

برساخت اجتماعی اسطوره زن زیبا

کاوشی زمینه‌مند از بدن زیبا تا مخاطرات بدنی در میان زنان طبقه متوسط

شهر مشهد

سیدعلیرضا افشانی^۱

علی روحانی^۲

سعیده ابراهیمی‌نیا^۳

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۴/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۱۰

چکیده

پژوهش حاضر به مطالعه رفتارهای زیبایی‌شناختی زنان طبقه متوسط و متوسط به بالای شهر مشهد می‌پردازد. با نمونه‌گیری نظری و هدفمند، تعدادی از زنان شهر مشهد انتخاب، و با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای مطالعه شدند. فرایند نمونه‌گیری نظری تا اشباع داده‌ها ادامه یافت. تحلیل اطلاعات گردآوری شده با استفاده از کدگذاری باز، محوری و گزینشی صورت گرفت و یافته‌ها در قالب خط داستان (شامل ۱۷ مقوله اصلی و ۱ مقوله هسته)، مدل پارادایمی و نظریه کوچک‌مقیاس ارائه شدند. نتایج نشان داد که زنان به دلیل نارضایتی از بدن، در سودای آفرودیت شدن هستند. این سودا علاوه بر نارضایتی از بدن، از رسانه‌ها، مالکیت سرمایه‌ای و... منتج می‌شود. در چنین شرایطی، راهبردهای تغییر بدن (خرید چهره/ بازخرید بدنی، بدن‌زایی/ بدن‌زدایی و...) در زنان فعال می‌شود، اما این راهبردها علاوه بر زیبایی، مخاطراتی نیز برای این زنان دارند. در واقع، سودای آفرودیت شدن این زنان، در نهایت به برساخت اجتماعی آفرودیت منجر شده و با وجود زیبایی، مخاطراتی نیز به همراه داشته است.

واژه‌های کلیدی: برساخت اجتماعی آفرودیت، سودای آفرودیت، زنان، مالکیت سرمایه‌ای، نارضایتی از بدن.

۱. دانشیار گروه تعاون و رفاه اجتماعی دانشگاه یزد (نویسنده مسئول)، afshanalireza@yazd.ac.ir

۲. استادیار گروه تعاون و رفاه اجتماعی دانشگاه یزد، aliruhani@yazd.ac.ir

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد، saeede.ebrahimi@yazd.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر رفتارهای فردی و گروهی، فرایند جهانی شدن فرهنگی است. این فرایند، تأثیرات کمی و کیفی عمیقی به همراه داشته و با اشکال جدید تولید و انتقال رسانه‌های جمعی، تغییرات فرهنگی عمده‌ای در سطح جهان ایجاد کرده است. جامعه مدرن به تدریج از حالت خود خارج، و به محیطی خدماتی و مصرفی تبدیل می‌شود. با درگیر شدن انسان امروز در حوزه مصرف، بحث گزینش و انتخاب پیش می‌آید. از جمله حوزه‌هایی که افراد می‌توانند به اختیار خود در آن دخیل و تصرف کنند، بدن و مدیریت آن است (یاسینی و مطلق، ۱۳۹۵: ۲۶).

پیش از آغاز مدرنیته، نگاه به بدن بسیار متفاوت با امروز بود. تا همین سال‌های پیش از انقلاب در ایران، فریبگی نشانه ثروت بود. زیبایی‌شناسی بدن آنقدر متفاوت بود که می‌توان گفت بدن زیبا در دوره سابق با چیزی که در این سال‌ها زیبا تلقی می‌کنیم، فاصله زیادی داشت، اما به‌طور کلی از بعد از جنگ جهانی دوم که مصرف‌گرایی در کشورهای سرمایه‌داری توسعه یافت و رقابت بر سر به‌دست آوردن بازار، مد را پدید آورد، بدن‌های افراد روزبه‌روز بیشتر دیده شد؛ به‌طوری‌که آن جنبه از هویت فرد که در رنگ معمول لباس‌ها دیده می‌شد، اکنون در برق بدن‌ها به تماشا گذاشته شده است (احمدنیا، ۱۳۸۴).

امروزه بدن افراد خواه‌وناخواه تأثیر زیادی بر روابط اجتماعی دارد و میل به زیباتر نشان دادن خود به شدت افزایش یافته است. جامعه‌شناسان نیز به مطالعه این مسئله می‌پردازند که چگونه سرمایه‌داری از طریق رسانه‌ها وارد حوزه خصوصی افراد شده و شکل چهره‌ها و بدن‌ها را تغییر داده است؛ به‌گونه‌ای که این تغییرات، آثار بسیاری در روابط خرد و کلان اجتماعی برجای گذاشته است. استفاده افراد بشر از زیورآلات و لوازم آرایشی نیز از موضوعات مورد علاقه جامعه‌شناسان بدن است تا تأثیر عوامل اجتماعی را بر تغییر شکل چهره و بدن افراد مطالعه کنند (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۹۶). به بیانی دیگر، زیبایی‌دوستی و زیبایی‌طلبی از جمله مسائل اهمیت‌یافته است و بیشتر، از تغییرات فرهنگی و ارزشی، و تبلیغات رسانه‌ها و فضای مجازی ناشی می‌شود. توجه به ظاهر و متناسب بودن در هر دوره‌ای وجود دارد، اما گاهی این توجه به‌صورت افراطی و حساسیت شدید ظهور پیدا می‌کند که

دیگر طبیعی نیست؛ به طوری که به اختلال تبدیل می‌شود و بر عملکرد فردی و اجتماعی افراد اثر می‌گذارد. این اختلال، بدشکلی بدن^۱ نام دارد (اثنی‌عشری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۳۸) و ذهن را به نقص‌های زیبایی‌شناختی بدن و نقص‌های غیرواقعی مشغول می‌کند؛ بنابراین، ممکن است افراد همواره حس کنند که یک بخش بدن یا تمام اعضای آن‌ها زشت و بدقواره است (آزالی علمداری و همکاران، ۱۳۹۵: ۳).

بشر همواره در پی ابداع روش‌هایی برای زیباسازی و خوب جلوه‌دادن بدن خود است؛ روش‌هایی که متناسب با شرایط و زمان‌های گوناگون متفاوت‌اند. آدمی با ایجاد تغییر در بدن، در پی برطرف‌ساختن نیاز فطری و روحی و اجتماعی خود به سمت ایجاد زیبایی گام برداشته است. با پیشرفت علم پزشکی، به جراحی‌های زیبایی در عصر کنونی در حکم یکی از مصادیق دخل و تصرف در بدن برای زیباسازی توجه می‌شود (اعتمادی‌فر و امانی، ۱۳۹۲: ۲). انسان‌ها با دستکاری ویژگی‌های ظاهری بدن و فاصله‌گیری از مفهوم بدن طبیعی، مبادرت به ساخت بدن اجتماعی می‌کنند. بدین ترتیب، بحث مدیریت بدن شکل می‌گیرد. بنا به تعریف آزاد و چاوشیان، مدیریت بدن به معنای نظارت و تغییر مستمر ویژگی‌های بدن است. این مفهوم به کمک معرف‌هایی مانند کنترل وزن، میزان اهمیت‌دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی و انجام‌دادن جراحی پزشکی و زیبایی‌سنجیده می‌شود (رضایی و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۴).

به بیان گیدنز، با فرارسیدن عصر جدید، بعضی از انواع سیماهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیتی خاص یافته‌اند. در این عصر، سیمای ظاهری به صورت یکی از عناصر مرکزی طرحی درآمده است که افراد به طور بازتابی از «خود» ارائه می‌دهند. همچنین کردار به شدت از محیط‌های گوناگون اجتماعی تأثیر پذیرفته است. افراد می‌کوشند تا سیمای ظاهری و کردار خود را با محیط هماهنگ سازند. در واقع، بدن، جزئی از بازتابندگی دنیای امروز شده است. این در حالی است که در بسیاری از عرصه‌های فرهنگی ماقبل جدید، نمای ظاهری بدن به طور کلی تابع استانداردهای سنتی بود. در گذشته، طرز آراستن چهره و انتخاب لباس تا اندازه‌ای وسیله ابراز فردیت بود، اما امکان آن معمولاً به آسانی فراهم نمی‌آمد یا اصلاً مطلوب

نبود. نمای ظاهری فرد بیش از آنکه نشان‌دهنده هویت فردی باشد، بیانگر هویت اجتماعی بود (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۴).

دل‌مشغولی‌های مفرط درباره بدن، درمورد قسمت‌های مختلف بدن وجود دارد. از میان اعضای بدن، چهره و سر، کانون فراوان‌ترین و مهم‌ترین دل‌مشغولی‌ها هستند. نگرانی‌ها ممکن است مربوط به هریک از بخش‌های بدن مانند گوش‌ها، بینی، لب، دهان، چشم‌ها، موها، دندان‌ها و... باشد (اثنی‌عشری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۳۸). به همین دلیل است که با پیشرفت‌های پزشکی، جراحی زیبایی به‌عنوان راهی برای زیباسازی و خوب جلوه‌دادن بدن پذیرفته شده است.

از آنجا که یکی از عوامل ارزیابی‌کننده زنان در جوامع، ظاهر جسمانی آن‌هاست، آن‌ها برای آنکه توسط دیگران بهتر ارزیابی شوند، به‌تدریج به‌سوی توجه بیشتر به بدن و اجزای آن و مدیریت اندامشان سوق داده می‌شوند (یاسینی و مطلق، ۱۳۹۵: ۲۷). گلایزر^۱ بر این باور است که زنان نیاز روان‌شناختی قوی‌ای برای حفظ و پیگیری زیبایی و ارتقای جذابیت خود دارند. آن‌ها درباره تصویر بدنی خود، از مردان حساس‌ترند. البته این وضعیت در فرهنگ‌ها و نژادهای گوناگون یکسان نیست. هر فرهنگی ایده‌آل‌های خود را درمورد زیبایی دارد و این ایده‌آل‌ها در طول زمان تغییر می‌کنند (گلایزر، ۱۹۶۵). همچنین زنان در مقایسه با مردان، نگرش منفی‌تری به اندام خود دارند. انتظارات جامعه از زنان برای داشتن ظاهری جذاب سبب می‌شود یکی از اهداف زنان از شرکت در فعالیت‌های بدنی به‌خصوص کاهش وزن، نه تنها افزایش سلامتی، بلکه افزایش جذابیت ظاهری نیز باشد (آزالی علمداری و همکاران، ۱۳۹۵: ۳).

مطالعات نشان می‌دهد انسان‌ها از گذشته تاکنون بدن‌هایشان را به روش‌های گوناگون شکل داده‌اند. از آنجا که بدن یکی از شاخص‌های نهایی و بیان‌های غایی جهان اجتماعی است که در آن قرار داریم، می‌توانیم بپذیریم که داشتن بدن زیبا نشانه ارزش اجتماعی و تا حدودی، سازوکار قدرت و کنترل اجتماعی است؛ بنابراین، در اینجا با چشم‌انداز نظری روبه‌رو هستیم که بر نقش فعال بدن در جهان اجتماعی تأکید می‌کند. بدین ترتیب می‌توان بدن را جنبه اساسی

خودنمایشی تلقی کرد. مطالعه زیبایی ظاهری و بدن انسانی از مسائل مهم جامعه امروزی است (خواجه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۲).

بر همین اساس، در پژوهش حاضر زنان طبقه متوسط و متوسط به بالای شهر مشهد انتخاب شدند و چگونگی کنش‌های معطوف به زیبایی آنان بررسی شد. همان‌طور که گفته شد، امروزه در جامعه مصرفی، بدن زنان سرمایه‌ای است که باید جذاب باشد. از طرفی رسانه‌ها در این زمینه به‌طور مستقیم و آگاهانه وارد عمل شده‌اند. آن‌ها با تحمیل ایده‌آلهایی برای زیبایی، زنان را تشویق و اغوا می‌کنند تا بدن خود را تغییر دهند. این فرایند در پژوهش‌های مختلفی بررسی شده است، اما پژوهش حاضر، با استفاده از رویکرد تفسیری و روش نظریه زمینه‌ای، تفسیر زنان از رفتارها و اعمال زیبایی‌شناختی و نیز اهداف و راهبردهای آن‌ها را بررسی می‌کند و پیامدهای این رفتارها را نشان می‌دهد. در واقع در این پژوهش، رفتارهای زیبایی‌شناختی زنان طبقه متوسط شهر مشهد از نگاه این زنان بررسی می‌شود. همچنین فرایندهای زیبایی‌طلبی تا راهبردهای ایجاد زیبایی و پیامدهای آن از نگاه زنان تفسیر و برساخت می‌شود. بدین ترتیب، پژوهش حاضر برای بازسازی معنایی زیبایی و برساخت نظری و اجتماعی آن، به بررسی زمینه‌ای این موضوع می‌پردازد.

پیشینه تجربی

برای انجام‌دادن این پژوهش، تحقیقات پژوهشگرانی مانند اثنی‌عشری و همکاران (۱۳۹۳)، احمدنیا (۱۳۸۴)، آزالی علمداری و همکاران (۱۳۹۵)، رضایی و همکاران (۱۳۸۱)، سعیدی (۱۳۸۶)، طهماسبی و همکاران (۱۳۹۳)، بلالی و افشارکهن (۱۳۸۹)، بامیری و همکاران (۱۳۹۰)، موحد و همکاران (۱۳۸۹)، ظریف مرادیان و زنجانی‌زاده (۱۳۹۵)، نوغانی و همکاران (۱۳۸۹)، مقصودی و همکاران (۱۳۹۲) بررسی و مطالعه شدند. به‌طورکلی می‌توان گفت این پژوهش‌ها بیانگر آن‌اند که در گرایش زنان به جراحی زیبایی، رسانه‌ها بسیار مؤثرند. همچنین نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهد نارضایتی از بدن نیز عاملی تأثیرگذار در افزایش تمایل به جراحی زیبایی است. مطابق یافته‌های این پژوهش‌ها، آرایش‌کردن راهی برای کسب سرمایه نمادین است که به انواع سرمایه نیز قابل تبدیل است. نداشتن اعتمادبه‌نفس، هم‌رنگی با دیگران و

فشارهای هنجاری نیز در گرایش زنان به جراحی زیبایی از اهمیت زیادی برخوردارند. در زمینه اقدام به جراحی زیبایی، الگوپذیری از تجربه زنان دیگر نیز با اهمیت شمرده می‌شود. زنانی که دارای سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بیشتری هستند، تمایل بیشتری به متفاوت بودن با دیگران دارند و با آرایش یا جراحی زیبایی درصدد دستیابی به آن هستند. برای این پژوهش، مطالعات خارجی نیز بررسی شدند. کاتزمن ولی^۱ (۱۹۹۷) بر این باور بود که مجاورت با فرایند غربی شدن سبب شده است زنان تصویری منفی از بدن خود داشته باشند. در تحقیقات جونگ و فوربس^۲ (۲۰۰۶)، فوربس و فردریک^۳ (۲۰۰۷) و نگرین^۴ (۲۰۰۲) وقتی تصویر منفی در زنان ایجاد می‌شود، مسئله نارضایتی از بدن نیز برای آنان به وجود می‌آید. راگاب^۵ (۲۰۰۵)، مازنو^۶ و همکاران (۲۰۰۶)، جونگ و فوربس (۲۰۰۶) به این نتیجه رسیدند که حس نارضایتی از بدن، در نهایت به جراحی زیبایی می‌انجامد. هیس^۷ (۲۰۰۷)، مارک^۸ (۲۰۰۱) و سوامی^۹ و همکاران (۲۰۰۷) رسانه و تبلیغات تلویزیون، ماهواره، مجلات و ستاره‌های سینما را در ایجاد استانداردهای زیبایی در جامعه مؤثر دانستند. در نهایت، مورگان^{۱۰} (۲۰۰۵) و لئو^{۱۱} (۲۰۰۸) به مصرف‌گرایی در جامعه مدرن اشاره کردند. از دیدگاه آن‌ها عامل مصرف نزد زنان مهم است و بر تحریک زنان به جراحی زیبایی اثر می‌گذارد (نوغانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۷-۷۸).

چارچوب مفهومی

در رویکردهای تفسیری، چارچوبی نظری مانند رویکردهای پوزیتیویستی وجود ندارد، اما به‌رصورت رویکردهای تفسیری، آزاد از نظریه‌ها و مفاهیم حساس نیستند. در واقع، محقق با ذهنی خالی وارد میدان تحقیق نمی‌شود، بلکه براساس ادبیات پژوهش، نحوه ورود به واقعیت

-
1. Katzman and Lee
 2. Jung and forbes
 3. Forbes and Frederick
 4. Negrin
 5. Ragab
 6. Mazzeo
 7. Heyes
 8. Mark
 9. Swami
 10. Morgan
 11. Luo

را مشخص می‌کند، با مفاهیم حساس آشنا می‌شود و راهنمایی نظری از جهان تجربی به دست می‌آورد. همچنین چرایی و چگونگی مواجهه با واقعیت را مشخص می‌سازد. در اینجا چارچوب مفهومی پژوهش که حول محور نظریه‌های بوردیو، جانانان اس ترنر، ویلن و گیدنز طراحی شده است، به صورتی کاملاً موجز ارائه می‌شود.

بوردیو فضای کنش را میدانی نابرابر به لحاظ طبقاتی و تاریخی می‌داند که با استفاده از سرمایه‌های مختلف، طبقه‌بندی و لایه‌بندی شده است (بوردیو^۱، ۲۰۰۱). وی از یک سو طبقات طبقات را بر مبنای اقتصاد به طبقات غالب، متوسط و پایین لایه‌بندی کرد و از دیگر سوی دیگر درون هر طبقه را بر اساس سبک‌های زندگی گوناگون متمایز ساخت. بوردیو سرمایه را به چهار نوع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادی تقسیم کرد. توزیع این اشکال چهارگانه سرمایه، تعیین‌کننده ساختار طبقه‌ای عینی یک سامانه اجتماعی است که در آن، طبقه غالب دارای بیشترین مقدار و حجم سرمایه نمادین فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، طبقه متوسط دارای سطح کمتری از اشکال سرمایه و طبقه پایین دارای کمترین میزان این منابع سرمایه‌ای است. او طبقات اجتماعی را نیز به سه طبقه غالب، بینابینی و مغلوب تقسیم کرد و نشان داد که گروه‌های ویژه، با انواع کالای مصرفی، سبک‌های پوشش، سلیقه غذایی، آرایش و مد، خود را از دیگران جدا می‌سازند. بوردیو با طرح مفهوم ذائقه اعلام کرد که ذائقه، مصرف را جهت می‌دهد و با شکل‌دهی به آن، سبک‌های متفاوتی از زندگی ایجاد می‌شود (خواججه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۰).

بر همین اساس می‌توان استدلال کرد که زنان طبقات متوسط و متوسط به بالای شهر مشهد، با استفاده از مالکیت سرمایه‌ای خاص در لایه‌های بالا قرار گرفته‌اند و از ذائقه خاصی که دارند، مصرف خود را جهت می‌بخشند. در نتیجه شکل خاصی از کنش را در میدان‌های اجتماعی شکل می‌دهند. در پژوهش حاضر، با استفاده از این مفاهیم نظری، برای ورود به واقعیت، ذائقه زنان، مصرف آنان، محل رفت‌وآمد و... آنان مطالعه شد و بدین طریق، سمت‌وسوی مطالعه شکل گرفت.

ترنر^۱ (۱۹۹۶) اصطلاح جامعه جسمانی^۲ را ابداع کرد تا توصیف کند چگونه بدن در نظام اجتماعی مدرن، عرصه اصلی فعالیت‌های فرهنگی و سیاسی شده است. او معتقد است که علائق عرضه‌کنندگی، با افزایش سودمندی بدن در نظام سرمایه‌داری همراه شده است و بدن در دیدگاه جامعه اهمیت بسیاری دارد. ترنر ابعاد چهارگانه نظم بدنی را برای تمامی جوامع تعریف کرد: بازتولید^۳ جمعیت، تنظیم^۴ جمعیت، بازنمایی^۵ بدن در فضای اجتماعی، و مهار^۶ و کنترل درونی. از دیدگاه وی، بازتولید (همانندسازی، تکرار و بازساخت آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه) پدیده‌ای تنظیم‌شده به صورت اجتماعی است. منظور از بازنمایی، آفرینش و ارائه خود اجتماعی به صورت درونی و ذاتی مرتبط با منزلت اجتماعی و مصرف‌گرایی است (موحد و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۳). بر همین اساس، در تحقیق حاضر توجه خاص پژوهشگران معطوف به بدن جسمانی و ابعاد جسمانی فرهنگ زنان شده است. جراحی‌های زیبایی، لوازم آرایش، باشگاه و ورزش‌های مختلف و... تنها جنبه‌های کوچکی هستند که در این مقاله بررسی می‌شوند.

وبلن^۷ با طرح مفاهیمی چون «مصرف تظاهری» و «فراغت تظاهری»، موضوع زیبایی را به پدیده مصرف و در سطحی بالاتر، به حوزه قشربندی پیوند زد. از نظر وبلن، زن زیبا نمادی منزلتی است و نه تنها کاری انجام نمی‌دهد، بلکه نمی‌تواند کاری انجام دهد. استفاده از زیبایی به منظور نشان‌دادن این نکته است که او متعلق به پایگاه اجتماعی بالایی است. از نظر او، از آنجا که در جامعه‌های متمدن کنونی، مرز جدایی طبقات اجتماعی مبهم و متغیر است، اعضای هر لایه اجتماعی، آرایش و سبک زندگی متداول لایه بالاتر را تقلید می‌کنند. این‌ها چون از شهرت و احترام لایه‌های بالایی محروم‌اند، می‌کوشند دست‌کم در ظاهر، با قوانین و هنجارهای پذیرفته‌شده آن‌ها هم‌نوازی کنند» (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۲۱-۱۲۲). نظریه وبلن نیز سبب شد در این پژوهش، به منزلت اکتسابی زنان به وسیله زیبایی، مصرف‌نمایی و... توجه شود. این نگرش در طراحی مصاحبه‌های تحقیق نیز در نظر گرفته شد.

-
1. Turner
 2. Somatic society
 3. Reproduction
 4. Regulation
 5. Representation
 6. Restraint
 7. Veblen

از نظر گیدنز^۱، برای اینکه با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی به یک اندازه شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم و موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم. کنترل بدن، مهم‌ترین جنبه چیزی است که نمی‌توانیم آن را با کلمات بیان کنیم؛ زیرا چارچوب لازم برای چیزی است که می‌توانیم بگوییم (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۹). نظریه گیدنز در نهایت برای تفسیر بدن و بازتولید آن در روابط اجتماعی و به‌ویژه توجه به زمان‌ها و مکان‌های بازتولید، در پژوهش حاضر انتخاب شد.

روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش، کیفی با اتکا به راهبرد نظریه زمینه‌ای است. این روش با تجربه و فهم مشارکت‌کنندگان همراه است و با هدف پژوهش، یعنی دستیابی به برداشت‌های ذهنی مشارکت‌کنندگان سازگاری دارد. اهمیت این روش، از یک سو به دلیل قابلیت در نظریه‌سازی و از سوی دیگر به دلیل ایجاد ظرفی برای تحلیل داده‌های کیفی است. در روش کیفی، هدف دستیابی به سطحی بالاتر از توصیف و همچنین تولید یا کشف نظریه است.

نمونه‌گیری پژوهش حاضر، نظری و هدفمند^۲ است. براساس اهداف تحقیق و مصاحبه‌های مقدماتی، حوزه‌هایی که در آن‌ها با چشم و هم‌چشمی مواجه می‌شویم، مشخص و دسته‌بندی شدند. در این میان، رفتارهای معطوف به زیبایی و اهمیت تناسب اندام نیز مطرح بودند؛ بنابراین، با توجه به اهمیت این موضوع در میان زنان، در این پژوهش به بررسی، کشف و توصیف آن از نظر زنان می‌پردازیم. همچنین مصاحبه‌های اولیه نشان دادند که باید به دنبال نمونه‌هایی از طبقات متوسط و متوسط به بالا باشیم؛ زیرا بررسی طبقات پایین جامعه، اطلاعات چندانی در اختیار محققان قرار نمی‌دهد. علاوه بر این، طبقات متوسط جامعه از مالکیت سرمایه‌ای ویژه‌ای برخوردارند و به منابع مالی و اجتماعی برای پرداختن به رفتارهای زیبایی و رقابت براساس چشم و هم‌چشمی دسترسی بیشتری دارند. برای تعیین طبقه اجتماعی مشارکت‌کنندگان، اطلاعات آن‌ها و همسرانشان در زمینه تحصیلات، شغل و درآمد گردآوری شد. همچنین محل سکونت مشارکت‌کنندگان که مصاحبه در آن صورت می‌گرفت، به‌عنوان معیاری برای تعیین طبقه

1. Giddens

2. Purposive sampling

اجتماعی در نظر گرفته شد؛ بنابراین، جامعه هدف این پژوهش شامل زنان متأهل طبقه متوسط و متوسط به بالای شهر مشهد است. نمونه‌ها هم از میان زنان متأهل تحصیل کرده و شاغل، و هم از میان زنان متأهل تحصیل نکرده و خانه‌دار انتخاب شدند. فرایند جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌عمیق، تا رسیدن به اشباع نظری براساس نمونه‌گیری نظری^۱ ادامه یافت و در این مسیر، با ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌هایی انجام شد. سپس مصاحبه‌های ضبط‌شده به متن تبدیل شدند. شایان ذکر است که فرایند جمع‌آوری داده‌ها، همراه با تحلیل داده‌ها پیش رفت. در فرایند تحلیل داده‌ها، از تحلیل خطبه‌خط^۲ برای کدگذاری باز^۳ استفاده شد و همراه با توسعه مفاهیم و مقوله‌ها، کدگذاری محوری^۴ و گزینشی^۵ به کار گرفته شدند. در انتها نیز مدل پارادایمی و مدل نظری پژوهش به دست آمد.

قابلیت اعتماد^۶ یافته‌ها به روش‌های مشارکت طولانی^۷ و مشاهده مداوم در میدان تحقیق، بررسی همکاران^۸، تأیید مشارکت‌کنندگان^۹ و توصیف غنی^{۱۰} تأیید شد. تأیید پایایی^{۱۱} تحقیق نیز با رعایت اصول و نکات مصاحبه، ثبت رخدادها، کامل و پیاده‌سازی دقیق انجام گرفت.

یافته‌های تحقیق

با بررسی دقیق متن مصاحبه‌های تحقیق، گزاره‌های اصلی، مفاهیم، مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و درنهایت مقوله هسته، در فرایندی طولانی، دقیق و جزئی، مفهوم‌پردازی و ارائه شدند. در نتیجه این فرایند، مقوله هسته از ۱۷ مقوله اصلی، ۲۳ مقوله فرعی و ۴۱ مفهوم برساخته شد. یافته‌های تحقیق در دو بخش خط داستان و مدل پارادایمی ارائه می‌شود.

-
1. Theoretical sampling
 2. Line-by-line
 3. Open coding
 4. Axial coding
 5. Selective coding
 6. Credibility or trustworthiness
 7. Prolonged engagement
 8. Peer review
 9. Member checking
 10. External audit
 11. Dependability

جدول ۱. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	گزاره
			رضایت نسبی	خیلی خیلی نه، ولی خوب راضی‌ام. نه خیلی راضی‌ام، نه خیلی ناراضی.
			پذیرش اجباری	زیاد راضی نیستم. همش کردم دیگه این حسو.
	نارضایتی از بدن	نارضایتی از بدن	برچسب‌های بدنی	من از بچگی نقد مامانم گفتم تو زشتی وقتی یکی بهم می‌گه قشنگی، فک می‌کنم داره مسخره‌م می‌کنه.
			برساخت اجتماعی	تناسب اندام مهمه.
	برساخت اجتماعی بدن	برساخت اجتماعی بدن	تن	ورزش رو به‌خاطر تناسب اندام می‌رم.
			زیست شادمانه	به‌خاطر اینه که روحیه‌م شاد بشه.
	برساخت اجتماعی بدن	برساخت اجتماعی روان	افسردگی‌گریزی	وقتی افسردگی پیدا می‌کنم، می‌رم کلاس ورزشی.
			گذران اوقات فراغت	دوست دارم باشگاه برم، بیشتر برای اوقات فراغت.
	گذران اوقات فراغت	گذران اوقات فراغت	سرگرمی	ورزش می‌کنم که وقتم پر بشه. کلاس بیلبورد می‌رم. برای سرگرمی می‌رفتم. می‌رم ورزش با دو نفر سلام‌علیک می‌کنم، دوست می‌شم.
			تأثیر شبکه‌های مجازی	شده تو اینستاگرام مدل یا رنگ مویی ببینم خوشم بیاد.
	کاشت رسانه	کاشت رسانه	تأثیر شبکه‌های مجازی	تو جامعه تأثیر ماهواره زیاده. به‌نظرم زیادن کسانی که تحت تأثیر ماهواره. خیلی تأثیر داره؛ چون اکثر مردم ماهواره نگاه می‌کنن.
			کاشت رسانه	فامیلامون دارن. تأثیر داره. بیشتر رو خانما تأثیر می‌ذاره. اونایی که دارن، تأثیر داره روشن. بستگی داره. آگه قشری باشه که تازه ماهواره گرفته باشه، آره خوب تأثیر می‌ذاره روش.

برساخت اجتماعی آفرودیت^۱

ادامه جدول ۱. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	گزاره
				خیلیا رو دیدم از وقتی ماهواره رفته خونه- شون، تیشون، رفتاراشون، حجابشون تغییر کرده.
				ماهواره دو تا شبکه داره مخصوص آرایش. من خیلی نگاه می‌کنم اون شبکه‌ها رو.
				تو فیلم‌هاشونم دقت می‌کنم به آرایش صورت و مدلای مو. این چیزا خیلی برام جالبه.
				جاریم که ماهواره داره، همه مارک‌های لوازم آرایش رو می‌شناسه، یا مدل مو و رنگ مو.
		صورت ماهواره‌ای		تأثیر داره. قبلاً که داشتیم، منم می‌دیدم به خانم چه‌جوری آرایش کرده، سعی می‌کردم مث اون آرایش کنم.
				اگه به فیلمی بینم بتونم انجام بدم، خب آره روی صورتم انجام می‌دم.
				گاهی چرا. مثلاً به مدل مویی بیاد که خوشگل باشه، خب آدم دوست داره بره موهاشو اون‌جوری کنه.
				کلپیایی رو که برای مو هستش، شده بارها الگوبرداری کردم.
				وقتی می‌ری تو مجلسی که همه آرایش کرده‌ن، تو آرایش نکرده باشی خب احساس بدی به آدم دست می‌ده.
				شاید شده از رنگ رژش خوشم بیاد، برم همون رنگ رو بگیرم. یا از رنگ موش خوشم بیاد بپرسم.
	دیگرسانی	دیگرسانی	همسانی با جماعت	دیگه وقتی همه آرایش کردن، لباس آنچنانی پوشیدن، اگه مثل اونا نباشی که نمی‌شه. باید مث اونا باشی.
				در این حد که خط چشمش خوب بوده، از آرایشش مدل گرفتم.
				از دیگران تأثیر می‌گیرم.

ادامه جدول ۱. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	گزاره
				نظر دیگران رو گوش می‌دم. آگه خوشم اومد انجام می‌دم. خیلی شده تو مهمونی از آرایش کسی خوشم بیاد.
			همساز کردن جماعت	یکی از دوستانم خیلی اهل آرایش. به منم میگه آرایش کن. خوددش که مهمونی می‌ره، فک می‌کنه خیلی از همه بالاتره. وقتی خودم لاغر شدم، انتقام گرفتم. بهشون می‌گفتم چقد چاق و بی‌ریخت شدین.
		بدن‌زدایی دیگران	بدن‌زدایی دیگران	خودمم تا حالا مستقیم به کسی چیزی نگفتم، اما تو مهمونی لباسایی می‌پوشم که بقیه نمی‌تونن ببوشن، چون اندام خوبی ندارن.
	بدن‌زدایی/بدن‌زایی			دخترای جاریم می‌رن کلاس ورزشی. می‌آن می‌گن معلم خصوصی داریم. اینقد وزن کم کردیم.
		خودنمایی بدنی	نمایش بدن	یکی دو نفری هستن که وزن کم می‌کنن می‌آن می‌گن. به‌هرحال آدم برای چی می‌ره باشگاه؟ برای اینکه که به کلاسی بذاره و اندامشو نشون بده.
				بینیم رو عمل کردم.
			جراحی بینی	بینیم رو عمل می‌کنم. چون می‌خوام زیباتر بشم.
				خواهرم خیلی صورتشو عمل کرده. لباسو پروتز کرد. بینیش رو عمل کرد. صورتش رو لیفتینگ کرد. ابروهاشو تتو کرد هاشور زد. خط چشم تتو کشید.
	بازخرید بدنی	بازخرید بدنی	جراحی زیبایی	من یه خالی داشتم رو چونه‌م رفتم برش داشتم. شوهرم می‌گفت برش داری قشنگ‌تر می‌شی.
				چشمام انحراف داشت، عمل کردم. همه گفتن خیلی خوب شده.
				می‌خوام پروتز کنم تا تناسب اندامم بهتر بشه.

ادامه جدول ۱. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	گزاره
				تزییق ژل لب انجام دادم.
				من می‌رفتم آرایشگاه مژه می‌کاشتم.
			کاشت مژه و ناخن	برای کاشت ناخن می‌رم آرایشگاه.
				فامیلمون با دختراش می‌رن مژه می‌کارن.
				برای اصلاح ترجیح می‌دم لیزر کنم.
			استفاده از لیزر	اصلاح با شمع خیلی می‌رم، چون صورتمو باز می‌کنه.
		مدیریت چهره		مدل‌دار موهاشونو رنگ می‌زنن.
			رنگ کردن مو	موهامو رنگ می‌کنم.
				به موهام می‌رسم.
			لنز گذاشتن	لنز می‌ذارم.
				دخترعمو هام لنز می‌ذارن.
			آرایش	آرایش می‌کنم.
				رفتم داروخونه ماسک خریدم برای صورتم.
				به خاک حساسیت دارم لکه می‌شه. رفتم دکتر.
				برای چین و چروک صورتم رفتم دکتر پوست.
		خرید زیبایی	خرید زیبایی	لکه‌های قهوه‌ای رو صورتم زیاد شده رفتم دکتر. دوست دارم تک باشه صورتم. نقصی توش نباشه.
				برای ریزش مو رفتم. وقتی مو می‌ریزه یا صورت خراب می‌شه، چون تو چشم هستن اعتماد به نفس آدم کم می‌شه.
				خیلی خوب بود رفتم دکتر. لاغر شدم. از واکنش بقیه خیلی خوشحال می‌شدم.
			تقلید از اندام	بیشتر برا خودم بود که رفتم دکتر رژیم گرفتم، ولی برا بقیه که خوب به نظر برسم هم بود.
		تقلید از اندام	تقلید از اندام	یکی رو می‌بینم اندامش خوبه می‌گم منم برم شبکمو کوچیک‌تر کنم، بنی نسبت به اون که برترین منم اون برترین رو داشته باشم.

ادامه جدول ۱. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	گزاره
		رژیم لاغری	استفاده از رژیم لاغری	تازگی دارم رژیم می‌گیرم.
			ورزش کردن برای سلامت	خب ورزش می‌رم به خاطر سلامتم. پیاده‌روی هم خیلی می‌رم فقط به خاطر سلامتم.
	دوگانگی سلامت- نمایش در ورزش	دوگانگی سلامت- نمایش در ورزش	ورزش کردن برای نمایش	دوست دارم برم ورزش شیکممو آب کنم، به‌خصوص از بعد زایمانم. دوست دارم خوش‌اندام باشم.
				برای لاغری ورزش می‌رفتم. یه دوره اپروبیک می‌رفتم برای لاغری. من مخفیانه می‌رفتم کلاس شنا؛ که بعد یه دفعه با جاری‌هام برم استخر، بعد جلو اونا شنا کنم ببینم عه منم شنا بلدم.
	ظاهرینی	ظاهرینی	ظاهرینی	به‌نظر آدما همدیگه رو گم کردن. فقط به ظاهر خودتون توجه می‌کنن. ادما دیگه خیلی ظاهرین شدن. همه به فکر ظاهرشونن که خوشگل‌تر بشن.
	خودنمایی	خودنمایی	خودنمایی	ظاهرین می‌شن که کی ظاهرش بهتره. آدما همش دنبال نمایش دادن اندامشون به هم هستن.
				می‌خوان بیشتر جلب توجه کنن. مریضی می‌آره آدم خودشو بینده به رژیم و دارو، بعدش عوارض داره.
			عوارض خرید بدن	خیلی‌ها که آسیب جدی هم می‌بینن. خودم سر همین رنگ‌کردن، موهام سوخت ریخت.
	عوارض خرید/بازخرید بدن	عوارض خرید/بازخرید بدن	عوارض خرید بدن	اونایی که رژیم غذایی می‌گیرن، ویتامین به بدن نمی‌رسه که چند ماه بعد متوجه می‌شن. مثلاً پادرد می‌شن یا سردرد و ریزش مو می‌گیرن.
			عوارض بازخرید بدن	به خودشون آسیب می‌زنن لاغر بشن. دختر عموم رفت چربی‌هاشو کشید بیرون ساکشن کرد، سر همین فوت شد؛ چون تنگی نفس گرفت.

ادامه جدول ۱. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	گزاره
خانواده در خطر		ازهم‌گسیختگی خانواده	فراموش کردن دیگران	ممکنه حتی خانواده‌شون رو فراموش کنن. بیشتر به خودشون می‌رسن.
			مهم	خانواده از هم گسسته می‌شه. بحث‌های الکی زیاد می‌شه.
			ازهم‌گسیختگی خانواده	
			فشار مالی مضاعف	فشار مالی مضاعف. خانواده تحت فشار هزینه قرار می‌گیرن.
بازسازی تن و روان		بازسازی تن و روان	تناسب اندام	با ورزش کردن عیب انداممو برطرف می‌کردم. وزن کم کردم. ورزش کردم لاغر شدم.
			بازیابی روحیه	ورزش می‌رم، روحیه‌م شاد و پر نشاط می‌شه و پرنرژی می‌شم. تو روحیه خیلی تأثیر می‌ذاره. ورزش بانشاطم می‌کرد.
			اختلال رفتاری	ولی انواع و اقسام داروها و دکترها و این کارا اثرای بدی می‌ذاره. بی‌حوصله و بد اخلاق و پرخاشگر می‌شن.
			چشم و هم‌چشمی	دخترم لاغر کرده، همه حسودیشون می‌شه تو فامیل. می‌گن لابد به مرضی‌ای داره، ولی خودشون برای اینکه لاغر بشن کلی کلاس ورزشی می‌رن. باشگاه می‌رن. چشم و هم‌چشمی زیاد می‌شه.

خط داستان

به نظر می‌رسد توجه زنان به بدن‌هایشان در حال افزایش است. آن‌ها تصویری ذهنی از بدن و ظاهر خود دارند. اگر این تصور در چشم دیگران مطلوب باشد، از بدن و ظاهر خود رضایت دارند. در مقابل، نارضایتی از ظاهر و بدن، تصور ذهنی نامطلوب بودن را در فرد ایجاد می‌کند. هلنا در این زمینه می‌گوید: «من از بچگی انقد مامانم گفت تو زشتی وقتی یکی بهم می‌گه قشنگی فک می‌کنم داره مسخره‌م می‌کنه.»

به عقیده لی مون (۱۹۹۱) بدن جزئی از مفهوم خود به‌شمار می‌رود، مرئی، کارکردی و ساختاری است و تعامل با محیط و افراد را امکان‌پذیر می‌سازد؛ بنابراین، بدن در زندگی

روزمه نقشی مهم در عرضه خود ایفا می‌کند. اهمیت این مسئله زمانی بیشتر می‌شود که نقش جامعه مصرفی و مصرف‌گرایی را نیز در نظر بگیریم. بدن در جامعه مصرفی جدید، اهمیت خاصی پیدا کرده است. این اهمیت، پیامد فعالیت‌های مصرفی، تعامل افراد با یکدیگر یا تعامل افراد با کالاها در جامعه مصرفی است (سعیدی، ۱۳۸۶: ۳۷). البته نکته‌ای که در اینجا اهمیت دارد، نقش جنسیت در توجه به بدن است. زنان همواره در مقایسه با مردان توجه بیشتری به بدن و ظاهر خود داشته‌اند (احمدنیا، ۱۳۸۴: ۱۳۳). آن‌ها پول، زمان و تلاش و انرژی زیادی را صرف می‌کنند تا ظاهرشان را با فعالیت‌های مختلف مثل لباس پوشیدن، سبک‌های آرایش مو، آرایش صورت، رژیم گرفتن، ورزش و... به شکل آرمانی درآورند. می‌توان گفت شکل آرمانی برای زنان به مثابه تلاش آنان برای آفرودیت شدن است^۱. بدین ترتیب، در این دوران شاهد کنش‌هایی از سوی زنان برای خودنمایی و به‌نمایش گذاشتن زیبایی هستیم.

برای دستیابی به شکل آرمانی، زنان جامعه هدف به برساخت اجتماعی تن و روان خود می‌پردازند. هانیه می‌گوید: «ورزش رو به‌خاطر تناسب اندامم می‌رم». فعالیت‌هایی که در این راستا انجام می‌دهند، زندگی شادمانه‌تری به‌همراه دارد و از این طریق به‌نوعی خود را از افسردگی می‌رهانند. مریم در این زمینه می‌گوید: «وقتی افسردگی پیدا می‌کنم، می‌رم کلاس ورزشی». البته زنان برای گذران اوقات فراغت نیز به فعالیت ورزشی می‌پردازند. این فعالیت‌ها برای آنان جنبه سرگرمی دارد. فاطمه می‌گوید: «ورزش می‌کنم که وقتم پر بشه».

در این زمینه نمی‌توان نقش تبلیغات و رسانه‌های جمعی را نادیده گرفت. اصلاح و بازاندیشی بدن و کنترل و تنظیم آن که خصلت جامعه مدرن در نظر گرفته می‌شود، در جهت دستیابی به ایده‌آل‌های معرفی شده از سوی رسانه‌ها صورت می‌گیرد. در این دوران، جوامع تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای قرار دارند و به سمت زیبایی و تناسب استاندارد شده‌ای سوق داده می‌شوند. نگرش‌ها و بینش‌های مردم به شدت تحت تأثیر رسانه‌های جمعی است. اکرم

۱. آفرودیت الهه زیبایی در اساطیر یونان است و در این پژوهش به عنوان کهن‌الگوی زیبایی به‌کار رفته است. تلاش برای همانندشدن با او پیامدهای مثبتی مانند بازسازی تن و روان را دارد، اما سودای آن به پیامدهای منفی متعددی منجر می‌شود.

می‌گوید: «تأثیر داره؛ چون قبلاً که داشتیم می‌دیدم یه خانم چه‌جوری آرایش کرده، منم سعی کنم مث اون آرایش کنم. به‌صورت ناخودآگاه تأثیر می‌ذاره.»

رسانه‌های جمعی علاوه بر کنترل رفتار، چهره افراد را نیز کنترل می‌کنند؛ همان‌طور که محدثه می‌گوید: «خیلیا رو دیدم از وقتی ماهواره رفته خونه‌شون، تیپشون، رفتاراشون، حجابشون تغییر کرده.» زهره در این مورد می‌گوید: «قبلاً که داشتیم، منم می‌دیدم یه خانم چه‌جوری آرایش کرده سعی می‌کردم مث اون آرایش کنم.»

با گسترش ماهواره‌ها، تصویر زن ایده‌آل نیز تغییر می‌کند. زنان برای نزدیک‌شدن به تصویر ایده‌آل، زمان بیشتری را صرف آرایش‌کردن می‌کنند. حتی خود را به دست جراحان زیبایی می‌سپارند تا تغییری در صورت و اندامشان ایجاد شود. می‌توان گفت تصور ذهنی از بدن و اهمیت‌یافتن آن موجب شده است انواع جراحی زیبایی رواج پیدا کند؛ زیرا جراحی زیبایی یکی از راه‌هایی است که افراد می‌توانند بدن خود را بازخرید کنند. راحیل می‌گوید: «می‌خوام پروتز کنم تا تناسب اندامم بیشتر بشه.»

بشر همیشه در پی ابداع روش‌هایی برای زیباسازی و خوب جلوه‌دادن بدن خود است. در عصر کنونی نیز جراحی زیبایی، عاملی برای ایجاد تغییر در بدن و زیباسازی آن است. هانیه می‌گوید: «خواهرم خیلی صورتشو عمل کرده. لباسو پروتز کرد. بینیش رو عمل کرد. صورتش رو لیفتینگ کرد. ابروهاشو تتو کرد، هاشور زد. خط چشم تتو کشید.»

از رفتارهای مهم در زنان، خودآرایی و خودنمایی است. نیاز به خودنمایی در انسان سبب گرایش به انواع آرایش و همسانی با دیگران در این زمینه می‌شود؛ زیرا بدن سرمایه‌ای برای افراد است که با آن طبقه اجتماعی و اقتصادی خود را نمایش می‌دهند. همچنین بدن ما به‌صورت خواه‌وناخواه در ارتباط ما با دیگران تأثیر دارد. زهره می‌گوید: «وقتی می‌ری تو مجلسی که همه آرایش کرده‌ن، تو آرایش نکرده باشی خب احساس بدی به آدم دست می‌ده.»

زنان از نظر روانی دارای خصلت دگرخواهی هستند. این امر موجب خودآرایی در آنان می‌شود. درواقع، زنان به نشان‌دادن زیبایی خود نزد دیگران، بیش از خود زیبایی علاقه نشان می‌دهند. از این‌رو هنگامی که در مجالس و محافل عمومی شرکت می‌کنند، برای زیبایی و

آراستگی بیشتر تلاش می‌کند. هلنا می‌گوید: «یکی از دوستان خیلی اهل آرایش. به منم می‌گه آرایش کن. خودش که مهمونی می‌ره فک می‌کنه خیلی از همه بالاتره.»

همین ویژگی خودنمایی در زنان از طریق به‌نمایش‌گذاشتن بدنشان که با نوعی خودشیفتگی همراه است، بدن‌زایی را به‌دنبال دارد که حاصل همان ویژگی خودنمایی در زنان است. در این کنش است که زنان به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم و آگاهانه خودنمایی می‌کنند. هانیه می‌گوید: «خودمم تا حالا مستقیم به کسی چیزی نگفتم، اما تو مهمونی لباسایی می‌پوشم که بقیه نمی‌تونن بپوشن، چون اندام خوبی ندارن.»

زنان علاوه بر بدن‌زایی خود در مقابل دیگران، تلاش می‌کنند از دیگران نیز بدن‌زدایی کنند. این کنش هم که عامدانه و آگاهانه است، در راستای خودنمایی و به‌نمایش‌گذاشتن بدن انجام می‌شود. در این زمینه زهرا می‌گوید: «وقتی خودم لاغر شدم انتقام گرفتم. بهشون می‌گفتم چقد چاق و بی‌ریخت شدین.»

گرایش به زیبایی یک حس کاملاً طبیعی و مشترک بین تمام انسان‌هاست. امروزه این مسئله در کسانی که نارضایتی بیشتری از بدن خود احساس می‌کنند، بیشتر دیده می‌شود (طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۴). این افراد که از ظاهرشان ناراضی هستند، برای دستیابی به حس رضایت یا همان آفرودیت‌شدن، کنش‌های آگاهانه‌ای از خود نشان می‌دهند؛ برای مثال، با کشت مژه و ناخن، آرایش، لنزگذاشتن و... چهره خود را مدیریت می‌کنند. راحیل می‌گوید: «برای کاشت ناخن می‌رم آرایشگاه، لنز می‌ذارم، آرایش می‌کنم.» همچنین حاضرند برای رسیدن به حس رضایت از ظاهر و زیبایی خود هزینه‌های بیشتری متحمل شوند و به‌نوعی زیبایی را خریداری کنند. اکرم می‌گوید: «لکه‌های قهوه‌ای رو صورتم زیاد شده، رفتم دکتر. دوست دارم تک باشه صورتم. نقصی توش نباشه.»

همچنین به‌نظر می‌رسد زنان مشتاق‌اند برای رسیدن به لاغری، رژیم‌های گران‌بها با هزینه‌های زیادی را نیز متحمل شوند؛ زیرا از این طریق است که می‌توانند زیبایی به‌دست آورند. مژگان می‌گوید: «خیلی خوب بود رفتم دکتر. لاغر شدم، از واکنش بقیه خیلی خوشحال می‌شدم.» علاوه‌براین، یکی از انگیزه‌های زنان برای داشتن تناسب اندام، دست‌یافتن به برتری بدنی در برابر دیگران است. به همین سبب است که تقلید از اندام دیگران و اقدام در این راستا

اهمیت پیدا می‌کند. پریسا می‌گوید: «یکی رو می‌بینم اندامش خوبه می‌گم منم برم شیکممو کوچیک‌تر کنم ینی نسبت به اونا که برترین، منم اون برترینا رو داشته باشم.» زنان برای آفرودیت‌شدن، به فعالیت‌های ورزشی هم می‌پردازند. فعالیت ورزشی متضمن تندرستی زنان است. محدثه می‌گوید: «خب ورزش می‌رم به‌خاطر سلامتم.» همچنین به خودنمایی و به‌نمایش گذاشتن بدن کمک می‌کند. بتول در این زمینه می‌گوید: «من مخفیانه می‌رفتم کلاس شنا؛ که بعد یه دفته با جاری‌هام بریم استخر، بعد جلو اونا شنا کنم ببینم عه منم شنا بلدم.»

با توجه به آنچه گفته شد، امروزه بدن و مدیریت آن اهمیت زیادی دارد. همچنین با گسترش بازار کالاهای سرمایه‌داری، توجه نظام سرمایه‌داری روزه‌روز بیشتر به جمعیت زنان، یعنی خریداران همه‌گونه کالای مصرفی جلب می‌شود. در کنار همه ارقام مصرفی در بازار کالاهای سرمایه‌داری، توجه به مصرف محصولات مدعی زیبایی‌آفرینی (لوازم آرایش) بسیار زیاد است. همچنین توجه سرمایه‌داران خارجی و سرمایه‌داران وابسته داخلی به جمعیت زنان که مصرف‌کنندگان دائمی و مطمئن این محصولات‌اند، بسیار تأمل‌برانگیز است (هنسن، ۱۳۸۶: ۱۲۱). این مسئله از آنجایی دارای اهمیت می‌شود که کنش‌ها و اقدامات زنان در این زمینه پیامدهای متعدد دارد. در اینجا می‌توان از دو دسته عمده این پیامدها یاد کرد: پیامدهای اجتماعی و پیامدهای زیستی و بیولوژیکی.

از جمله پیامدهای اجتماعی می‌توان به ظاهرین‌شدن افراد اشاره کرد. همان‌طور که هلیا می‌گوید: «به نظر آدما همدیگه رو گم کردن. فقط به ظاهر خودشون توجه می‌کنن.» افراد در رقابتی قرار می‌گیرند که در آن باید ظاهری بهتر از دیگران داشته باشند. همچنین می‌توان شاهد خودنمایی هرچه بیشتر زنان نیز بود. زهره در این زمینه می‌گوید: «آدما همه‌ش دنبال نمایش-دادن اندامشون به هم هستن.» در این میان می‌توان شاهد به‌وجودآمدن زمینه‌های حسادت و چشم و هم‌چشمی بود. بتول می‌گوید: «دخترم لاغر کرده، همه حسودیشون می‌شه تو فامیل. می‌گن لابد یه مریضی‌ای داره، ولی خودشون برای اینکه لاغر بشن کلی کلاس ورزشی می‌رن. باشگاه می‌رن.»

علاوه بر پیامدهای اجتماعی که ذکر شد، می‌توان به فشار مالی مضاعفی که بر خانواده‌ها تحمیل می‌شود، اشاره کرد. مریم می‌گوید: «خونواده تحت فشار هزینه قرار می‌گیرن.» از طرفی هم توجه به ظاهر و تلاش برای خودنمایی با فراموشی دیگران مهم، یعنی خانواده همراه است و موجب ازهم‌گسیختگی خانواده‌ها می‌شود؛ بنابراین می‌توان گفت خانواده‌ها در معرض خطرهایی از این قبیل نیز قرار می‌گیرند. هانیه می‌گوید: «ممکنه حتی خونواده‌شون رو فراموش کنن. بیشتر به خودشون می‌رسن. خانواده از هم گسسته می‌شه. بحث‌های الکی زیاد می‌شه.»

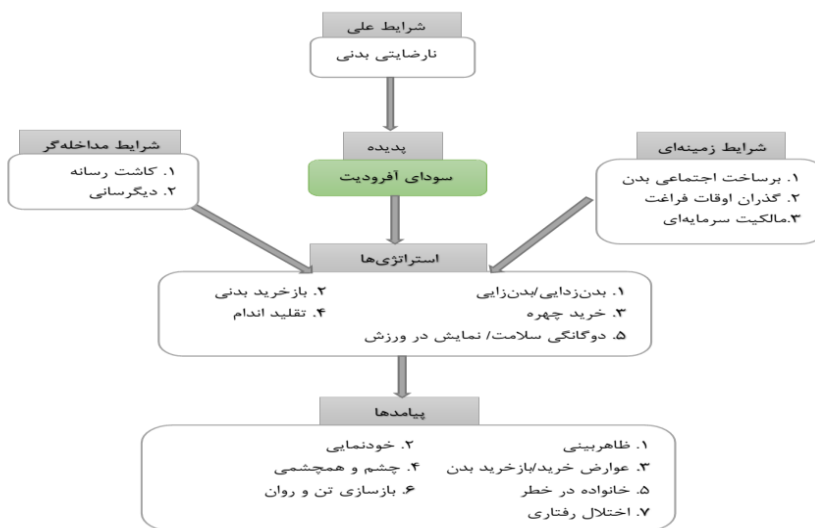
دسته دوم پیامدها را که همان پیامدهای بیولوژیکی است، می‌توان شامل دو جنبه مثبت و منفی دانست. پیامد مثبت بیولوژیکی، دستیابی به تناسب اندام و بازیابی روحیه در زنان است. ورزش و تناسب اندام، تأثیر مثبتی در روحیه زنان دارد. آنان از این راه به بازسازی تن و روان خود می‌پردازند. هلیا می‌گوید: «با ورزش کردن عیب انداممو برطرف می‌کنم. ورزش می‌رم روحیه‌م شاد و پر نشاط می‌شه و پرانرژی می‌شم.»

همچنین پیامدهای منفی بیولوژیکی، اختلال رفتاری به همراه دارد. هانیه می‌گوید: «ولی انواع و اقسام داروها و دکترها و این کارا اثرای بدی می‌ذاره. بی‌حوصله و بد اخلاق و پر خاشاگر می‌شن.» پیامدهای منفی بیولوژیکی، عوارضی جدی در زمینه خرید و باز خرید بدن دارند. این عوارض در مواردی بسیار خطر آفرین است. هانیه می‌گوید: «به خودشون آسیب می‌زنن لاغر بشن. دخترعموم رفت چربی‌هاشو کشید بیرون ساکشن کرد. سر همین فوت شد؛ چون تنگی نفس گرفت.»

مدل پارادایمی

مدل پارادایمی تحقیق، نشان‌دهنده جریان فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه اتفاق افتاده است. این مدل، از پنج قسمت شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تشکیل شده است. در مرکز مدل نیز پدیده مرکزی قرار می‌گیرد که فعالیت‌ها حول آن شکل می‌گیرند. جریان فرایندها و فعالیت‌هایی که در بستر این تحقیق اتفاق افتاده است، نشان می‌دهد که پدیده مرکزی، سودای آفرودیت‌شدن است. به عبارتی مطابق داده‌ها، زنان سودای آفرودیت‌شدن دارند. آنچه مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر به صورت

عینی و ذهنی درگیر آن می‌شوند، گرایش به زیباشدن و رفع نارضایتی از بدن است. در ادامه مدل پارادایمی به‌طور مفصل بررسی می‌شود.



شکل ۱. مدل پارادایمی پژوهش

همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، هسته شرایط علی پژوهش حاضر نارضایتی از بدن است. از آنجا که شرایط علی به‌وجودآورنده پدیده‌ای هستند که مشارکت‌کنندگان با آن مواجه می‌شوند، از اهمیت زیادی برخوردارند و نحوه مواجهه افراد را تعیین می‌کنند. نارضایتی از بدن در افراد موجب می‌شود آن‌ها با پدیده‌ای همچون سودای آفرودیت شدن مواجه شوند. به عبارتی، احساس نارضایتی از وضعیت بدنی، تمایل زنان را برای تبدیل شدن به الهه زیبایی برمی‌انگیزد. درواقع، آن‌ها براساس فشارهای متفاوتی که از قضاوت‌های دیگران و جامعه دریافت می‌کنند، سعی می‌کنند پاسخی هنجاری به فشارهای هنجاری آنان بدهند. این پدیده و نوع مواجهه با آن، تحت تأثیر پویایی شرایط زمینه‌ای و نیز شرایط مداخله‌گر است. شرایط مداخله‌گر شناسایی شده در این پژوهش عبارت‌اند از: کاشت رسانه و دیگرسانی. درواقع، این شرایط به نیروهای کلان‌تر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خارج از بستر تحقیق مرتبط است که بر پدیده و راهبردهای مشارکت‌کنندگان اثر می‌گذارد. رسانه‌ها با تبلیغات

گسترده‌شان در این زمینه، بر مخاطبان خود تأثیر می‌گذارند. این تأثیر به گونه‌ای است که علاوه بر پوشش و رفتار، چهره افراد را نیز کنترل می‌کند. همچنین تمایل به شبیه‌شدن به دیگران، از جمله شرایط مداخله‌گری است که در رفتار زنان با پدیده مرکزی و نیز انتخاب راهبرد اثر می‌گذارد.

شرایط زمینه‌ای پژوهش حاضر عبارت‌اند از: ۱. برساخت اجتماعی بدن ۲. گذران اوقات فراغت و ۳. مالکیت سرمایه‌ای. در واقع این شرایط، شرایط خاصی هستند که ویژه بستر مورد بررسی‌اند، بیشتر در سطح خرد واقع می‌شوند و با پدیده و راهبردهای مشارکت‌کنندگان ارتباط دارند. در واقع، برساخت اجتماعی بدن و گذران اوقات فراغت، با حس نارضایتی از بدن زنان مرتبط است. همین شرایط فردی است که زنان را با پدیده مرکزی که همان سودای آفرودیت-شدن است، مواجه می‌کند. سودای آفرودیت‌شدن زنان طبقه متوسط و متوسط به بالا، متناسب با مالکیت سرمایه‌ای آن‌ها شکل می‌گیرد. زنان این طبقه، سرمایه اجتماعی و اقتصادی زیادی دارند و با آفرودیت‌شدن، به دنبال کسب سرمایه فرهنگی و نمادین هستند.

راهبردهای مشارکت‌کنندگان در برابر پدیده مرکزی صورت می‌گیرد. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، پدیده مرکزی این بخش، سودای آفرودیت است. علاوه بر این، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای نیز بر نوع این راهبردها تأثیرگذارند. راهبردهای زنان عبارت‌اند از: ۱. بدن‌زدایی و بدن‌زایی، ۲. بازخرید بدنی، ۳. خرید چهره، ۴. تقلید اندام و ۵. دوگانگی سلامت-نمایش در ورزش. زنان در برابر دیگران و در مهمانی‌ها که عرصه‌ای مناسب برای نمایش هستند، با پوششی خاص اقدام به خودنمایی می‌کنند؛ یعنی با بدن‌زایی خود و بدن‌زدایی از دیگران به دنبال رسیدن به حس رضایت بدنی هستند. زنان در مواجهه با پدیده آفرودیت‌شدن، هزینه‌های سنگینی برای بازخرید بدنی و خرید چهره متحمل می‌شوند و برای این منظور، تن به جراحی‌های زیبایی و استفاده از لوازم آرایشی می‌دهند. آن‌ها حتی برای رسیدن به حس رضایت بدنی و همچنین برای تقلید از تناسب اندام دیگران به ورزش روی می‌آورند. در واقع می‌توان گفت ورزش علاوه بر اینکه عملی در جهت کسب سلامتی است، کنشی در جهت نمایش خود نیز به‌شمار می‌رود.

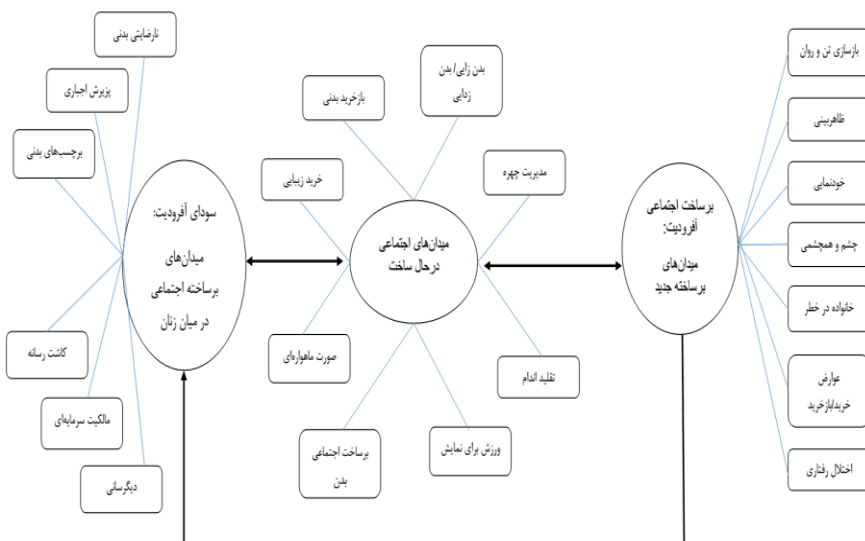
پیامدها، نتایج راهبردهایی هستند که کنشگران آن‌ها را در مواجهه با پدیده مرکزی و شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر اتخاذ می‌کنند. پیامدهای به‌کارگیری راهبردها و کنش‌های متفاوت مشارکت‌کنندگان در این پژوهش عبارت‌اند از: ۱. ظاهربینی، ۲. خودنمایی، ۳. عوارض خرید/بازخرید بدن، ۴. چشم و هم‌چشمی، ۵. به‌خطرافتادن خانواده، ۶. بازسازی تن و روان و ۷. اختلال رفتاری. سودای آفرودیت‌شدن، پیامدهایی نیز دارد. این پدیده به رواج ظاهربینی، خودنمایی و چشم و هم‌چشمی منجر می‌شود. این‌ها خود خانواده‌ها را در شرایط خطر و ازهم‌گسیختگی قرار می‌دهد. علاوه بر این پیامدهای اجتماعی، می‌توان از پیامدهای بیولوژیکی همانند گسترش اختلالات رفتاری ناشی از عوارض رژیم‌های سخت و همچنین عوارض ناشی از خرید و بازخرید بدن نیز نام برد. گاهی این عوارض به‌حدی جدی هستند که خطر مرگ را با خود به‌همراه دارند. البته در این میان می‌توان به پیامد مثبت کنش‌های معطوف به زیبایی و تناسب اندام اشاره کرد که همان بازسازی تن و روان است؛ زیرا ورزش هم بر جسم و هم بر روان و روحیه افراد تأثیر مثبت می‌گذارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، پویایی‌های شکل‌گیری فرایند چشم و هم‌چشمی در بستر جامعه بررسی شد. جزئیات فرایند طی‌شده را می‌توان در طرح‌واره نظری مطرح کرد. طرح‌واره نظری با فلش‌های یک‌سر و دوسر نشان داده می‌شود. فلش‌های یک‌سر نشانگر تأثیر علی و فلش‌های دوسر نشانگر تأثیر رفت‌وبرگشتی و غیرخطی است.

پژوهش حاضر در میان زنان طبقه متوسط و متوسط به بالای شهر مشهد انجام شده است. زنان طبقه متوسط و متوسط به بالای شهر مشهد، مالکیت سرمایه‌ای خاص خود را دارند. آن‌ها با به‌کارگیری این سرمایه‌ها که با کنش‌های خاصی در میدان‌های اجتماعی همراه است، به‌دنبال متمایزکردن خود از دیگران هستند و به همین سبب، سبک‌های متفاوتی از زندگی را شکل می‌دهند. زنان در میدان‌های برساخته موجود کنشگری می‌کنند و مفهوم زیبایی و بدن زیبا را درک و تجربه می‌کنند. نارضایتی از بدن یا هر وضعیت موجود، در این میدان‌ها وجود دارد و به‌دلیل مالکیت‌های سرمایه‌ای مختلف، الزامات اجتماعی مختلفی به‌همراه می‌آورد. در سمت

چپ نمودار، در واقع در میدان‌های برساخته اجتماعی موجود، برچسب‌هایی که دیگران به افراد می‌زنند، در تصور آنان از خودشان تأثیرگذار است. رضایت نسبی و پذیرش اجباری زیبایی سبب می‌شود زنان دچار نارضایتی از وضعیت ظاهری بدنشان شوند. اگر تصور از بدن که در رابطه با ظاهر است، دچار خلل شود، نارضایتی از بدن پیش می‌آید. در کنار این نارضایتی از بدن، رسانه‌ها نیز همواره با تبلیغات خود به بازتولید استانداردهای زیبایی می‌پردازند. از این رو، رسانه‌ها نقش مهمی در تشدید احساس نارضایتی از بدن و ظاهر دارند. در این میان دیگرانی نیز وجود دارند که زنان می‌خواهند در این زمینه با آن‌ها رقابت کنند و مانند آن‌ها شوند. این دیگرسانی از سوی زنان، با نمایش بدن و همچنین خودشیفتگی همراه است.



شکل ۲. طرح‌واره نظری پژوهش

زنان مشارکت‌کننده در این پژوهش، از طبقه متوسط و متوسط به بالای جامعه انتخاب شدند. این زنان سرمایه اقتصادی و اجتماعی زیادی دارند. سرمایه اقتصادی به آنان این اجازه را می‌دهد که به دنبال کسب انواع دیگر سرمایه از جمله سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین باشند. به همین منظور، زنان این طبقه با توجه به آنچه گفته شد، سودای آفرودیت شدن را در سر می‌پروراندند.

در میدان‌های اجتماعی در حال ساخت، زنانی که سودای آفرودیت‌شدن دارند، برای مدیریت چهره و زیبایی خود هزینه‌های گزاف می‌کنند و در این راستا از خدمات کلینیک‌های زیبایی و همچنین خدمات به‌روز و مطابق مد سالن‌های زیبایی بهره می‌برند. در واقع، از این طریق است که زیبایی و چهره خود را به‌نوعی خریداری می‌کنند. علاوه بر این، آن‌ها انواع جراحی زیبایی را نیز انجام می‌دهند تا احساس رضایت بیشتری از ظاهر خود داشته باشند. جراحی زیبایی در واقع، باز خرید بدن است؛ زیرا فرد ظاهر خود را به آنچه می‌خواهد تغییر می‌دهد. سودای آفرودیت‌شدن، زمینه‌ساز بستری می‌شود که زنان در آن برای نمایش تصویر زیباتری از خود تحت تأثیر رسانه‌ها، اقدام به الگوبرداری از استانداردهای زیبایی می‌کنند که برای آن‌ها به نمایش گذاشته می‌شود. به همین جهت شاهد چهره‌ها و صورت‌هایی هستیم که زنان تحت تأثیر ماهواره برای خود انتخاب کرده‌اند.

حساسیت تناسب اندام سبب می‌شود زنان به تقلید از اندام دیگران پردازند و به رژیم‌های لاغری یا ورزش روی آورند. بدین ترتیب می‌توانند از بدن خود برساخت اجتماعی داشته باشند و با تناسب اندام، در عین بدن‌زدایی از دیگران، به بدن‌زایی خودشان پردازند. به عبارتی زنان در مهمانی‌ها فرصت خودنمایی پیدا می‌کنند. در میدان‌های برساخته جدید، سودای آفرودیت‌شدن و کنش‌هایی که به‌همراه دارد، در نهایت به برساخت اجتماعی آفرودیت منجر می‌شود. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، برساخت آفرودیت به‌منزله برساخت اجتماعی تن و روان زنان است. برساخت آفرودیت، برای زنان با برطرف‌شدن حس نارضایتی از بدن همراه است. در این مرحله، زنان تصور بهتری از ظاهر فیزیکی خود دارند، اما چیزی که در اینجا اهمیت دارد، پیامدهای منفی برساخت اجتماعی آفرودیت است. این برساخت، پیامدهایی مانند ظاهر بینی، خودنمایی و چشم و هم‌چشمی به‌همراه دارد. از این‌رو، خانواده‌ها در خطر ازهم‌پاشیدگی و فشار مالی قرار می‌گیرند. علاوه بر این‌ها می‌توان گفت خرید و باز خرید بدن نیز دارای عوارضی جبران‌ناپذیر است. همچنین پیروی از انواع رژیم‌هایی که برای تناسب اندام پیشنهاد می‌شود، خود عاملی برای بروز اختلالات رفتاری است.

درواقع، همان‌طور که در زندگی آفرودیت، الهه یونانی، هویداست، در کنار زیبایی وی که به حسادت اطرافیان منجر شده است، از او به‌عنوان زنی حقیر و ضعیف یاد شده است. به

همین ترتیب، زنان شرکت‌کننده در این پژوهش، گویا فرایند مشابهی را طی کرده‌اند؛ به گونه‌ای که میدان‌های ازپیش‌ساخته اجتماعی آنان را مدام تحریک می‌کنند که از وضعیت موجود گذر کنند. آن‌ها ترغیب می‌شوند که در شرایط موجودشان تغییرات بنیادین ایجاد کنند و با کنشگری خود میدان‌های اجتماعی جدیدی بسازند. در این مسیر که در این پژوهش سودای آفروdit شدن نامیده شده است، کنشگران از هیچ موقعیت و فرصتی فروگذار نمی‌کنند و با توجه به نوع و میزان مالکیت سرمایه‌ای که در اختیار دارند، در پی تغییر میدان‌های پیشین و ایجاد میدان‌های جدید هستند. میدان‌هایی که در آن، فرد از وضعیت قبلی گذر می‌کند و صورت‌ها و بدن‌های جدیدی کسب می‌کند.

اما همان‌طور که پارادایم و رویکرد تفسیری گوشزد می‌کند، این میدان‌ها همیشه ثابت و استوار نمی‌مانند، بلکه مدام در حال تغییر و شدن هستند. کنش‌های انسانی در این میدان‌ها پیامدهای مختلفی دارد که به ساخت‌وسازهای جدیدی منجر می‌شود. در این میدان‌های برساخته جدید، فرد علاوه بر کسب رضایت، مخاطرات بدنی را نیز تجربه می‌کند. این فرایند تولید و بازتولید میدان‌های اجتماعی جدید، به‌طور مداوم تکرار می‌شود و میدان‌های اجتماعی جدید، ساخته، ارزیابی و بازاندیشی می‌شوند و تغییر می‌کنند. در پس هر تغییر هم میدان‌ها تغییر شکل و محتوا می‌دهند و فرم‌های جدیدی می‌سازند. در واقع، میدان‌های جدید به میدان‌های مسلط تبدیل می‌شوند که باز هم در فرایند تغییر و بازاندیشی زیبایی و... (با مالکیت سرمایه‌ای، تغییرات ارزشی و کنشی و...) دچار تغییر می‌شوند و فرم‌های اجتماعی جدید به وجود می‌آیند.

منابع

- اتنی‌عشری، ندا؛ بخشایش، علیرضا و افشانی، علیرضا (۱۳۹۳)، «میزان شیوع اختلال بدشکلی بدن در نوجوانان دختر یزد»، *مجله علمی-پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد*، شماره ۳: ۱۲۳۷-۱۲۴۵.
- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۴)، *جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان*، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.

- اعتمادی‌فر، سیدمهدی و امانی، ملیحه (۱۳۹۲)، «مطالعه جامعه‌شناختی انگیزه زنان از گرایش به جراحی‌های زیبایی»، *پژوهشنامه زنان*، شماره ۲: ۱-۲۲.
- آزالی علمداری، کریم و همکاران (۱۳۹۵)، «ارزیابی فرم بدن و تحسین بدن در زنان غیرفعال و درحال‌ورزش شهر تبریز»، *نشریه مدیریت ارتقای سلامت*، شماره ۳: ۱-۱۴.
- خواجه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۰)، «سبک زندگی و مدیریت بدن»، *جامعه‌شناسی زنان*، شماره ۴: ۲۱-۴۸.
- رضایی، احمد؛ اینانلو، مینا و فکری، محمد (۱۳۸۱)، «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران»، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۴۷: ۱۴۱-۱۷۰.
- سعیدی، علی‌اصغر (۱۳۸۶)، «بدن و مصرف فرهنگی»، *ماهنامه مهندسی فرهنگی*، شماره ۱۴: ۲۹-۳۸.
- طهماسبی، سیمین؛ طهماسبی، زهرا و یغمایی، فریده (۱۳۹۳)، «عوامل مرتبط با تمایل به انجام جراحی‌های زیبایی براساس نظریه عملکرد منطقی در دانشجویان شهرکرد»، *پرستاری و مامایی جامع‌نگر*، شماره ۷۴: ۵۳-۶۱.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخص در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- مقصودی، سوده؛ آراسته، مژده و تندولی، سمیرا (۱۳۹۲)، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش زنان و دختران دانشجو به آرایش چهره (مورد مطالعه: دانشگاه‌های شهر کرمان)»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۲: ۲۹۵-۳۱۴.
- موحد، مجید؛ غفاری‌نسب، اسفندیار و حسینی، مریم (۱۳۸۹)، «آرایش و زندگی اجتماعی دختران»، *زن در توسعه و سیاست*، شماره ۱: ۷۹-۱۰۵.
- نوغانی، محسن؛ مظلوم خراسانی، محمد و ورشوی، سمیه (۱۳۸۹)، «عوامل اجتماعی مؤثر بر انجام جراحی زیبایی زنان»، *مطالعات اجتماعی و روان‌شناختی زنان*، شماره ۴: ۷۵-۱۰۱.
- ویلن، تورستین (۱۳۸۳)، *نظریه طبقه مرفه*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

- هنسن، جوزف (۱۳۸۶)، آرایش، مد و بهره‌کشی از زنان، ترجمه افشنگ مقصودی، تهران: گل‌آذین.
- یاسینی، سیداحمد و مطلق، معصومه (۱۳۹۵)، «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین جهانی‌شدن و مدیریت بدن (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه پیام‌نور گلپایگان)»، پژوهش‌های جامعه‌شناختی، شماره ۴: ۲۵-۴۲.
- Glaser, B. G., and Anselm, M. S. (1965), **Awareness of Dying**, Chicago: Aldine.
- Lemone, P. (1991), Analysis of a Human Phenomenon: Self-Concept, **Nursing Diosmosis**, No. 2: 126-130.