زنانه از جراحی زیبایی (مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی)»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱-۲۰.
- کیوان‌آرا، م؛ حقیقیان، م. و کاوه‌زاده، ع. (۱۳۹۱). «عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری تصویر بدن (مطالعه موردی زنان شهر اصفهان)»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و سوم، ش ۴۸، ص ۵۳-۶۶.
- گولومبوک، س. و فی‌وش، ر. (۱۳۸۴). رشد جنسیت، ترجمه: آرای، م. تهران: ققنوس.
- گیدنز، آ. (۱۳۹۰). *گزیده جامعه‌شناسی*، ترجمه: چاوشیان، ح. تهران: نشر نی.
- مختاری، م. و عنایت، ح. (۱۳۹۰). «نقش نگرش‌های جنسیتی در پیدایش تصور بدنی زنان»، فصلنامه زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، ش ۳، ص ۶۷-۸۷.
- مختاری، م. و عنایت، ح. (۱۳۸۸). «نظریه‌ی مبنایی جامعه‌پذیری دوران کودکی و تصور بدنی زنان: بررسی زنان تحت عمل جراحی زیبایی بینی در شهر شیراز»، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، سال ۷، ش ۱، ص ۷-۳۰.
- مهدوی، م. ص. و عباسی اسفنجیر، ع.ا. (۱۳۸۹). «بررسی میزان تمایل به مدیریت بدن و کنترل اندام و عوامل مؤثر بر آن»، فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره ۱، ش ۱، ص ۱۳۱-۱۴۴.
- موحد، م؛ محمدی، ن.ا. و حسینی، م. (۱۳۹۰). «مطالعه رابطه بین رسانه‌ها و تصور از بدن و عزت نفس با عمل و تمایل به آرایش»، فصلنامه مطالعات زنان، س ۹، ش ۲، ص ۱۶۰-۱۳۳.
- Haliwell, E. Helen, M. and Tischer, I. (2011) "Are Contemporary Media Images which Seem to Display Women as Sexually Empowered Actually Harmful to Women? *Psychology of Women Quarterly*, 35(1): 38-45.
- Hargreaves, D. Tiggemann, M. (2006) "Body Image زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهرانی"، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۱۱، ص ۴۵-۶۱.
- ذکائی، م. س. (۱۳۸۶). «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، س ۱، ش ۱، ص ۱۱۷-۱۴۱.
- رفعت‌جاه، م. (۱۳۸۶). «هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد»، فصلنامه کتاب زنان، ش ۳۸، ص ۱۷۹-۱۳۵.
- ریاحی، م.ا. (۱۳۹۰). «بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میزان رضایتمندی از تصور از بدن»، فصلنامه زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، ش ۳، ص ۵۰-۳۳.
- شربتیان، م. ح. (۱۳۸۸). «رویکردهای فرهنگی و اجتماعی در حوزه بدن انسان». *مجله مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان*. ش ۱۳ و ۱۴، ص ۱۵۱-۱۳۱.
- عباس‌زاده، م؛ علیزاده اقدم، م. ب؛ پورمحمد، ر. و محمدپور، ن. (۱۳۹۳). «مطالعه جامعه‌شناختی تأثیر ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی بر تصور بدنی، مورد مطالعه: زنان بالاتر از ۱۵ سال شهر تبریز»، جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۵، ش ۵۳ (۱)، ص ۸۵-۱۰۰.
- فاتحی، ا. و اخلاصی، ا. (۱۳۸۷). «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی زنان شهر شیراز)». فصلنامه مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان)، ش ۴۱، ص ۹-۴۲.
- قاسمی، س. (۱۳۹۰). *عوامل مؤثر بر گرایش افراد به جراحی زیبایی با تاکید بر جنسیت (مطالعه موردی زنان و مردان ۱۸-۵۵ ساله ی شهر تهران)*، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران
- قاسمی، و؛ عدلی‌پور، ص. و برندگی، ب. (۱۳۹۳). «رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با تصور بدن در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه همدان»، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۲، ش

- For Girl, A Qualitative Study of Boy's Body Image". *J Health Psychol.* 11(4):567-76.
- Bayer, K. (2004) the anti aging trend: Capitalism, Cosmetics & mirroring the spectacle, communication, culture and technology program. Georgetown University.
- Cash. Thomas, F. (2002) body image, a handbook of theory, research & clinical practice. New York.
- Featherstone, M. (2010) "Body, Image & Affect In Consumer Culture". *Journal of Body & Society.* 16 (1):193-221
- E.Van. Vorden, K. (2012) "Media Effect on Body Image: Examining Media Exposure In Broader Context of Internal and Other Social Factor. University of Central Florida", *American Communication Journal.* 14: 41-57.
- Frank, Arthur, W. (1990) "Bringing Bodies Back In: A Decade Review Theory". *Culture and Society* (7):131- 62.
- Grogan, S. (2006) "Body Image and Health: Contemporary Perspectives". *Journa Health Psychol.* 11(4): 523-30.  
(<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1676973> 2)
- Schultz, JM. Vidbeck, SL. (1994) *Manual of psychiatric nursing care plans.* 4th ed. Philadelphia: J.B. Lippincott.
- Slater, A. Tiggemann, M. J. (2006) "The Contribution of Physical Activity Use During Childhood and Adolescence to Adult Women's Body Image". *Journal of Health Psychology.* 11(4): 553-565.
- Van, V. Kristen, E. and William, K. (2012) "Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure In The Broader Context of Internal and other Social Factors", *American Communication Journal,* 14(2) : 41-57.
- Younesi, SJ. Salajegheh. (2001) "Body Image in Fertile and Infertile Woman". *Journal of Reproduction & Infertility,* 2(8):14-21.