

## پذیرش اجتماعی از مسیر مدیریت بدن در راستای کسب رضایت از زندگی با رویکرد GT (مورد مطالعه: زنان شهر گرگان)

محبوبه ایلواری<sup>۱</sup>، افسانه ادیسی<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۹۸/۴/۵ صص: ۸۸-۵۹ تاریخ پذیرش: ۹۸/۸/۱۲

### چکیده

در جامعه‌ی مدرن، بدن دارای اهمیت ویژه‌ای می‌باشد. افراد با دستکاری و تغییر ویژگی‌های ظاهری خود مبادرت به ساخت بدن اجتماعی می‌کنند که مورد پذیرش جامعه قرار گیرد. هدف پژوهش، شناسایی جایگاه مقبولیت اجتماعی در مدل مفهومی مدیریت بدن زنان و رضایت آنان از زندگی بود. پژوهش با رویکرد کیفی و روش گراندتئوری انجام شد. تکنیک گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌ی ساخت‌نیافته و داده‌های مورد نیاز از مصاحبه با ۱۵ نفر از زنان ساکن شهر گرگان که تجربه مدیریت بدن داشتند؛ جمع‌آوری شده است. انتخاب مصاحبه‌شوندگان با روش نمونه‌گیری هدفمند که نیازمند استفاده از نمونه‌گیری متوالی به نام گلوله‌برفی است، انجام شد. در این پژوهش از اعتبار زاویه‌بندی استفاده شده است. بر اساس یافته‌ها، شرایط علی این پژوهش مقایسه اجتماعی، همنوایی با دیگران و جزئی‌نگر و حساس‌بودن شناسایی شدند. پدیده محوری پذیرش اجتماعی که در زمینه جایگزینی برای جبران کمبودها، محدودیت‌ها و محرومیت‌ها، ازدواج و بچه‌دار شدن مانع اندام زیبا، اضطراب بدن و باور به دوسویگی جنسیتی پدید آمده است. انزوای طلبی، پذیرش سازمانی، پذیرش گروه همسالان، منزلت اجتماعی و ترس از طرد شدن به‌عنوان شرایط مداخله‌گر و در نهایت مشخص شد که زنان، با بهره‌گیری از استراتژی‌های افزایش پایش بدن، حفظ و پیگیری زیبایی و ارتقای جذابیت پیامدهایی چون کسب رضایت از زندگی، سانسور بدن، پیدایش وضعیت روحی مناسب، گسترش روابط اجتماعی، احراز فرصت‌ها و امتیازات در زندگی و رسیدن به من مطلوب را خلق کردند.

**واژه‌های کلیدی:** پذیرش اجتماعی، رضایت از زندگی، مدیریت بدن، زنان شهر گرگان.

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

<sup>۲</sup> دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد واحد تهران شمال، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

\* نویسنده مسئول مقاله: edrisiafsaneh@yahoo.com

## مقدمه

بدن، هر چند غیر مستقیم، در تصورات جامعه شناختی جایگاه قابل ملاحظه‌ای را به خود اختصاص داده است، زیرا تجربه بدن و مدیریت آن تشکیل دهنده بخشی از ماده فراگیری است که از آن زندگی اجتماعی و نظریه اجتماعی شکل می‌گیرد. تجربیات ما از تجسد فراهم آورنده مبنایی برای نظریه پردازی درباره وجوه اشتراک اجتماعی، نابرابری‌های اجتماعی و تفاوت‌هاست. در واقع همه دارای بدن هستند و بدن فراهم آورنده بخشی از توانایی افراد برای ارتباط با یکدیگر و نیز تجربه مشترک نیازها، خرسندی‌ها و دلزدگی‌هاست (Shilling, 2003). هر یک از افراد جامعه همواره توسط دیگر اعضای جامعه قضاوت می‌شوند، همیشه بخشی از این قضاوت‌ها که اساس شکل‌گیری موقعیت‌های اجتماعی هستند، مبتنی بر قیافه و ظاهر بوده است. این امر به کسب موقعیت بهتر توسط افرادی که در ارزیابی‌های اجتماعی زیباتر هستند، منجر شده است. این نگرش به زیبایی باعث می‌شود، مردم در جوامع مختلف همواره در پی کسب زیبایی با مدیریت بدن خویش باشند.

به منظور درک چرایی علاقه به بدن، لازم است زمینه شکل‌گیری این علاقمندی مورد توجه قرار گیرد. گسترش و فراگیری مدرنیته متأخر از اهم زمینه‌های مؤثر در علاقه مردم به بدن است که در دوره مدرنیته متأخر شکل رادیکال‌تری نیز به خود گرفته است (Shilling, 2003). افراد استانداردهای زیبایی را در محیط اجتماعی- فرهنگی می‌آموزند. هر جامعه‌ای معیارهای زیبایی خاص خود را دارد و افراد بر اساس استانداردهای زیبایی تعریف شده توسط جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، ارزیابی می‌شوند و بدین شکل نگرش‌های فرد نسبت به زیبایی تحت تأثیر قرار می‌گیرد (Lee, 2016).

بدن به یکی از درگیری‌ها و دل‌مشغولی‌های مهم آدمی، از زن و مرد و پیر و جوان، تبدیل شده است. بدن همچون پروژه‌ای ناتمام همواره اصلاح می‌شود. افراد باید در مورد انتخاب‌ها و فعالیت‌های موجود بیندیشند. عادت نمی‌تواند به همان اندازه دوران قدیم کنش‌ها را مهار کند، افراد باید زندگی خود را خلق کنند و فعالیت خود را بر شکل‌گیری نوعی از بدن متمرکز سازند که افراد را در مقام اشخاصی سالم، جذاب و مهار شده نشان دهد (Mohamadpor, 2017). مطالعات بدن نشان می‌دهد که بدن‌های انسانی چگونه فهمیده می‌شوند، افراد چگونه بدنی را که خود در آن تصرف دارند و نیز معنایی برای جامعه دارد را درک می‌کنند، عوامل انسانی چگونه بدن‌های خود را مدیریت، رسیدگی، درمان یا متحول می‌کنند. اگر چه که شمار روزافزونی از مردم از بدن نگهداری و آن را دستکاری می‌کنند، اما همه بدن‌های خود را با ایده‌ئال‌ها تطبیق نمی‌دهند. مدیریت بدن تلاشی است، برای کنترل ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن از طریق معرف‌هایی مانند انواع عادات در لباس پوشیدن،

آرایش موی سر، استفاده از پیرایه‌ها، رژیم غذایی، دستکاری پزشکی، جراحی زیبایی، کنترل وزن و می‌باشد، که ظاهر شخصی را تغییر می‌دهند.

طبق اطلاعات سایت‌های خبری ایرانی‌ها به‌طور متوسط ۴,۵ درصد از درآمد سالانه‌شان را برای لوازم آرایش هزینه می‌کنند، در واقع زنان ایرانی حدود ۳ برابر بیشتر از هم‌تایان اروپایی خود برای آرایش کردن هزینه می‌کنند. به جز این، براساس اعلام انجمن جراحان فک و صورت سالانه در ایران ۸۰ هزار جراحی زیبایی سر و صورت انجام می‌شود. در واقع ۰/۳ درصد از جراحی‌های زیبایی جهان در ایران انجام می‌شود و میزان جراحی بینی در ایران ۷ برابر آمریکاست (Razavizadeh, 2016).

این آمارها تعجب‌آور نیست، زیرا جذابیت فیزیکی اهمیتی قاطع برای مردم دارد و امروزه افراد تحت فشار اجتماعی بسیار زیادی قرار دارند تا زیباتر از هر زمان دیگری باشند. ظاهر زیبا برای افراد در جامعه مزایای بسیاری دارد. شخص جذاب می‌تواند به شیوه‌ای مثبت از لحاظ شخصیت، توانایی‌ها و ویژگی‌های اجتماعی مورد قضاوت قرار گیرد و این تصورات غلط اغلب منجر به پیامدهای اجتماعی، روحی و اقتصادی مثبت می‌شود. بدین طریق، زنان مدیریت ظاهر خود را به عنوان یک شیوه زیباسازی برای کاهش نارضایتی از ظاهر خود در نظر می‌گیرند (Lee, 2016) نگرش زنان در جامعه ما نسبت به زیبایی، تغییر و زیبایی ظاهری اهمیتی خاص یافته است. به‌طوری‌که زنان بسیاری فارغ از جنسیت، زشتی یا زیبایی، تنها به امید تغییر دست به مدیریت بدن خود می‌زنند. بسیاری از آنان می‌خواهند نارضایتی از بدن خود را با این تغییر برطرف کنند، حتی اگر توان مالی‌شان هم اجازه ندهد باز هم به طریقی که شده این کار را انجام می‌دهند. بدن زنان ایرانی در دنیای جدید با تبدیل شدن به امری خودآگاه با مسائلی گوناگون درگیر است. گو این‌که در روزگار ما، افراد آزادی عمل بیشتری در مدیریت بدن خویش دارند، که بر درک و تجربه زنان نسبت به بدن خود در زندگی روزمره تأثیر می‌گذارد. آنان به سبب اقتضای سنی و یا دلایل دیگر با صرف هزینه‌های گزاف و قبول عواقب جسمی، روانی و حتی جانی در صدد کسب مقام بهتر در این مسابقه زیبایی هستند. با توجه به مسئله شدن بدن در جامعه ایران، و به طور خاص بین زنان ایرانی، و درگیر شدن زنان به عنوان نیمی از جامعه با آن، این مسئله در سال‌های اخیر گسترش بی حد و مرزی داشته و حتی شهر کوچکی مانند گرگان را نیز در بر گرفته است. این پژوهش در پی پاسخ دادن به این پرسش اصلی است که زنان چگونه با مدیریت بدن خود با پذیرش اجتماعی مواجه می‌شوند تا از آن طریق به رضایتمندی زندگی دست یابند. بنابراین هدف اصلی پژوهش، شناسایی جایگاه مقبولیت اجتماعی در مدل مفهومی مدیریت بدن زنان و رضایت آنان از زندگی است.

### پیشینه پژوهش

با روند روبه رشد و غیرطبیعی مدیریت بدن و ابعاد آن از جمله جراحی‌های زیبایی و استفاده‌ی بی‌رویه‌ی زنان از مواد و لوازم آرایشی و بهداشتی، توجه پژوهش‌گران ایرانی به جامعه‌شناسی بدن و آسیب‌های مرتبط با مدیریت بدن جلب و از موضوعات دلخواه تعدادی از پژوهش‌گران داخلی گردید. برای مثال (Mahmodi, 2017) نشان داد که پیامدها و آثار مطالعه‌ی صنعت بدن در این پژوهش، افزایش اعتماد به نفس، صرفه‌جویی در زمان و صرفه‌جویی اقتصادی است. (Rastgar, 2017) نیز در تحقیق خود نشان داد که در پی بصری شدن نشانگان منزلت آفرین، تغییر در ظاهر بدن با ایجاد تغییر در منزلت زنان همراه می‌شود. یافته‌های پژوهش (Zarifmoradian, 2016) حاکی از آن است که مدل نظریه ساخته شده، نقش عواملی همچون پیشرفت پزشکی، عاملیت جراحان، الگوپذیری از تجربه‌ی زنان دیگر را به عنوان عوامل مداخله‌گری که تصمیم‌گیری زنان را در انتخاب راهبرد جراحی زیبایی تسهیل می‌کنند، بسیار تأثیرگذار نشان می‌دهد (Etemadifar, 2013). انگیزه‌ی زنان از انجام عمل‌های زیبایی، به دو دسته‌ی کلی انگیزه‌های شخصی و انگیزه‌های فراشخصی طبقه‌بندی می‌شود. انگیزه‌های شخصی در سطح تحلیلی خرد طبقه‌بندی می‌شود، انگیزه‌های فراشخصی بر حسب موقعیت و شرایطی که افراد در آن قرار می‌گیرند، به دو سطح تحلیلی میانی و کلان طبقه‌بندی می‌شود. در سطح میانی، خانواده و شرایط خانوادگی و در سطح کلان، شرایط اجتماعی به منزله‌ی منشاء ایجاد انگیزه برای انجام جراحی زیبایی مؤثر واقع شده‌اند که بر حسب موقعیت متفاوت‌اند (Pakseresht, 2012). به این نتایج دست یافت که کنشگر با سود بردن از دانش مربوط به اقتضانات موقعیت‌های مختلف در ظهور و بروز بدن‌ها، یا معیارهای قضاوت‌های دیگران، از مداخله در بدن برای جلب رضایت، ایجاد هم‌نواپی و پذیرش اجتماعی و در نهایت تقویت نظم هنجاری استفاده می‌کند (Kohi, 2011). در تحقیق خود نشان داد که عوامل روانشناختی نظیر تصور بدنی، اعتماد به نفس، ایجاد نشاط و شادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی نظیر مقایسه اجتماعی بدن، گروه‌های مرجع، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دینداری و رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی و عوامل اقتصادی نظیر وضعیت شغلی و سرمایه اقتصادی در مدیریت بدن زنان تأثیرگذار هستند (Biolcati, 2017). یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین نارضایتی از بدن و متغیرهای شاخص توده بدن<sup>۱</sup> (BMI)، درونی‌سازی، فشار و مشکلات خوردن رابطه وجود دارد. با توجه به تفاوت‌های جنسیتی، در گروه زنان بین نگرش نسبت به جراحی زیبایی با نارضایتی از بدن رابطه وجود دارد، در حالی که برای پسران بین شاخص توده بدن و نارضایتی از بدن رابطه وجود دارد (Zimik, 2016).

<sup>1</sup> body mass index

نشان داد که زنان در هندوستان مشابه با زنان سایر نقاط جهان آرزو دارند که بدن‌های باریک، بلند و متناسب مانند زنان غربی داشته باشند، اما تفاوت در روش‌هایی است که آنها در تجسم و پیروی از آرمان‌های جاری خود دارند. بنابراین پذیرش ایده‌آل‌های غربی به طبقه اجتماعی، پایگاه اقتصادی و تحصیلات زنان در هند وابسته است. آرمان‌های زیبایی غربی معمولاً توسط زنان طبقه متوسط که منابعی برای پیروی از چنین اهدافی را دارند مورد پذیرش قرار می‌گیرد (Tazziman, 2014). در رساله دکتری خود به این یافته‌ها دست یافت که بر خلاف مباحث فمینیستی موج سوم که اغلب به اصلاح بدن از نظر آزادی و انتخاب اشاره دارد، یافته‌های تحقیق به درک کاملاً متفاوت از مشارکت زنان در این شیوه‌ها اشاره دارد. تسلط اجتماعی در تعیین تصمیم‌گیری‌های شرکت کنندگان در مورد ظاهر آنها در طول زندگی‌شان نقش کلیدی دارد. آن‌ها فکر می‌کردند که عدم انطباق ظاهر آنها با ظاهر قابل قبول زنانه، منجر به تأییدهای اجتماعی نمی‌شود. در تحقیق (Ashkali, 2014) نتایج نشان می‌دهد، پذیرش جراحی زیبایی با توجه به دلایلی که برای آن ذکر می‌شود، متفاوت است و رسانه‌ها نقش مهمی را در عادی سازی جراحی زیبایی و نشان دادن مخاطرات مرتبط با آن بازی می‌کنند.

## ملاحظات نظری

تمرکز بیشتر بر اهمیت اجتماعی بدن از اواسط دهه ۱۹۸۰ شروع شد. این شناخت در حال توسعه نشان دهنده تلاش برای پیشبرد قدرت تشریحی تحلیل اجتماعی، فرهنگی و تاریخی است، در حالی که در تلاش است تا میراث دکارت از اندیشه غربی، موضوعی که در آثار علمی به حاشیه رانده شده است را بهبود بخشد. در طول این مدت زمینه‌های نظری و اساسی که شامل تاریخ و باستان‌شناسی بدن است، متمایز شده‌اند (Shilling, 2016). گافمن بر این تأکید می‌کند که چگونه بین خود اجتماعی ما و یا هویت اجتماعی ما با خود واقعی مان فاصله وجود دارد. گافمن برداشت از «خود» را با رهیافت نمایشی‌اش تشریح می‌کند. گافمن طی یک رویکرد نمایشی، نقش‌های اجتماعی، موقعیت‌های اجتماعی و ... را نمایش‌هایی می‌بیند که در زندگی روزمره اجرا می‌شوند. به عقیده او «خود» افراد به وسیله نقش‌هایی که در این موقعیت‌ها اجرا می‌کنند، شکل می‌گیرد و معنا می‌یابد (Lope & Eskat, 2012). گافمن خودی را که باید در کنش‌های متقابل زندگی روزمره در نقش‌های گوناگون خلق شود بسیار آسیب پذیر می‌داند، بنابراین برای محافظت از "خود" و اجرای آن در زندگی روزمره مفهوم "مدیریت تاثیرگذاری"<sup>۱</sup> را مطرح می‌کند. وی در پرداخت این مفهوم چنین ادعا می‌کند که افراد در هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌ای از "خود" را ارائه دهند که

<sup>1</sup> Impression management

مورد پذیرش دیگران باشد. اما کنشگران حتی در حین انجام این عمل می‌دانند که تماشاچیان ممکن است در اجرای نقش آن‌ها اختلال ایجاد کنند. به همین دلیل کنشگران نیاز به نظارت بر تماشاچیان را احساس می‌کنند، به ویژه مراقبت از عناصری که ممکن است اختلال‌گر باشند. کنشگران امیدوارند خودی را که به ایشان نشان می‌دهند به اندازه‌ای قدرتمند باشد که خودشان می‌خواهند نشان دهند. کنشگران همچنین امیدوارند که نمایش‌های آنان تماشاچیان را وادار سازد تا داوطلبانه به دلخواه آنان عمل کنند. گافمن این علاقه اصلی را بعنوان "مدیریت تاثیرگذاری" مطرح نمود (Ekhlasi, 2018). در رویکرد گافمن، بدن به عنوان واسطه، نقش مهمی را در برقراری پیوند بین هویت فردی و هویت اجتماعی از خود بر جای می‌گذارد (Shilling, 2003). نادیده گرفتن صورت از نظر اجتماعی امری بسیار مشکل به نظر می‌رسد. صورت نشان دهنده‌ی سن، جنسیت، موقعیت اقتصادی-اجتماعی، سلامتی و حتی شخصیت افراد است. صورت منبع ارتباطات شفاهی و نیز روابط غیر کلامی است. از نظر گافمن صورت در تعامل چهره به چهره و نیز در عملکردهای اجتماعی از اهمیت زیادی برخوردار است. صورت اجتماعی یک صورت عمومی است و نیازمند تغییر دائمی نقاب موجود بر آن است. آرایش مسئله‌ای برای به دست آوردن این نقاب است. تنها در شرایط احساسی شدید، تنهایی یا در حضور دوستان است که نقاب (آرایش) صورت کنار می‌رود و صورت خصوصی یا همان شخص واقعی ظاهر می‌گردد (Ekhlasi, 2018). فوکو از سویی عامل توجه بر بدن را سکسوالیته می‌داند، به طوری که سکسوالیته نشان یا نماد نیست، بلکه ابژه و هدف است که از یک سو با به انضباط درآوردن بدن مربوط است و از سوی دیگر با تمام انرژی‌های فراگیری که تولید می‌کند به ساماندهی جمعیت‌ها مربوط است. سکس به منزله‌ی معیار انضباط‌ها و اصل ساماندهی‌ها عمل می‌کند، بر همین اساس در سده نوزده سکسوالیته در کوچک‌ترین جزئیات زندگی و در رفتارها و رؤیاهای تعقیب شد، سکسوالیته همچنین بدل به درونمایه‌ی عملیات سیاسی و دخالت‌های اقتصادی شد و از این طریق به تولید مثل یا جلوگیری از آن انجامید، سکسوالیته به منزله‌ی نشانه‌ی نیروی جامعه که هم انرژی سیاسی و هم توانمندی زیست‌شناختی آن را آشکار می‌کند، مطرح شد (Foucault, 2008). در عصر کلاسیک، بدن به منزله‌ی ابژه و آماج قدرت کشف شد. به سادگی می‌توان نشانه‌هایی از این توجه عظیم به بدن را یافت- بدنی که دستکاری و اداره می‌شود، ساخته می‌شود، تربیت و رام می‌شود، بدنی که اطاعت می‌کند، پاسخ می‌دهد، مهارت می‌یابد یا نیروهایش افزایش می‌یابد (Foucault, 2017).

بورديو، هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه می‌داند. وی در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد. بورديو تولید این سرمایه فیزیکی را در گرو رشد و گسترش بدن می‌داند، به گونه‌ای که بدن حامل

ارزش در زمینه‌های اجتماعی گردد. از نظر بورديو، بدن به عنوان شکل جامعی از سرمایه فیزیکی، در بردارنده منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است. بورديو تحلیل از بدن را به تولید و تبدیل سرمایه پیوند می‌زند. سهم بورديو و مفهوم سازی از سرمایه فیزیکی نیز تأثیر قابل ملاحظه‌ای در رشد جامعه شناسی بدن داشته است. او سرمایه بدنی را به مثابه یکی از انواع فرعی سرمایه فرهنگی، نوعی منبع فرهنگی می‌داند که در بدن سرمایه‌گذاری شده است. بورديو سرمایه فیزیکی را در گرو توسعه و گسترش بدن می‌داند که به موجب آن بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی قلمداد می‌گردد. تبدیل سرمایه فیزیکی در واقع به معنای ترجمه و تفسیر حضور بدنی بر حسب اشکال گوناگون سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در میدان کار، فراغت و ... است. وی همچنین، با در نظر گرفتن بدن به عنوان سرمایه فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد (Shilling, 2003). از نگاه گیدنز، پیکر ما فقط نوعی موجودیت طبیعی نیست که مالکیت آن را به ما تخصیص داده باشند، بلکه بدن نوعی دستگاه متحرک و مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌هاست و غوطه‌ور شدن عملی آن در کنش‌های متقابل زندگی روزمره یکی از ارکان نگاه داشت و تحکیم مفهوم منسجم و یک پارچه‌ای از هویت شخصی است. بعضی از وجوه عمده‌ی بدن که مناسبت‌هایی با «خود» و «هویت شخصی» دارند از تمایزهایی برخوردارند. نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه ویژگی‌های سطحی پیکر ماست. از جمله طرز پوشش و آرایش که برای خود شخص و برای افراد دیگر قابل رؤیت است و بطور معمول آن‌ها را بعنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها به کار می‌گیرند. کردار مشخص کننده آن است که فرد از نمای ظاهری خود چگونه در فعالیت‌های روزمره خود استفاده می‌کند. منظور آن است که در قراردادهای ساختاری زندگی روزمره، بدن را چگونه بسیج می‌کنیم. مانند رژیم‌هایی که بدن را به پیروی از آن‌ها وا می‌داریم (Giddens, 2015).

از نظر هکشايلد کار در نظام سرمایه‌داری که در آن فروش شخصیت رخ می‌دهد در فراگردی از احساسی اجتماعی رخ می‌دهد. او این فراگرد را کار عاطفی می‌خواند. در کتاب «قلب مدیریت شده»<sup>۱</sup> هکشايلد می‌خواهد بگوید کار عاطفی تشخیص و تفسیری است که کنشگر یا به اصطلاح کارکن در هنگام کار باید با هم‌فراخوانی موقعیت شغلی و مشتری خود به دست آورد تا بر اساس آن متناسب با عناصر مخاطب بتواند نوع کار و موقعیت کار عاطفی متناسب را در فراگرد کار و کنش خویش پدید آورد. او کاربست این مجموعه عناصر را با عنوان قواعد احساس تعریف و مشخص می‌کند. باید در نظر گرفت که هر چند قواعد احساس با مدیریت عاطفی کنشگر انجام می‌شود، به تمامی در فرهنگ جامعه ریشه دارد. بنابراین، کار عاطفی عبارت است از فراگردی از مدیریت عاطفی و احساسی

<sup>۱</sup> Managed heart

که در آن کارکن می‌کوشد تا متناسب‌ترین عاطفه را برای کاری که در حال انجام آن است به کار گیرد (Tanhaie, 2015). هم‌چنین، علاوه بر وجوه نابرابری، حضور در سازمان‌های بروکراتیک مستلزم وجود بدن زنانه به رسمیت شناخته است و چنان چه بدن از جاذبیت‌های جنسی لازم برخوردار باشد صلاحیت حضور را پیدا می‌کند. تدارک بدن سازمانی در وجوه مختلف آن، از وجوه عینی کار عاطفی است و مدیریت چهره و احساس در قالب‌های اعمال کنش‌های کار عمیق و یا سطحی روی آن محقق می‌گردد. اجرای سطح کنش، زمانی است که مبادرت به پنهان کردن چیزی می‌شود که احساس می‌شود اما با این وجود این گونه وانمود می‌شود که چیزی احساس نمی‌شود؛ بالعکس، اجرای نقش به طور عمیق، دلالت به وضعیتی دارد که طی آن مبادرت به تغییر چیزی می‌شود که به طور واقعی و حقیقی احساس می‌کنیم. سرکوب کردن عصبانیت و جایگزین کردن آن با لبخند و همدردی از مصادیق اجرای عمیق نقش است (Ekhlas, 2018). مبنای نگره‌ی فمینیستی را تبعیض جنسیتی تشکیل می‌دهد که برابری و تساوی حقوقی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی زنان و مردان را نفی کرده و زیر سؤال می‌برد. در فمینیسم سوسیالیست، مقصر اصلی بیگانگی از بدن، نظام مصرفی سرمایه‌داری غربی معرفی می‌شود که ترویج کننده‌ی نارضایتی زنان از بدن خویش و هزینه برای خرید کالاها و خدماتی است که این نقیصه را جبران کنند. البته این شرایط بالقوه متوجه زنان و مردان است، با این حال به واسطه‌ی فشار بیشتر بر زنان باید آن را جنسیتی دانست. برخی نویسندگان فمینیست با افزودن مفهوم «پدرسالاری» به سرمایه‌داری مصرفی به تشریح این واقعیت پرداخته‌اند که نظام سرمایه‌داری غربی نه تنها به خالی کردن جیب زنان می‌پردازد، بلکه قدرت و استعدادهای بالقوه‌ی آن‌ها را نیز می‌زداید و آن‌ها را نسبت به خود بیگانه می‌کند (Zokaie, 2007). در مجموع، رویکردهای فمینیستی بر این باور هستند که سیطره‌ی پزشکی بر زندگی زنان، آنان را در مدیریت بر بدن خود از جنبه‌های متعدد به اطلاعات و توصیه‌های پزشکان وابسته کرده است. این فرایند، ابزاری پنهان برای تداوم بخشیدن و بازتولید نابرابری جنسیتی رایج در جامعه است. دیدگاه‌های فمینیستی با تشریح رابطه‌ی میان بدن و نابرابری‌های جنسی و نقش نهاد پزشکی در بازتولید آن، در رشد جامعه‌شناسی بدن تأثیر قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند (Javaheri, 2008). در تمام نظریات و دیدگاه‌های مرتبط با بدن، بدن آدمی با ایده‌ی پروژه‌ای بودن مطرح می‌شود که بر اساس آن به مثابه وسیله‌ای برای تحقق بخشیدن به هویت فردی متمایز مورد قبول جامعه قلمداد می‌گردد و فرد با اراده و عملکرد خود مدیریت بدن را می‌پذیرد. اغلب در پژوهش‌های کیفی پرسش‌های پژوهش در جریان مطالعه بوجود می‌آیند و تغییر می‌کنند. به این ترتیب یک پرسش کلی و چند پرسش فرعی برای مشخص و روشن شدن این پدیده مطرح می‌شود.



پرسش کلی: بسترها و بنیان‌های شکل‌گیری مدیریت بدن در بین زنان چیست؟  
 پرسش‌های فرعی: پیامدهای مدیریت بدن برای زنان چیست؟  
 شرایط مداخله‌گر: زمینه‌ای و علی مدیریت بدن زنان چیست؟  
 راهبردهای کنش: کنش متقابل اجتماعی مبتنی بر مدیریت بدن چیست؟

### روشن‌شناسی پژوهش

این پژوهش با رویکرد ضد اثبات‌گرایی - کیفی و با استفاده از تکنیک گراند تئوری انجام شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار مصاحبه‌ی ساخت نیافته استفاده شده است. تحلیل مصاحبه‌ها با اتخاذ روش تحلیل تفسیری اشتراوس و کوربین و فرآیند کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد (Mohamadpor, 2013). در روش نظریه‌ی زمینه‌ای، تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری‌های متفاوت صورت می‌پذیرد. در این روش سه نوع کدگذاری باز، محوری و انتخابی مورد استفاده قرار می‌گیرد. اولین مرحله، کدگذاری باز است که شامل خردکردن، تحلیل، مقایسه و مقوله‌بندی داده‌هاست. در کدگذاری محوری، توصیف روابط فرضی‌ای بین مقولات و خرده مقولات مطرح است. در کدگذاری انتخابی، ساخت پایه‌های نظریه زمینه‌ای بر اساس ارتباط مقولات متعدد با مقوله اصلی و مرکزی حاصل می‌گردد. گلیرز برای اجتناب از خطا و تعصبات در تحلیل‌های داده‌ای، برای نظریه پردازان زمینه‌ای، سه روش مقایسه مداوم، اشباع کامل و ارتباط با مقوله مرکزی را مطرح کرده است (Rabani & Abaszadeh, 2009). در این پژوهش از نمونه‌گیری غیراحتمالی که با توجه به استراتژی که انتخاب شده بود از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد که این نمونه‌گیری نیازمند استفاده از نوع نمونه‌گیری متوالی به نام گلوله برفی می‌باشد. نمونه‌ها بدین گونه انتخاب شدند، که در ابتدا شناسایی مشارکت کنندگان اولیه از طریق عده‌ای از دوستان، که یا خود اقدام به مدیریت بدن نموده‌اند، یا کسانی را که سابقه‌ی مدیریت بدن داشته‌اند را معرفی نمودند. به کارگیری روش فوق این امکان را فراهم می‌سازد که از هر نمونه‌ای به نمونه کلیدی دیگر دست یافت. همچنین برای لحاظ کردن حداکثر نمونه به مطب‌ها مراجعه و برخی نمونه‌ها در آنجا بررسی شد. جهت دستیابی به نمایایی جمعیت نمونه از نمونه‌گیری حداکثر پراکنش استفاده شد. با توجه به اینکه هدف ارائه یک الگوی نظری و رسیدن به اشباع نظری بوده است. نمونه‌های انتخابی واجد دو ویژگی بودند که عبارت‌اند از: زنانی که با روش‌های مختلف به مدیریت بدن خود پرداخته‌اند، و ساکن شهر گرگان باشند. در نهایت در این پژوهش، پس از انجام ۱۵ مصاحبه، اشباع نظری حاصل شد. در این پژوهش برای افزایش اعتبار و پایایی از زاویه بندی استفاده شد که شامل زاویه‌بندی داده‌ای، زاویه‌بندی

تحلیلی با پژوهشگر و زاویه‌بندی نظری می‌باشد. همچنین از برخی معیارهای دیگر که در پژوهش‌های کیفی به عنوان معیار ارزیابی استفاده می‌شود؛ بهره گرفته شد. به طور مثال، اتکاپذیری یافته‌های این پژوهش به وسیله رعایت اصول مصاحبه عمیق، ثبت کامل روایت‌ها و پیاده سازی دقیق و کلمه به کلمه مصاحبه‌ها به دست آمد

### یافته‌های پژوهش

در این پژوهش ابتدا مفاهیم اولیه از مصاحبه‌ها استخراج شده و سپس آن مفاهیم با روش کدگذاری ذیل مقوله‌های کلی تری قرار گرفته شده است.

جدول شماره ۱- ویژگی‌های زنان مصاحبه‌شده

ردیف	سن	وضعیت تاهل	تحصیلات	وضعیت شغل	ویژگی‌ها				
					وضعیت روحی	وضعیت جسمی	وضعیت اجتماعی	وضعیت اقتصادی	
۱	۳۳	متاهل	کارشناسی	شاغل	جراحی بینی، لیزر کل بدن	استفاده از رژیم های لاغری	رابطه و زیبایی (صورت)	رویه های لاغری	پوشش
۲	۴۵	متاهل	دیپلم	خانه دار	کوچک کردن سینه، لیزر کل بدن	بدن سازی، استفاده از رژیم های لاغری، ورزش های هوازی	تاتو	تاتوی ابرو، خط چشم دائم،	هماهنگی لباس ها
۳	۴۲	متاهل	کارشناسی	شاغل	بزرگ کردن سینه، جراحی بینی، لیزر کل بدن، بوتاکس	پیاده روی، استفاده از رژیم های لاغری	لنز رنگی	کاشت ناخن	مارک دار بودن
۴	۵۴	مجرد	کارشناسی ارشد	شاغل	برطرف کردن افتادگی صورت با روش آراف، بوتاکس	استفاده از رژیم های لاغری	خط چشم دائم، تاتو ابرو	خط چشم دائم، تاتو ابرو	
۵	۴۸	متاهل	کارشناسی	خانه دار	جراحی بینی، بزرگ کردن سینه	بدن سازی، استفاده از رژیم های لاغری، ورزش های هوازی	تاتو ابرو	تاتو ابرو	مارک دار بودن

مارک‌دار بودن	کاشت ناخن، اکستنشن مو	استفاده از رژیم های لاغری		جراحی بینی، برداشتن چربی‌های اضافی با روش لیپوماتیک و تزریق آن چربی‌ها به زیر چشم و گونه	شاغل	کارشناسی	مطلقه	۳۸	۶
		استفاده از رژیم های لاغری		جراحی بینی	خانه دار	دیپلم	متاهل	۴۵	۷
مارک‌دار بودن هماهنگی لباس‌ها	کاشت ناخن، خالکوبی بازو	استفاده از رژیم های لاغری	برنزه کردن	جراحی بینی، لیزر کل بدن	شاغل	کارشناسی	مجرد	۲۸	۸
مارک‌دار بودن هماهنگی لباس‌ها		استفاده از رژیم های لاغری		بوتاکس، لیزر کل بدن، برداشتن خال	شاغل	کارشناسی	مطلقه	۴۴	۹
هماهنگی لباس‌ها	کاشت ناخن		لنز رنگی	جراحی بینی، لیزر کل بدن	شاغل	کارشناسی	مجرد	۲۵	۱۰
مارک‌دار بودن هماهنگی لباس‌ها		استفاده از رژیم های لاغری، پیاده روی	لنز رنگی	جراحی بینی، پروتز چونه، لیزر کل بدن	شاغل	کارشناسی	متاهل	۴۰	۱۱
هماهنگی لباس‌ها	کاشت ناخن	استفاده از رژیم‌های لاغری، پیاده روی	لنز رنگی	جراحی بینی، لیزر کل بدن	شاغل	کارشناسی	مجرد	۳۱	۱۲
مارک دار بودن هماهنگی لباس‌ها		استفاده از رژیم‌های لاغری، پیاده روی	برنزه کردن	برداشتن چربی‌های اضافی با روش لیپوماتیک و تزریق آن چربی‌ها به خط خنده، تزریق ژل لب، برداشتن خال، لیزر کل بدن	شاغل	دکتری	متاهل	۴۰	۱۳
مارک دار بودن هماهنگی لباس‌ها	کاشت ناخن	استفاده از رژیم‌های لاغری، پیاده روی، بدن سازی،	برنزه کردن	بزرگ کردن سینه، جراحی بینی	خانه دار	کارشناسی	متاهل	۳۸	۱۴
مارک دار بودن هماهنگی لباس‌ها	کاشت ناخن و اکستنشن	استفاده از رژیم‌های لاغری	لنز رنگی، برنزه کردن	کوچک کردن سینه، جراحی بینی، لیزر کل بدن، تزریق ژل لب، لیپوساکشن	خانه دار	کارشناسی	مطلقه	۳۵	۱۵

جدول شماره ۲- مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌های زنان

ردیف	مفاهیم	مقوله‌ها
۱	ترس از پیری	اضطراب بدن
	ترس از سالخوردگی	
	ترس از مرگ	
۲	عدم تناسب در چهره	جزئی‌نگر و حساس بودن
	حساس شدن نسبت به ظاهر	
	دیدن نواقص ظاهری دیگران	
۳	باوقار و مرتب بودن	کسب رضایت از زندگی
	منظم بودن	
	شیک پوشیدن	
	به روز بودن	
	رضایت از تغییر چهره	
۴	مقایسه خود با دیگران تا شبیه شدن کامل به آنها	مقایسه اجتماعی
	مقایسه ظاهر خود با دیگران	
	مقایسه ظاهر خود با هنرپیشه‌ها	
	تقلید از دیگران	
۵	هماهنگی با مد	همنوایی با دیگران
	هم رنگی با دیگران	
	جلب توجه دیگران	
۶	کسب فرصت ازدواج	احراز فرصت‌ها و امتیازات در زندگی
	صرفه جویی در زمان	
	صرفه جویی اقتصادی	
۷	تمایل به انجام کارهای مردانه	باور به دوسویگی جنسیتی
	ضربه خوردن از زن بودن	
	زن بودن و عدم احساس شجاعت	
۸	عدم موفقیت در عرصه‌های زندگی	جایگزینی برای جبران کمبودها
	زیبایی تنها راه نمایش خود	
۹	نگرش منفی به زایمان	ازدواج و بچه دار شدن مانع اندام زیبا
	نگرش منفی به شیردهی	
	ایجاد افسردگی پس از زایمان	

	بازسازی اندام تخریب شده بعد از زایمان	
افزایش پایش بدن	اهمیت زیبایی ظاهری اجزاء بدن	۱۰
	اضطراب بد دیده شدن در نگاه دیگران	
	از بین رفتن زیبایی با پیر شدن	
حفظ و پیگیری زیبایی	هماهنگی در رنگ لباس و آرایش	۱۱
	تنظیم آرایش متناسب برای هر مکان و زمان	
	اهمیت به بهداشت	
	نیاز به جراحی های مکرر	
ترس از طرد شدن	کسب رضایت شوهر	۱۲
	حفظ رابطه با جنس مخالف	
ارتقای جذابیت	میل به زیبا جذاب نشان دادن خود	۱۳
	تمایل به زیباتر شدن	
	تمایل به همیشه مرتب بودن	
پیدایش وضعیت روحی مناسب	داشتن حس بهتر	۱۵
	ایجاد حال خوب با آرایش	
	احساس رضایت و خوشحالی	
	کسب روحیه بهتر	
گسترش روابط اجتماعی	ایجاد روابط جدید	۱۶
	اهمیت ظاهر در روابط اجتماعی	
	تأثیر زیبایی در ارتباط با مردان	
	هماهنگی پیروی از مد و تناسب آن با اندام	
رسیدن به من مطلوب	لذت از سلفی گرفتن	۱۷
	نمایش خود در شبکه های مجازی	
پذیرش سازمانی	اهمیت اندام در محیط کار	۱۸
	احترام بیشتر زنان آرایش کرده در محل کار	
	اهمیت کارفرمایان به زیبایی زنان در هنگام استخدام	
	افزایش ارتقاء شغلی	
پذیرش عمومی	برانگیختن تحسین دیگران	۱۹
	اهمیت دادن به افکار دیگران در مورد ظاهر	
	توجه بیشتر مشتریان به زیبایی	
	جلب ارباب رجوع در محل کار	

	تمایل به تعریف دیگران از ظاهر	
پذیرش گروه همسالان	از دست رفتن فرصت ازدواج با ظاهر نامناسب	۲۰
	انگشت نما شدن بین دوستان با اندام چاق	
	توجه خواستگاران به اندام و صورت	
انزوای طلبی	عدم تمایل به ارتباط با دیگران	۲۱
	عدم تمایل به ظاهر شدن در جمع	
	عدم تمایل به عکس گرفتن	
سانسور بدن	پنهان کردن معایب عدم تناسب با پوشش با لباس	۲۲
	پنهان کردن جراحی زیبایی	
	پنهان نمودن معایب با آرایش	
	پنهان کردن ناراحتی و مشکلات با آرایش	
	تأثیر مو در پوشاندن نواقص	
محدودیت ها و محرومیت ها	محدودیت زنان در نوع پوشش و افزایش جراحی زیبایی	۲۳
	حجاب مانع زیبایی	
	نبودن حق انتخاب در زندگی برای زنان در جامعه	
منزلت اجتماعی	کسب منزلت با شیک پوشی	۲۴
	تمایل به نمایش خود	
	کلاس داشتن آرایش	

### مقوله‌های مرتبط با شرایط علی

در مدل پارادایمی این پژوهش، سه مقوله عمده مقایسه اجتماعی، هم‌نواپی با دیگران و جزئی‌نگر و حساس بودن به عنوان شرایط علی، مؤثر بودند.

مقایسه اجتماعی، برطبق نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر افراد تمایل ذاتی برای ارزیابی خودشان دارند و استانداردهایی برای خود در نظر گرفته و خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. وقتی زنان دائم خود را با این ایده‌آل‌های لاغری مقایسه می‌کنند طبیعی است که ظاهر خود را به صورت نامطلوبی ادراک کرده و احساس ناراضی‌تی کنند (Mosavi, 2016). در این پژوهش مقوله‌ی مقایسه اجتماعی از مؤلفه‌های مقایسه خود با دیگران تا شبیه شدن کامل به آنها، مقایسه ظاهر خود با دیگران، مقایسه ظاهر خود با هنرپیشه‌ها و تقلید از دیگران بدست آمده است.

**گزیده ۱-** «به نظرم رنگ ربطی به سن ندارد، مثلاً در مورد رنگ، الگوی من الیزابت دوم که با اون سن چه رنگ‌های زیبایی می‌پوشه ۹۴ سالشه، من حدود نیم ساعت در روز بیوگرافی اینا رو می‌خونم و سعی می‌کنم دقیقاً مثل رنگ‌هایی که اون استفاده می‌کنه، منم استفاده کنم» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).

**گزیده ۲-** «در همان زمان یکی از دوستانم جراحی بینی انجام داد و بعدش که دیدم خیلی تغییر کرد، واقعاً قیافش عوض شد من هم وسوسه شدم که حتماً این کار رو انجام بدم در واقع من با دیدن دوستانم به این فکر افتادم» (۵۴ ساله، مجرد، شاغل).

**همنوایی با دیگران:** جذب تأیید جمع و اجتماع برای انسان‌ها اهمیت خاصی دارد. همه انسان‌ها تمایل دارند که نظر دیگران را جلب کنند، این جلب توجه و همنوایی با دیگران می‌تواند روش‌های گوناگونی داشته باشد. تمایل افراد در پیروی از مد بیشتر به دنبال معنایی است که از جمع می‌گیرند، در واقع تعریف زیبایی و زشتی تعریفی است که در میان جمع و گروه‌ها معنا خواهد یافت. این زیبایی کسب شده تعلق آنان را به گروه آسان می‌کند. از سویی دیگر افراد برای کسب جلب توجه دیگران ملزم به تطابق بدن خود با گروه یا جامعه‌ای هستند که در آن عضو می‌باشند، و بدن خود را مطابق انتظارات همان افراد مدیریت می‌کنند.

**گزیده ۳-** «یه مدت لب‌های کلفت ژل زده خیلی مد بود، وقتی دوستانم در مورد لب‌های بزرگ که خیلی قشنگه حرف می‌زدن، منم خیلی دوست داشتم، این کار رو بکنم، در واقع وقتی می‌خواستم لب هامو ژل تزریق کنم، اول اطرافیانم زده بودن خوشم اومد، منم رفتم زدم» (۳۵ساله، مطلقه، خانه-دار).

**گزیده ۴-** «خیلی به خودم می‌رسم، چون اگر به خودت نرسی و به فکر خودت نباشی مردم می‌گن اصلاً به فکر خودش نیست و برای اینکه از قافله عقب نمانی باید هر کس به فکر زیبا شدن و یا جوان ماندن خودش باشه» (۴۵ساله، متأهل، خانه‌دار).

**جزئی نگر و حساس بودن:** تحلیل داده‌های این پژوهش نشان می‌دهد، که اکثر زنان به نقص‌ها و کاستی‌های بدن خود توجه دارند و به بزرگنمایی نقص‌های جزئی در ظاهر خود می‌پردازند. این امر منجر به تمایل زیاد آنان به برطرف کردن نقص‌های بدنی آنها می‌شود. برخی از آنان حتی با انجام جراحی زیبایی و برطرف کردن نقص‌های جسمانی باز هم به بدن دلخواه خود دست نیافته‌اند. از آنجا که تبلیغات رسانه‌ای یک نوع ظاهر خاص را تبلیغ می‌کنند، در پی آن افراد سعی دارند با مدیریت بدن خود به این الگوها نزدیک شوند و با پیروی از آنها ظاهر جسمی خویش را به شیوه‌های گوناگون تغییر دهند، در حالی که مشکل خاصی در ظاهر جسمانی خویش ندارند.

**گزیده ۵-** «وقتی خودم را با بقیه مقایسه می‌کردم، می‌دیدم، بینی همه خانم‌ها ظریف ولی دماغ من بزرگ و پهنه ظرفیتی که باید بینی یک زن داشته باشه، بینی من نداشت، بعد از جراحی هم احساس می‌کنم که دماغم خوب در نیومده، دوست داشتم بینیم مثل هانیه توسلی بشه، می‌خوام به صورتم بیاد چون الان به صورتم نمی‌آد، اگر پول دستم بیاد دوباره عمل می‌کنم» (۳۳ساله، متأهل، شاغل).

**گزیده ۶-** «خودم به شکل بینی‌ام خیلی حساس شده بودم، تا جایی که بیرون می‌رفتم حس می‌کردم همه به بینی‌ام نگاه می‌کنن و مسخره‌ام می‌کنن، احساس حقارت می‌کردم، وقتی با دوستم صحبت می‌کردم، می‌گفت بینی‌ات اصلاً هم بد نیست، اما خودم خیلی ناراحت بودم و می‌خواستم هر چه زودتر جراحی کنم» (۴۸ساله، متأهل، خانه‌دار).

مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای این پژوهش عبارت‌اند از: مقوله‌های جایگزینی برای جبران کمبودها، محدودیت‌ها و محرومیت‌ها، ازدواج و بچه‌دار شدن مانع اندام زیبا، باور به دوسویگی جنسیتی و اضطراب بدن.

**جایگزینی برای جبران کمبودها:** زنان مصاحبه شونده یکی از عوامل انجام مدیریت بدن را جایگزینی برای انتظارات برآورده نشده‌ی خود می‌دانند. زنان در واقع دارای انتظاراتی در جهت داشتن پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر که محقق نشدن آن در سوق زنان به انجام مدیریت بدن بسیار مؤثر است. این انتظارات برآورده نشده موجب احساس ناکامی در پیشرفت آنان می‌گردد و چون موفقیت‌هایی برای ارائه خود در جامعه ندارند، زیبایی را تنها نماد نمایش خود دانسته و به دنبال زیباتر شدن می‌باشند.

**گزیده ۷-** «وضعیت مالی خوبی نداشتیم و همیشه در مقابل دیگران احساس حقارت می‌کردم برای همین تنها راه نشان دادن خودم رو در زیبایی می‌دیدم، همین باعث شد که بیشتر دنبال تغییرات جدید باشم و کاری کنم که زیباتر به نظر بیام» (۴۵ ساله، متأهل، خانه‌دار).

**ازدواج و بچه‌دار شدن مانع اندام زیبا:** در جامعه مدرن نگاه متناقضی در مورد بدن زنان آرمانی وجود دارد، آرمان لاغری که ساخت اجتماعی جذابیت جنسی را ارائه می‌دهد، بر مبنای آن زنان تمایلی به بارداری و شیردهی ندارند تا مبادا اندام موزون آنان دستخوش تغییر شود.

**گزیده ۸-** «وقتی هیكلت با زایمان تخریب می‌شه، از نظر روحی تخریب می‌شی، افسرده می‌شی زندگی‌ات بهم می‌ریزه، تغییراتی هم که در بدنت می‌بینی، مثلاً سینه‌های افتاده، دندان‌های خراب و شکم افتاده بزرگ که وحشت می‌کنی» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).



**محدودیت‌ها و محرومیت‌ها:** محدثی در مقاله‌ای با عنوان «رویکرد شریعتی به مسئله‌ی زنان» به سرکوب بدن و امور شخصی که مبنای تنوع و تفاوت است، اشاره می‌کند. وی معتقد است با سرکوب بدن به نحو عمومی، به همگان مهم بودن بدن القاء می‌شود. در واقع سرکوب بدن مقاومت در مقابل سرکوب را به دنبال داشته است و هر چه این سرکوب تداوم یافته و همه جانبه‌تر شود، مقاومت منفی در قبال آن بیشتر می‌شود (Mahmodi, 2017). در این پژوهش نیز زنان به محدودیت‌ها و محرومیت‌هایی اشاره کرده‌اند که در انجام مدیریت بدن آنان مؤثر بوده است.

**گزیده ۹-** «چون تو جامعه ما همه چیز رو برای زنان منع کردن از بس زن تو سری خور بوده ولی خارج دخترا اصلاً آرایش ندارن، براشون اصلاً مهم نیست، ولی ایرانی‌ها وقتی خارج می‌رن تو همون فرودگاه شروع به آرایش می‌کنن، لباساشون رو عوض می‌کنن و تاپ می‌پوشن، از بس محدود می‌کنن آدم حریص تر می‌شه» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).

**گزیده ۱۰-** «یک زن ایرانی لذتی در زندگیش نداره، نه می‌تونه خودش شوهرش رو انتخاب کنه، حق هیچ انتخابی نداره حتی نمی‌تونه شغلش رو انتخاب کنه، و حتی می‌تونه اینا رو تغییر بده» (۴۴ساله، مطلقه، شاغل).

باور به دوسویگی جنسیتی<sup>۱</sup>، در استدلال فمینیسم لیبرال، زنان پایگاه اجتماعی و قدرتی پایین‌تر دارند و در نتیجه امکانات کمتری دارند. نتیجه مهم این موقعیت پایین‌تر، ارزش‌زدایی از ویژگی‌ها و ویژگی‌هایی است که با زن بودن همراه است و یا به آن منتسب داشته می‌شود. نارضایتی یا عدم آرامش نسبت به هر آنچه با زنانگی همراه است (Zokaie, 2007). در این پژوهش، مقوله‌ی باور به دوسویگی جنسیتی از دسته‌های مفهومی تمایل به انجام کارهای مردانه، ضربه خوردن از زن بودن و زن بودن و عدم احساس شجاعت تشکیل شده است.

**گزیده ۱۱-** «بیشتر دوست داشتم مرد باشم، کارهای مردانه رو بیشتر می‌پسندم، شاید به خاطر شرایطم چون وقتی یک زن تنها با بچه هستی باید همه کارها رو خودت انجام بدی و از طرفی هم در جامعه ما، یک زن نمی‌تونه همه کارها رو خودش به تنهایی انجام بده» (۳۵ساله، مطلقه، خانه-دار).

**گزیده ۱۲-** «شاید اگر مرد بودم خیلی بهتر می‌تونستم درآمد کسب کنم، حس شجاعت و جسارت بیشتری داشتم، کلاً دوست داشتم مرد بودم» (۳۵ساله، مطلقه، خانه‌دار).

**اضطراب بدن:** این مفهوم از یک سو بر خطرناک بودن محیط پیرامونی و نیز خارج از کنترل بودن آن و از سوی دیگر بر ترس از سالخوردگی، بیماری و مرگ دلالت دارد (Shilling, 2003). در

<sup>1</sup> - gender ambivalence

این پژوهش، مقوله‌ی اضطراب بدن از مؤلفه‌های ترس از پیری، ترس از سالخوردگی و ترس از مرگ بدست آمده است.

**گزیده ۱۳-** «از خود پیر شدن نمی‌ترسم، بلکه از اینکه علائم آن را داشته باشم می‌ترسم، مثلاً افتادگی پوست چهره را زشت می‌کنه، قبل از اینکه بوتاکس بزنم وقتی صورتم خط افتاده بود یا دور چشمم چروک داشت احساس می‌کردم، زشت شدم، اصلاً دوست نداشتم، خودم را تو آینه ببینم، حس بی‌ارزشی داشتم» (۵۴ساله، مجرد، شاغل).

### مقوله‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر

در مدل پارادایمی این پژوهش، پنج مقوله انزوای طلبی، ترس از طرد شدن، پذیرش سازمانی، پذیرش گروه همسالان و منزلت اجتماعی به عنوان شرایط مداخله‌گر در نظر گرفته شدند.

**انزوای طلبی:** از منظر مصاحبه شونده‌گان فاصله زیاد خواسته‌ها از واقعیت موجود، فرد را درگیر ناامیدی، استرس، یأس و ناامیدی، از خود بیگانگی و نارضایتی از زندگی می‌کند. آنان با احساس نازیبایی به عدم تمایل به حضور در جمع، عدم تمایل به ارتباط با دیگران و عدم تمایل به عکس گرفتن می‌رسند.

**گزیده ۱۴-** «تا قبل از عمل بینی‌ام اصلاً دوست نداشتم، با کسی ارتباط داشته باشم، مهمونی نمی‌رفتم، حتی تو دوره دوست‌هام هم شرکت نمی‌کردم، دوست داشتم تنها باشم» (۴۵ساله، متأهل، خانه‌دار).

**گزیده ۱۵-** «اصلاً دوست نداشتم که عکس بگیرم از عکس گرفتن با همکلاسی‌ها و فامیل دوری می‌کردم حالت منزوی داشتم، از بزرگی بینی‌ام خجالت می‌کشیدم» (۳۸ساله، متأهل، خانه‌دار). ترس از طرد شدن: زنان مصاحبه شونده یکی از دلایل مدیریت بدن خود را کسب رضایت همسر و جذب و حفظ رابطه با جنس مخالف می‌دانند، که از این مفاهیم مقوله‌ی ترس از طرد شدن به دست آمده است.

**گزیده ۱۶-** «وقتی به خودم می‌رسم، مثلاً لباس بهتر می‌پوشم، آرایش دارم یا حتی مواقعی که عطر می‌زنم متوجه می‌شم، همسرم توجه بیشتری بهم داره کلاً تو این دور و زمونه باید به خودت برسی با این همه زن و دختر زیبا که تو جامعه هست» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).

پذیرش سازمانی: در این پژوهش مقوله‌ی پذیرش سازمانی از مؤلفه‌های اهمیت اندام در محیط کار، احترام بیشتر زنان آرایش کرده در محل کار، اهمیت کارفرمایان به زیبایی زنان در هنگام استخدام و افزایش ارتقاء شغلی بدست آمده است.

**گزیده ۱۷-** «چون تو محیط باشگاه خیلی رفت و آمد می‌کنم، هیکلم به عنوان مربی زیر ذره بین برای همین هیکل خیلی مهمه و باید همیشه مراقب هیکلم باشم» (۴۸ساله، متأهل، شاغل).  
**گزیده ۱۸-** «زیبایی در کار خیلی تأثیر داره، مثلاً وقتی تو آرایشگاه کاشت مژه انجام می‌دادم، زیبایی‌ام تو جذب مشتری تأثیر داشت، مشتری‌ها می‌گفتن اینقدر خوشگلی آدم دوست داره، شما روی صورتش کار کنی، این حرف‌ها بهم انگیزه لباس خوب پوشیدن و شیک بودن رو می‌داد» (۳۵ساله، مطلقه، خانه‌دار).

**پذیرش گروه همسالان:** در این پژوهش مقوله‌ی پذیرش گروه همسالان از مؤلفه‌های از دست رفتن فرصت ازدواج با ظاهر نامناسب، انگشت نما شدن بین دوستان با اندام چاق و توجه خواستگاران به اندام و صورت بدست آمده است.

**گزیده ۱۹-** «روی خواستگارم تأثیر داشت، از موقعی که دماغم را عمل کردم، خواستگارم بیشتر شدن به نظرم با زیباتر شدن می‌تونیم، ازدواج بهتری داشته باشیم» (۳۸ساله، متأهل، خانه‌دار).  
**گزیده ۲۰-** «قبل از اینکه این رژیم سخت را بگیرم، خیلی چاق بودم، خیلی ناراحت بودم، همه دوستام لاغر و خوش هیکل بودن جز من و همیشه بهم می‌گفتن یک فکری برای هیکلت بکن من بین اون‌ها واقعاً انگشت نما بودم» (۲۸ساله، مجرد، شاغل).

**منزلت اجتماعی:** منزلت اجتماعی، شأن، اعتبار و حرمتی است که افراد جامعه برای گروه‌های مختلف قائل هستند و بر اساس آن، از آنان انتظار رفتارهای خاصی را دارند. کسب منزلت هدف مهمی برای زنان قلمداد می‌شود، آنان با روش‌های گوناگون مدیریت بدن می‌کوشند اعتبار، عزت و احترام برای خود کسب کنند. در این پژوهش مقوله‌ی منزلت اجتماعی از مؤلفه‌های کسب منزلت با شیک پوشی، تمایل به نمایش خود و کلاس داشتن آرایش بدست آمده است.

**گزیده ۲۱-** «من دوست دارم بیرون هم که می‌رم، مرتب و آرایش کرده باشم، حس می‌کنم کسی که وضعش خوبه لباسایه شیک می‌پوشه، انگار با کلاس تر جلوه داده می‌شه، جامعه طوری شده که هر چه مرتب تر و شیک تر باشی بیشتر تحویلت می‌گیرن و بهت اهمیت می‌دن، وقتی می‌ری خرید یا ادره‌ای کار داری، آدم مرتب تر رو بیشتر اهمیت میدن» (۴۵ساله، متأهل، خانه‌دار).

**گزیده ۲۲-** «اون موقع که سر کار می‌رفتم، آرایش برام خیلی مهم بود حتی اگه قبلیش نمی‌تونستم آرایش کنم، سر کار آرایش می‌کردم، آرایش کردن نشانه مرتبی می‌دونم و به نظرم آرایش ملایم کلاس داره» (۳۵ساله، مطلقه، خانه‌دار).

### مقوله پدیده

در این پژوهش پذیرش اجتماعی به عنوان مقوله هسته انتخاب شد.

**پذیرش اجتماعی:** پذیرش اجتماعی بدن، اشکال و تظاهرات خاص تن از حیث وضعیت ظاهری، آرایشی و پوششی می‌باشد که در نظام اجتماعی مورد پذیرش واقع می‌گردد (Abbas Zadeh, 2014). پذیرش اجتماعی در این پژوهش از مفاهیم برانگیختن تحسین دیگران، اهمیت دادن به افکار دیگران در مورد ظاهر، توجه بیشتر مشتریان به زیبایی، جلب ارباب رجوع در محل کار، تمایل به تعریف دیگران از ظاهر، لذت از تحسین دیگران و اهمیت تأیید دیگران ساخته شده است.

**گزیده ۲۳-** «خودم رو زیبا نمی‌دیدم، چون وقتی ویژگی‌های زیبایی رو می‌گفتم من نداشتم، مثلاً پوست صاف و روشن یا چشم‌های درشت و زیبا هیچکدام رو نداشتم، وقتی تو خونواده‌ام در مورد زیبایی کسی صحبت می‌کردن منم دوست داشتم، یکی به من بگه که زیبا هستی» (۴۸ساله، متأهل، خانه‌دار).

**گزیده ۲۴-** «اولین بار که بوتاکس زدم، خانواده‌ام نفهمیدن به خواهرم گفتم خوب شدم، نفهمیدم چیکار کردم بهش گفتم، بوتاکس زدم بعد اونم گفت اره خیلی خوب شدی خوشم میاد وقتی به خودم می‌رسم و بقیه تحسینم می‌کنن» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).

### مقوله‌های مرتبط با بعد تعاملی - فرایندی

بیان‌گر آن دسته از تعامل‌ها و کنش‌هایی است که کنشگران در قبال آن شرایط از خود بروز داده‌اند. این کنش‌ها شامل جزئی‌نگر و حساس بودن، افزایش پایش بدن، حفظ و پیگیری زیبایی و ارتقای جذابیت بودند.

افزایش پایش بدن، میزان پایش و واریسی کردن افراد از بدن‌هایشان به عنوان یک مشاهده‌گر بیرونی جهت کسب اطمینان از منطبق بودن آن با استانداردهای اجتماعی می‌باشد، به شکلی که این افراد بیش از آنکه به احساس شخصی خودشان نسبت به بدن‌شان توجه کنند، عمدتاً بر ظاهر و نمای بیرونی بدنشان، از دید دیگران توجه و تأکید دارند (Riahi, 2011).

**گزیده ۲۵-** «به نظرم با پیرشدن زیبایی آدم از بین می‌رود، دیگه حتی نمیتونم خوب خیلی خوب آرایش کنم، کرم پودر بزنم، کرم پودرها لایه چین و چروک‌ها میره به راحتی نمی‌تونم خط چشم بکشم، دیگه حتی دست هم زیبا نیست که انگشتر یا زیور آلات استفاده کنیم» (۵۴ساله، مجرد، شاغل).

**حفظ و پیگیری زیبایی:** مسأله‌ی زیبایی همواره از مسایل جدی بوده و در فرایند انتخاب‌های مردم نقشی مهم داشته است. در طول تاریخ بشر، صنعت زیبایی مطرح بوده و انسان‌ها با استفاده از وسایل گوناگون سعی نموده‌اند که خود را زیباتر نشان دهند. بر اساس یافته‌های این پژوهش،

مصاحبه شوندگان با هماهنگی در رنگ لباس و آرایش، تنظیم آرایش متناسب برای هر مکان و زمان، اهمیت به بهداشت و نیاز به جراحی‌های مکرر زیبایی خود را حفظ و پیگیری می‌کنند.

**گزیده ۲۶-** «با بوتاکس هارمونی قشنگی بین گونه و دیگران بخش‌های صورت‌م به وجود آمد، که خیلی به من می‌اومد، الان که یکم گذشته و اثرش کم شده حس می‌کنم، خیلی نیاز دارم و تصمیم دارم به زودی دوباره بزنم» (۴۴ساله، مطلقه، شاغل).

**ارتقای جذابیت:** میل به زیباتر دیده شدن و جذابیت یک حس درونی است، اما در جوامع امروزی این حس به وسواس زیبایی تبدیل شده است که اکثر مصاحبه شوندگان اظهار داشته‌اند برای رسیدن به زیبایی، جذابیت و ارتقای آن به مدیریت بدن خود اقدام کرده‌اند.

**گزیده ۲۷-** «به ظاهر خیلی اهمیت می‌دم، به نظرم یک خانم وقتی بیرون میره باید به خودش برسه نه اینکه جلب توجه کنه، منظورم اینه که خودم از خودم احساس رضایت کنم» (۴۵ساله، متأهل، خانه‌دار).

**گزیده ۲۸-** «برای من زیبایی خیلی مهمه و اصلاً وقت و هزینه‌ای که برای این کارها صرف می‌کنم، برایم مهم نیست و همه کار می‌کنم تا جذابتر باشم» (۳۵ساله، مطلقه، خانه‌دار).

## پیامدها

استراتژی‌های به کار گرفته شده توسط زنان مشارکت کننده در این پژوهش در مواجهه با پذیرش اجتماعی منتج از مدیریت بدن می‌تواند پیامدهایی نیز در پی داشته باشد. در پژوهش حاضر، پیامدها شامل مقوله‌های کسب رضایت از زندگی، سانسور بدن، پیدایش وضعیت روحی مناسب، رسیدن به من مطلوب، احراز فرصت‌ها و امتیازات در زندگی و گسترش روابط اجتماعی که نتیجه‌ی کنش‌ها و تعاملات ایجاد شده و تأثیرپذیر از شرایط علی، مقوله‌ی محوری و بستر زمینه است.

**احراز فرصت‌ها و امتیازات در زندگی:** زنان با زیبایی و اصلاح بدن به دنبال افزایش شانس خود در کسب فرصت‌هایی چون ازدواج، صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌ها می‌باشند. اکثر زنان مصاحبه شونده معتقدند که امروزه زیبایی مهم‌ترین معیار ازدواج است.

**گزیده ۲۹-** «خوب به نظرم در جامعه با زیباتر شدن می‌تونیم، ازدواج بهتری داشته باشیم، چون از موقعی که بینی‌ام رو جراحی کردم، خواستگارام بیشتر و بهتر شدند» (۳۸ساله، متأهل، شاغل). پیدایش وضعیت روحی مناسب: مدیریت بدن و رسیدن به ظاهر، باعث داشتن حس بهتر، ایجاد حال خوب، احساس رضایت و کسب روحیه بهتر در زنان می‌شود.

**گزیده ۳۰-** «دوست ندارم بی حال به نظر برسم، وقتی آرایش می کنم، حس خوبی دارم حتی مجلس ترجیح هم می رم، مداد کم رنگ به چشمم می کشم، دوست ندارم بدون آرایش بیرون برم، که مردم فکر کنن بی حالم و بگن چقدر افسرده است» (۴۵ ساله، دیپلم، خانه دار).

**گزیده ۳۱-** «وقتی که بینی ام رو از نیم رخ توی آینه می دیدم، عذاب می کشیدم، خیلی ناراحت بودم، اصلاً دوستش نداشتم، بعد از عمل خیلی راضی بودم و از جراحی ام خیلی خوشحال بودم، قیافم خیلی عوض شده بود و هر کسی می دید، می گفت چقدر چقدر خوب شدی» (۴۸ ساله، متأهل، خانه دار).

**رسیدن به من مطلوب:** فرهنگ در دوره مدرن، فرهنگ بصری و نمایشی است که باعث می شود شیوه های زندگی از رهگذر نمایش در حال تغییر سطوح ظاهری ایجاد شود (Ghasemi, 2016). رسانه ها با فشار هنجاری که بر زنان وارد می کنند باعث تغییر تصور آنان از بدنشان می شود، که این تأثیر دو حالت دارد: از سویی رسانه ها با تبلیغ شکل خاصی از زیبایی ظاهری، زنان را وادار به مقایسه خود با این مؤلفه های زیبایی استاندارد شده می کند، که حاصل آن نارضایتی آنان از ظاهر خود و دستکاری بدن به شیوه ی پیام های دریافت شده از رسانه ها است. همچنین از سویی دیگر زنان به دنبال نمایش این تغییرات حاصل از مدیریت بدن خود در شبکه های اجتماعی و دوستان خود می باشند. زنان مصاحبه شونده در این پژوهش اظهار داشته اند که تا قبل از مدیریت بدن خود تمایلی به عکس گرفتن نداشتن، اما بعد از مدیریت بدن از سلفی گرفتن و همچنین از نمایش آن در شبکه های مجازی احساس رضایت داشتند.

**گزیده ۳۲-** « قبل از جراحی ام از خودم بدم می اومد و مرتب از خودم ایراد می گرفتم، فکر می کردم، زشتم و اصلاً اعتماد به نفس نداشتم، در مهمونی ها خصوصاً با دوست های همسر همیشه احساس می کردم، صورتم خیلی بده و اصلاً تمایلی به عکس گرفتن نداشتم، ولی بعد از عمل بینی ام حالم خیلی خوب شد، دیگه راحت تو جمع ها ظاهر می شدم، الان هم دوست دارم مرتب سلفی بگیرم و تو اینستا بذارم واقعاً از دیدن عکس هام لذت می برم» (۳۳ ساله، متأهل، شاغل).

**گزیده ۳۳-** «یه وقت هایی که حس می کنم، قیافم خوب شده مثلاً آرایش کردم یا وقتی که می خوام، مهمونی برم و به خودم می رسم، خیلی دوست دارم، عکس بگیرم تو اینستا بذارم و اکثر مواقع این کار رو می کنم» (۳۵ ساله، مطلقه، خانه دار).

سانسور بدن، در بسیاری از موارد زنان تلاش می کنند تا با استفاده از جراحی زیبایی یا آرایش و پوشش خاص، عیوب بدن خود را بپوشانند. حتی در برخی موارد آنان با آرایش خود در صدد پنهان

کردن مشکلات و ناراحتی‌های خویش می‌باشند. یا اینکه با به نمایش گذاشتن یک زیبایی به دنبال پوشاندن عیوب خود می‌باشند.

**گزیده ۳۴-** «آرایش کردن رو دوست دارم تا حد طبیعی نه خیلی زیاد اونقدر که نقص‌های صورتم رو بپوشونه بیشتر نه، جوش‌های روی صورتم برایم آزار دهنده است، به طوری که اصلاً دوست ندارم خودم را در آینه ببینم، ولی وقتی آرایش می‌کنم و می‌تونم آن‌ها را بپوشانم، احساس خوبی دارم» (۵۴ساله، مجرد، شاغل).

**گزیده ۳۵-** «بعضی مواقع که خیلی مشکل دارم و نمی‌خوام که دیگران خصوصاً مامانم بفهمن، یا اینکه صورتم رنگ پریده است، با آرایش می‌تونم، خودم رو سر حال نشون بدم» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).

**گسترش روابط اجتماعی:** تصویری که هر فرد از خودش دارد، ممکن است بر توانایی رابطه برقرار کردن با دیگران مؤثر بوده و به پاسخ‌هایی که دیگران به ما می‌دهند، تأثیر نهد. این ادراک، در ماهیت روابط اجتماعی ما تأثیر خواهد داشت. در واقع زنان برای کسب موفقیت‌های فردی مانند: ایجاد روابط جدید، روابط اجتماعی و رابطه با مردان می‌توانند از بدن خود استفاده کنند.

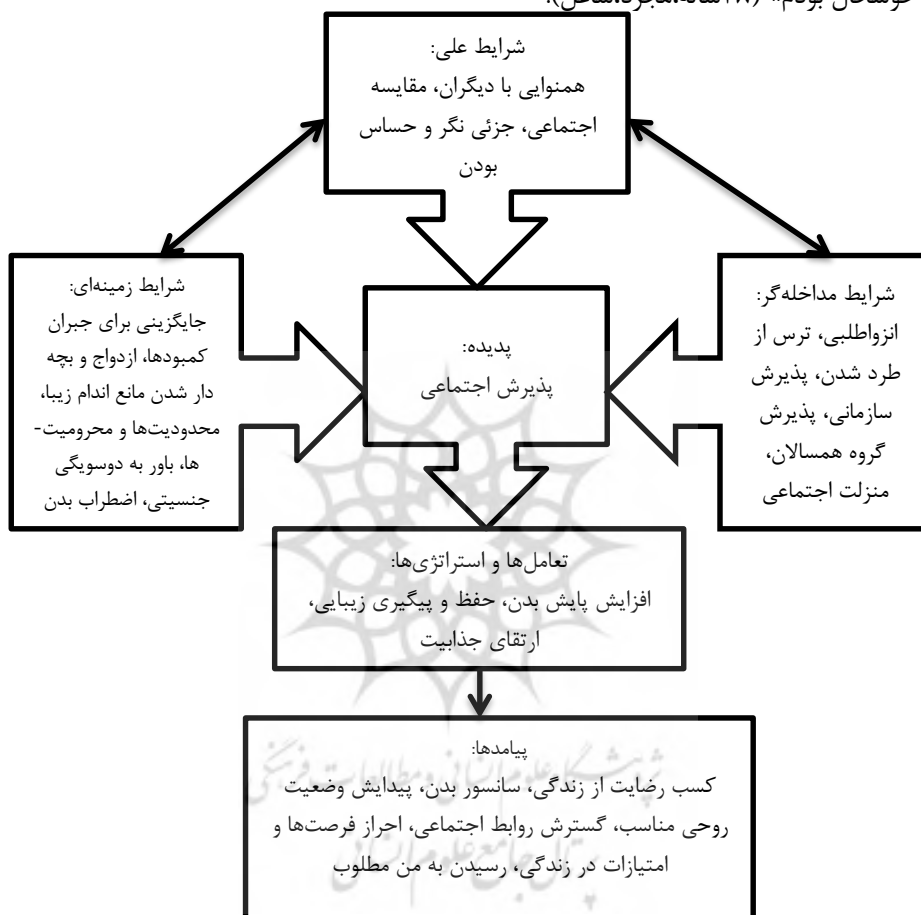
**گزیده ۳۶-** «از نظر دوستان من خیلی متفاوت لباس می‌پوشم یا حتی جراحی‌های زیبایی که انجام دادم، با همه متفاوت است، می‌تونم اینو کامل درک کنم، که خیلی‌ها دوست دارن با من ارتباط داشته باشن و با من دوره بذارن هر کس می‌خواد در زمینه زیبایی کاری کنه یا خریدی انجام بده با من مشورت می‌کنه می‌گن، خیلی خلاق و می‌دونن چی رو با چی ست کنی» (۳۵ساله، مطلقه، خانه‌دار).

**گزیده ۳۷-** «به نظرم مردها خیلی به زیبایی زن‌ها اهمیت می‌دن، حتی قبل از ازدواج همکارایه مردم متوجه تغییراتم می‌شدن و گاهی مواقع بهم می‌گفتن که تغییر کردی، زیبایی در ارتباط با مردها خیلی وحشتناک تأثیر داره چه قبل از ازدواج چه الان که حتی در رابطه‌ام با شوهرم تأثیر زیادی داره» (۴۰ساله، متأهل، شاغل).

**کسب رضایت از زندگی:** زنان مصاحبه شونده یکی از عوامل انجام مدیریت بدن را رضایت از زندگی خود می‌دانند. آنان اظهار داشته‌اند با شیک پوشیدن، کسب لذت و آرامش و رضایت از تغییر چهره بعد از انجام مدیریت بدن خود به رضایت از زندگی رسیده‌اند.

**گزیده ۳۸-** « صورتم جذابه فقط هیکلم ایراد داشت، وقتی لایپوساکشن کردم، هر روز هیکلم لاغرتر می‌شد و خیلی این مسئله برایم لذت بخش بود، چون همیشه هیکلم دغدغم بود و برایم آزار دهنده بعد از لایپوساکشن انگار دوباره متولد شده بودم و هر روز از هیکلم لذت می‌بردم و احساس آرامش می‌کردم» (۳۵ساله، مطلقه، خانه‌دار).

گزیده ۳۹- « بیشترین لذت زمانی بود که بعد از ۱۴ روز که گج بینی‌ام رو باز کردن وقتی خودم رو تو آینه دیدم باورم نمی‌شد، قیافه و چهره‌ام خیلی عوض شده بود، واقعاً از این تغییر راضی و خوشحال بودم» (۲۸ساله، مجرد، شاغل).



شکل شماره ۱: مدل نظریه بنیادی مدیریت بدن

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه این بود که معلوم شود زنان چگونه با مدیریت بدن خود با پذیرش اجتماعی مواجه می‌شوند تا از آن طریق به رضایتمندی از زندگی دست یابند. با توجه به اینکه در دوران مدرن مدیریت بدن به عنوان یکی از شیوه‌های متداول برای خلق زیبایی درآمده و افراد مختلف با انگیزه‌های مختلف به این امر مبادرت می‌کنند که اغلب انگیزه اصلی آنان پذیرش اجتماعی و در پی آن کسب رضایت از زندگی می‌باشد. زنان گرگانی نسبت به نسل‌های پیش از خود، دچار دگرگونی



آشکاری در زمینه‌ی پرداختن به مدیریت بدن شده‌اند و شاهد سیل عظیمی از زنان و دخترانی هستیم که هر روز در پی درک مفاهیم زیباشناختی، سبک‌های آرایش، تناسب اندام و در کل پروژه پیچیده‌ی مدیریت بدن می‌باشند. وقتی زنان در موقعیتی قرار می‌گیرند که دیگران از او زیباترند، ظاهر خود را با آنها مقایسه نموده و خود را دارای نواقصی می‌بینند که نسبت به بدن خود باورهای هذیانی و نامعقولی پیدا می‌کنند و احساس ناخوشایندی درباره ظاهر خود دارند و به بزرگنمایی نقص‌های جزئی در ظاهر خود می‌پردازند و تمایل زیادی به برطرف کردن نقص‌های بدنی خود داشته که در نتیجه بیشتر متمایل به انجام مدیریت بدن می‌باشند. در واقع آنان برای رسیدن به زن کامل به دنبال انطباق خود با استانداردهای زیبایی تعریف شده از طریق هماهنگی با مد و دیگران می‌باشند. این افراد در زمینه‌ای که بدن به نحو عمومی سرکوب می‌شود در واقع مهم بودن بدن به آنان القا می‌شود و آنان در صدد جبران این محدودیت‌ها و محرومیت‌ها، خود را نیازمند زیبایی و برزندگی بیشتر دانسته تا بتوانند سهم بیشتری از توجه را به سوی خود جلب کنند و حضور و موجودیت خود را وزین تر نمایند. از سویی دیگر آنان با نگاهی متناقض در جامعه مدرن در مورد بدن زنانه آرمانی روبرو می‌شوند. آرمان لاغری که ساخت اجتماعی جذابیت جنسی را ارائه می‌دهد و بر مبنای آن تمایلی به بارداری و شیردهی ندارد تا مبادا اندام موزون او دستخوش تغییر شود. از آنجا که زنان پایگاه اجتماعی و قدرتی پایین‌تری در مقایسه با مردان دارند در نتیجه، امکانات کمتری دارند. این موقعیت پایین‌تر ارزش‌زایی از ویژگی‌هایی است که با زن بودن همراه است. بدین ترتیب، نارضایتی یا عدم آرامش نسبت به هر آنچه با زنانگی همراه است، شکل می‌گیرد. بنا به گفته فمنیست‌ها، مقصر اصلی بیگانگی از بدن نظام مصرفی سرمایه‌داری می‌باشد که ترویج‌کننده‌ی نارضایتی زنان از بدن خویش و انجام مدیریت بدن به عنوان تنها گزینه‌ی ممکن که این نقیصه را جبران کند. از سویی دیگر بالا رفتن سن، پیر شدن و مرگ او را می‌ترساند زیرا از تنهایی، بی‌توجهی همسر، دیده نشدن و به انزوا کشیده شدن می‌ترسد. با توجه به نظریه شیلینگ، فرهنگ مصرفی معاصر مقوله بدن در حال شدن را رواج داده است. به طوری که افراد دائماً خود را در قالب ظواهر بدنی مورد ارزیابی قرار می‌دهند و این خود منجر به شکل‌گیری اضطراب دائمی می‌شود زیرا افراد می‌دانند که بدن، در صورت عدم بازرسی و کار دائم روی آن، از هم خواهد پاشید و در نهایت آنان را تنها خواهد گذاشت. بر پایه مفهوم اضطراب بدن بسیاری از افراد بدن خود را به عنوان یک پروژه تلقی می‌کنند که دلالت بر خطرناک بودن محیط پیرامونی و ترس از سالخوردگی، بیماری و مرگ دارد (Shilling, 2003). بنابراین زنان بدن، چهره و فیزیک ظاهر خود را مطابق الگوهای زیبایی مورد تبلیغ و پذیرش جامعه تغییر می‌دهند. این واقعیت که فرد از سوی دیگران پذیرفته می‌شود، در واقع بدین معناست که آرایش و مدیریت بدن او از نگاه دیگران در سطح مطلوبی باشد. پس آنان برای دریافت مجوز ورود و حضور در جمع باید رعایت شدن استانداردهای زیبایی از سوی دیگران دیده شود. زیرا زیبایی ظاهری ملاک انتخاب شدن در فرصت‌هایی همچون استخدام، محیط‌های کاری و ازدواج است. آنان بدین طریق می‌توانند بر ارزیابی‌های دیگران بر خود تأثیر گذاشته و اعتبار و منزلت

اجتماعی کسب کنند. از این رو، مدیریت بدن به مثابه حرکت از یک هویت تحقیر شده به هویتی دیگر و رسیدن به امتیازاتی از جمله پذیرش اجتماعی است. حال این زنان مدرن با هراس و اضطراب انجام وظیفه، نه در آزمون توانایی و مهارت که در مسابقه زیبایی، درگیر شغلی اغلب تمام وقت و پر مخاطره که حق هر گونه انتخاب را از آنان سلب کرده و او خود را تسلیم و مستحیل شده در آن مشغله می‌بیند و در زیر فشارهای مضاعف بدنبال حفظ و پیگیری زیبایی، ارتقای جذابیت و پایش بدن می‌باشند. بدین گونه زنان می‌توانند بسیاری از اهداف و آرزوهای خود نظیر کسب رضایت از زندگی، گسترش روابط اجتماعی، احراز فرصت‌ها و امتیازات در زندگی، سانسور بدن، پیدایش وضعیت روحی مناسب و رسیدن به من مطلوب دست یابند. یافته‌های برخی از پژوهش‌های پیشین هر یک از جنبه‌ای با یافته‌های پژوهش حاضر همسو است. یکی از یافته‌های پژوهش رستگار، ظریف مرادیان، اعتمادی فر، پاک سرشت، کوهی، آشیاکلی و تازیمین کسب پذیرش اجتماعی پس از مدیریت بدن بوده است که این پژوهش نیز آن را تأیید می‌کند. همچنین یکی از یافته‌های این پژوهش نیز کسب منزلت اجتماعی بوده است که با یافته‌های پژوهش اعتمادی فر، کوهی و ذکایی همسو می‌باشد. کسب فرصت‌های اجتماعی از دیگر یافته‌های این پژوهش است که با یافته‌های پژوهش‌های محمودی، افسانه قاسمی، جمالی و اعتمادی فر همسو می‌باشد. در نهایت این که، در یافته‌های پژوهش تازیمین، کوهی و محمودی به نقش مقایسه اجتماعی افراد در اقدام به انجام جراحی زیبایی اشاره شده است که با یافته‌های پژوهش حاضر همسویی دارد. مقوله‌های استخراج شده از پژوهش حاضر مانند ازدواج و بچه دار شدن مانع اندام زیبا، حفظ و پیگیری زیبایی، ارتقای جذابیت، سانسور بدن، اضطراب بدن و رسیدن به من مطلوب از نوآوری برخوردار است.

اغلب زنان با مشاهده تارهای سپید در موی خود و دیدن چین و چروک‌ها نگران می‌شوند. هراس از پیری برای زن از این احساس ریشه می‌گیرد که امکان تأیید و مورد پسند دیگران قرار گرفتن در آنان کمتر می‌شود، پس باید به زنان آموخت با بازاندیشی در مفاهیمی مانند پیری که با حقیر شمردن سالخوردگی و سالمندان، ارزش‌ها را باز تعریف نموده و نگاه دیگری به ارزش‌ها داشته باشند، پیرزن می‌تواند نمونه خردمندی، توانمندی و شهامت باشد. از آنجا که در جامعه ما سرمایه جسمانی مهم‌تر از بقیه سرمایه‌ها مثل سرمایه اجتماعی یا فرهنگی بوده است، زنان بدن را وسیله‌ای برای ارتقای اجتماعی و محملی برای هویت خود تعریف می‌کنند، بدین گونه آنان به دنیایی مملو از ظاهرگرایی روی می‌آورند و توانایی فکری‌ای که می‌تواند در راه‌های گوناگون به شکوفایی برسد، مسدود می‌ماند. پس باید بیاموزند همانطور که سرمایه جسمانی ارزشمند است، سرمایه فرهنگی نیز ارزشمند می‌باشد ما در جامعه‌ای قرار گرفته‌ایم که زنان با وجود مدرک تحصیلی سرمایه فرهنگی خود را جدی نمی‌گیرند، در واقع آنان می‌توانند پذیرش اجتماعی و کسب رضایت از زندگی را از طریق سرمایه فرهنگی نیز ایجاد کنند.

**References:**

- Abdoh, H. (2013). The Impact of ... , Cultur,, Eonom,, and Psychoogaaal Ass on Body aangemen mnong Women nTbriz Cty". Journ of oollll eeenees cccuty of Lrrruur and uu mnn eeenees rrr dows nn ivrrstty of aa shhdd, Vo 6, (Issu 2..
- Abdoh, H. (2014)"A oooocgaaa tt udy of hle Inrrrvntoonll Ro of Vrrbbb oo ccppnnre Inrrrvnnoos in hh Influnee of th ee d on hh Trnd of Women nnBauty wihhuurrry". Journ of Womnn nnd ooyyyyVo 5, (Issue 3):77-55.
- Alexias, George, Dilaki, Georgia& Tsekeris, Charalambos. (2012). « The "Beautiful" pain: cosmetic surgery and the embodiment of pain» JAHR Vol. 3, (Issue 5):285-304 .
- Ashikali, Eleni-Marina, Ditmar, Helga & Ayers, Susan. (2014). « Adolescent grss'veews on oosme surgery ff ouus group suudy» aaa lhhPsyhhooogy ,oo 221(1): 112-121.
- Buudrrrrrr, Jaan. (2016). Consumrr ootttt y, Prrou Yzzdd Thhrnn Puboooooo of hh Thrdd.
- Biolcati, Roberto. (2017). «What can I do with my body? Boys and girls facing body dissatisfaction» International Journal of Adolescence and Youth, VOL . 22, NO . 3: 283-295.
- Busing, Kyle, West, Carrie. (2016). «Determining the Relationship Between Physical Fitness, Gender, and Life Satisfaction» Journal of Sociology, 1-5.
- Crggan, eeee. (5555). oooooogy of th Body (oo drnn, Postmodrrn, Post-uuut urssss Thoor,,,, ,oo hsen sss srrdddThhrnnNnggh & ee grr.
- Ekhaas Ibrhhim. (8888). Inroduoon oo th oooooogy of th Body, Thhrnn Puboooooo of oooooogssst.
- Eemddfir, ee hd and aa hhhh mman (3333). "A oooooog udy of Women oo iivooon from th Inll nrtt on oo Bauty uurgrry", Womnn's Resaarhh, uu mnn nnnnmns nnd Cultur Rrrrrr rr Insiiut,, Vo 4, oo . 2.
- ouaaul ccc h... (4444). Th W oo nn ow, Nkko aarkhosh and ff shin Worddvd, ThhrnnNngghr-e-...
- ouaaul ccc h... (7777). Prison aar and punshmn ii ko rrr khosh, Thhrnn aa yrr Rey.
- hh opppur, nnnnough nnd Bhhaad kkk imin... (6666). mmmnn Reconsruoon of eeee aa nagemen among eem tt udnts of Isaam Azdd nn vrrsity, aa rvdssht Brnhh, Journ of Womnn and ooyyyyVo 8, oo . 4.
- dddnds, nn thony. (5555). oo drntty and aaaachmen ootttt y and th Idnttty of Prson nn ee wgg ,, sss srr oo fgghaan, ThhrnnNnggh Puboooooo
- Jvvhrrr eeemeh. (8888). Th body and sss soooocuuun impooooos", Culur Rrrrrr rr Lrrrrr Yaar nrth, oo . 1.
- Jos,, Lopzz nnd John ooo... (2222). oo rutt ur,, Yousef aa fir Thhrnn hhhnnnPubiiaaooas.

- rrr am oo ha. mdd Tggh and hhhrr Jam... (5555). "ii rss' Exprnnnnes nnd oo vvwoon from Body aa nagemnnnnRzzvanshahr Ctty", Vouum ggghth, oo . 99.
- oo h aa m... (2011). "oooodog xpaanooon of Body aa nggemen among Women in Tbbrr Cyyy Ph... , uuuutty of oo nnnnes, nn vvrstty of Isfghan.
- Lee, Minsun, Lee, Minjung. (2016). «Body Satisfaction and Attitudes toward Cosmetic Surgical vs. Nonsurgical Procedures» International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 6, No, 10: 34-39.
- aa hmoud Yosaa nnd ssss an oo hddd aaaaw... (7777). TTh oooooqllll uuudy of hh Body Indusrry (uu tttttt tt tt udy of th Caus nnd Consquenees of th Cosm rgrry of Women Rddding in Thhrnn, Womnn in vvv oopmen nnd Poiiii Vouum 55, Issu 4.
- oo hammdd Pour, hh mdd. (3333). uu vvvvvvwrtrrrr rr mhhlod of nnii-mhhlod 1 nnd 2, Thhrnnoooooogssts.
- oo hammdd Pour, Ahmdd. (7777). Th Coneemporry Resaarhh ee hlod nnth uu mnissst(Topnnnnne hlod Pol,,,,,, ,ThhrnnGGGghnos.
- oo usav eeyydd Aboffzz ... (2016). BBody Imag in Prrspccvvv nnd Psychoogy cchooss", Psychoogy, Vo 5, oo . 2, uuccssiv oo . 11.
- Pkksrrhhh ooiii man, oo ssnnn aaaam and nnn Inanocu. (2222). TThe Trnsformooon nn ll ysis of Phys ehvvor among Women nnd rrr ls nnThhrnn", The Irrnnnnss oooooofor Cuttur nnd Communooooas tt ud o 8, oo . 88.
- hh eem ff snneh. (6666). "uu vvvvvvvt udy of Womnn Attttud nnd Prreepoos by Emphzzzzng Baauty Surgrry", Appdddooooogy, Vouum 88, oo . 4.
- Rbbnn A and oo hammdd Abdddddidd (2011). TThoory hhoory ppprocch soft or hrr d mtt hod", Appdddooooogy, jaar 00, oo . 4 999-183.
- Reeeerr, Yssrr ... (7777). TTh Vssuaaaaaan of eema ggggnooon and Body aa nggemen((C tt udy Womnn Rffrrring ooBaauty Centr's nnBndrr AbbCCGy)" uu rrrrly Journ of nnn drr and aa mily uuudy, Vo 4, oo . 1.
- Rzzvvi Zddhh, ddd.. (6666). "ooooog aasons ooConsum ee monsrrooon nnd nn ll ysss of Its Prrrrr's" (C tt udy aa shhdd Womnn oo ods and rrr v nggemen rrr vees) "oo coo sss rrroooo, ccutty of Lrrrrtur nnd Human nnnnns rr . ASS36r dowsUUjvrrstty of aa shhdd.
- Rhhh oo hammdd Esmee (2011). TTh uuudy of ee ndr fff frrenees in Body Imgg aassfcooa", Journ of Womnn in ee vooomnaaad Poiiii Vo 9, No. 3.
- hhakrrbgg hhhhhnnd mmrr mmrr (2011). BBody aa nggement nnd oolll Accppanee (uuudnn tt udnnss of Isaam Aaad nn vvrstty nnd Pyyam oo or uuudnnss in Zanjnn)" Journ of oooooogy of Youhhtt ud o 2, oo . 3.
- Shilling, Chris. (2016). «The Rise of Body Studies and the Embodiment of Society: A Review of the Field» An International Refereed Journal, 2 (1): 1-14,.
- Shilling, Chris. (2003). The body and Social Theory, London: Sage Publication.
- Tnnheeee, uu ssii n Abohlssnn. (2009). rrr brr Bumrr nnd Symbo Inrrccooa, ThhrnnBBBman Bhhrii nccccrds.
- Tnnheeee, uu ssii n Abohlssnn. (5555). Anll y ccognioon of oo drrn ThooroocoModrrn oooooogy. Thrrd gnrr ooon. 2222-2012, TehrrnBBBmnn Bhhrrnss Records.

- Tzzyyman, Ab (2014) «The Women's Representation of body image» Phd Thesis, University of York, Women's Study.
- Tranter, Bruce & Hanson, Dallas (2015) «The social base of cosmetic surgery in Australia» Journal of sociology, Vol.51(2): 189-206.
- Zarif (2011) «The Women's Representation of Body Image (A Study of Women's Opinions on Cosmetic Surgery)», Journal of Issues Review, Volume 7, Number 1.
- Zimik, Chingri (2016) «Women and body image: A sociological study of women in India» International Journal of English language, Literature and Humanities, Vol.IV: 66-77.
- Zokee (2007) "Body and Culture: An Anthropological Study of Cultural Change", Journal of Cultural Research, Year 1, No. 1.
- Zokee (2007) "Body and Culture: An Anthropological Study of Cultural Change", Journal of Cultural Research, Year 1, No. 1.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی