

عوامل مؤثر بر تخلفات اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی آرایشگاه‌های زنانه مناطق ۲ و ۹ تهران

علی پزهان^۱ و اعظم احیائی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۴

چکیده

زمینه و هدف: تخلف یک پدیده تاریخی و اقتصادی- اجتماعی محسوب می‌شود، به نوعی بشر با گونه‌های متفاوتی از تخلف درگیر بوده و هست. هدف پژوهش حاضر عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تخلفات اقتصادی، بهداشتی و اجتماعی آرایشگاه‌های زنانه مناطق ۲ و ۹ تهران است.

روش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نوع توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه آرایشگاه‌های زنانه شهر مناطق ۲ و ۹ تهران بود که تعداد کل آنها برابر ۱۰۴۷ واحد در سال ۱۳۹۹ بود. در پژوهش حاضر با توجه به جامعه آماری، ۲۸۱ آرایشگاه براساس فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی مطالعه شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آزمون‌های آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

یافته‌ها: براساس یافته‌های پژوهش، استفاده از مواد شیمیایی بی کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی، استفاده از زیورآلات غیرمعتبر مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری، نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرائکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی بر شکل‌گیری تخلفات اقتصادی، بهداشتی و اجتماعی در آرایشگاه‌های زنانه مناطق ۲ و ۹ تهران تاثیر دارند.

نتایج: براساس یافته‌های پژوهش، برای پیشگیری از تخلفات آرایشگاه‌ها، تدوین سیاست‌های حمایتی و نظارتی مستمر و اجرای کلاس‌های آموزشی ضروری است.

کلیدواژه‌ها: تخلفات، اقتصادی، اجتماعی- بهداشتی، آرایشگاه‌های زنانه، تهران.

۱. استادیار جمعیت‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی. (نویسنده مسئول). رایانامه:

pezghan_ali@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی. رایانامه:

aa13323@yahoo.com

مقدمه

موضوع پیشگیری از تخلف و فساد به عنوان راهکاری اساسی در جریان کاهش این نوع ناهنجاری‌ها در جوامع مختلف و دیدگاه‌های مختلف پذیرفته شده است. در همین راستا نظارت همگانی و ایجاد ناامنی برای افراد خاطی از یک‌سو و ایجاد شفافیت ساختاری از سوی دیگر به عنوان عوامل اصلی در این مسیر قابل اتکا هستند. پیشگیری از تخلف مبتنی بر تدابیری است که به موجب آن بتوان از وقوع تخلف در آینده جلوگیری کرد. به نظر برخی از حقوقدانان، پیشگیری از تخلف و ایجاد اقداماتی که جانشین مجازات شوند، در تعالی اخلاقی جامعه صدها بار بر انتشار مجموعه قوانین برتری دارد.

تخلف پدیده‌ای ناهنجار در حوزه‌های زیستی، روانی، اجتماعی، اخلاقی و معنوی است که در عرصه‌های اجتماع نمایان می‌شود. برخورد با متخلفان یا مظاهر تخلف لازم است اما کافی نیست. پیش از مبارزه با معلول، پیشگیری و مقابله با ریشه‌ها، علت‌ها و زمینه‌های تخلف امری وجدانی، عقلایی و بدیهی است. تخلفات یا جرائم در یک بستر زیستی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و مانند آن، به وقوع می‌پیوندند؛ بنابراین پیشگیری از آن هم باید در همان بسترها صورت پذیرد. در یک تعریف عام، می‌توان پیشگیری از وقوع جرم را پیش‌بینی، شناسایی و ارزیابی خطر وقوع جرم و اتخاذ تدابیر و اقدامات لازم (کیفری و غیرکیفری) برای از میان بردن یا کاهش آن دانست. پیشگیری و پاکسازی محیط زندگی بشر از اهداف اولیه پیامبران و اولیای الهی بوده است. دین مبین اسلام به پیشگیری بیش از اصلاح اهتمام دارد؛ به همین دلیل قبل از هر چیز به عوامل به وجود آورنده و زمینه‌های گناه و جرم توجه و برای مقابله با آن چاره‌اندیشی کرده است. شاید بهترین و پربارترین بخش از تأکیدهای اسلام روی همین بعد باشد (ابراهیمی و ضیاپور، ۱۳۹۱).

خداوند زیباست و زیبایی‌ها را دوست دارد. مسئله زیبایی و آرایش کردن و خودآرایی از دیرباز راهی برای زیباتر شدن نزد زنان و مردان بوده و انسان‌ها براساس گزینه‌ای که در

وجودشان به ودیعه گذاشته شده میل به زیباتر شدن دارند. با نگاهی کوتاه بر تعالیم ارزنده و حیات‌بخش اسلام به خوبی می‌بینیم که مسئله سلامت مردم به عنوان یکی از حقوق اصلی آنها در یک نظام مبتنی بر مبانی اسلامی مطرح است. بنابراین در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصول «سوم»، «بیست و نهم» و «چهل و سوم» آن، بر ضرورت تأمین بهداشت و درمان برای آحاد ملت تأکید شده است. وجود مسائل و مشکلاتی چون نبود نظارت سریع و معقولانه بر عملکرد آرایشگاه‌های زنانه، برای صاحبان این صنف بیشترین سود و برای مصرف‌کننده بیشترین ضرر و برای فرهنگ و اجتماع بزرگترین آسیب را به همراه داشته است. بنا به سخنان مقام معظم رهبری در ۱۷ فروردین ۱۳۹۵، باید تمام ابعاد و جوانب آسیب‌های اجتماعی با حضور سران قوا و مسئولان حوزه اجتماعی بررسی شود.

آرایش و آراستگی زنان ریشه در سنت و فرهنگ مردم ایران دارد اما شیوه‌هایی که امروزه رایج است این موضوع را بیشتر تبدیل به یک بیماری و معضل فرهنگی - اجتماعی و البته اقتصادی کرده است. این مسئله از بعد فرهنگی نیز آسیب‌های جدی در پی دارد. تهاجم فرهنگی و شکل‌گیری «بحران هویت» از عمده این معضلات بوده؛ و یکی از مهمترین عواقب آن جاهلیت نوین و تقلید کورکورانه است؛ خروج از این بحران به واسطه برنامه‌ریزی دقیق، تمسک به فرهنگ غنی اسلامی و ملی این مرز و بوم و استفاده کارآمد از همه امکانات - به ویژه دستگاه‌های فرهنگی - و بسیج همه اقشار مردم دست‌یافتنی است. آنچه در جامعه به‌عنوان یک واقعیت دیده می‌شود؛ این است که، بخش عمده تغییر الگوی آرایش در جامعه ما توسط «آرایشگاه‌های زنانه» صورت می‌گیرد. روند و تعداد پرونده‌های تخلفاتی آنها روز به روز در حال افزایش است. تعداد پرونده تخلفاتی آرایشگاه‌ها در سال ۱۳۹۲، از ۵۸۲ پرونده به ۲۵۰۰۰ در سال ۱۳۹۸ رسیده است (سازمان تعزیرات حکومتی، ۱۳۹۹). با وجود هشدارها و پیگیری‌های متعدد، نه تنها روند کاهشی نداشته بلکه منجر به آسیب‌های روحی روانی مصرف‌کنندگان شده است. با توجه به تأکید و اهمیت بدن در جامعه‌ی معاصر، چنین به نظر می‌رسد که بدن، تبدیل به دارایی مادی افراد شده است.

دارایی که افراد سعی می‌کنند با آرایش یا انجام جراحی‌های زیبایی آن را بهبود بخشند و در تعاملات خود به بهترین صورت آن را عرضه کنند. آرایش در فضای عمومی با آموزه‌های دین در تعارض و مسائلی را در این حوزه ایجاد کرده است. آرایشگاه به عنوان یکی از مکان‌ها برای ظهور انواع الگوها و رفتارهای اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است و نظارت بر این مکان به عنوان اهرمی مناسب برای جلوگیری از تخلفات محسوب می‌شود. آرایشگاه‌ها روزانه تعداد قابل توجهی از زنان را با خدمات خود پوشش می‌دهند؛ نظارت و کنترل بر عملکرد آنها ضروری و حائز اهمیت است. بر این اساس، پژوهش حاضر در صدد است تا با دیدگاهی علمی، عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تخلفات اقتصادی- اجتماعی و بهداشتی در آرایشگاه‌های زنانه را بررسی کند.

پیشینه: با مروری گذرا بر تحقیقات انجام شده داخلی، می‌توان آنها را در سه دسته کلی مطالعات حوزه اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی طبقه بندی کرد. در اینجا به منظور رعایت اختصار، تنها به توصیف برخی از پژوهش‌های انجام شده در حوزه تخلفات و جرائم پرداخته شده است.

آزاد و طاهری (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «چگونگی شکل‌گیری تخلفات و ساماندهی و نظارت بر آرایشگاه‌های زنانه شهر تهران» را با روش اسنادی - از طریق بررسی پرونده‌های تخلفاتی انجام دادند. یافته‌های پژوهش آنها نشان می‌دهد که نظارت مستمری بر فعالیت‌های آرایشگاه‌ها صورت نمی‌گیرد، کم کاری اتحادیه آرایشگاه‌ها از جمله ابلاغ نکردن نرخ‌نامه مصوب و تسهیل‌سازی اخذ مجوز برای انجام فعالیت در حیطه قانونی، صورت نمی‌گیرد. همچنین حذف نظارت وزارت بهداشت در گشت‌های مشترک سازمان تعزیرات حکومتی و همکاری نکردن دستگاه‌های نظارتی مرتبط با آرایشگاه‌های زنانه از دیگر دلایل شکل‌گیری تخلفات است.

آقالری، امیری، میرزایی و جعفریان (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت بهداشتی آرایشگاه‌های زنانه شهر بابل در سال ۱۳۹۵» را با روش پیمایشی انجام دادند و نتایج نشان

داد که از ۲۵۰ آرایشگاه بررسی شده، ۱۸ درصد آرایشگاه‌ها بدون نواقص و فاقد مشکلات بهداشتی و بهسازی بودند. از نظر وضعیت بهداشت ساختمان ۱۴/۴ درصد آرایشگاه‌ها فاقد تهویه مناسب و ۴/۱۰ درصد فاقد شرایط بهسازی استاندارد بودند. همچنین ۳۱/۶ درصد فاقد جعبه کمک‌های اولیه و ۳۹/۲ درصد فاقد کپسول آتش‌نشانی بودند. از نظر بهداشت فردی ۴/۴۶ درصد آرایشگران فاقد کارت بهداشت، ۲۷/۲ درصد فاقد گواهینامه دوره بهداشت عمومی و ۶/۱ درصد فاقد لباس کار بودند. به طور کلی وضعیت بهداشت ساختمان آرایشگاه‌ها مطلوب به نظر می‌رسید اما نواقصی در بهداشت فردی آرایشگران وجود داشت. برای پیشگیری از انتقال بیماری به مراجعان و حتی خود آرایشگران گسترش برنامه‌های آموزش بهداشت بین متصدیان آرایشگاه‌ها برای آشنایی با روش‌های مختلف گندزدایی وسایل کار و آشنایی با بیماری‌های مرتبط با شغل و روش‌های کنترل آنها و نیز پایش مداوم آرایشگاه‌ها ضروری به نظر می‌رسد. اسمعیل زاده و عباداله چندانق (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «مصرف نمایشی بدن زنان در مناسک تعامل: مطالعه موردی زنان شهر رشت» با روش کیفی انجام شد و نتایج حاکی از آن است که مطالعه‌ی منطق‌های حاکم بر کنش‌های نمایشی بدن زنان و انگیزه زنان در کسب دارایی زیبایی در جامعه ایران، می‌تواند ریشه‌های بسیاری از مسائل از قبیل مصرف زیاد لوازم آرایش و شیوع فراوان عمل‌های زیبایی در زنان ایرانی را بر ملا سازد. پژوهش یادشده در همین راستا منطق‌های حاکم بر مصرف نمایشی بدن زنان ایرانی را مطالعه کرده است. ۲۸ نمونه با روش گلوله برفی از مراکز تعاملات مناسکی (باشگاه‌های بدنسازی، آرایشگاه‌ها و جلسات مذهبی) در شهر رشت انتخاب و با روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با آنها مصاحبه شد. همچنین نتایج نشان می‌دهد با توجه به ریشه‌های کنش‌های نمایشی بدن زنانه، می‌توان شش تیپ از زنان ایرانی را شناسایی کرد: تیپ رادیکال اسلامگرایی سیاسی، تیپ میانه مایل به اسلام سیاسی، تیپ میانه، تیپ میانه با نگاه شرق شناختی، تیپ شرق شناختی و تیپ فمینیستی.

لولویی، دهقان و ابراهیمی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «وضعیت بهداشت محیط

آرایشگاه‌های زنانه شهر کرمان سال ۱۳۹۱» به این نتایج رسیدند که وضعیت بهداشت عمومی ۷۹/۶۶ درصد آرایشگاه‌ها مطلوب بود. بهداشت فردی ۸۱ درصد آرایشگاه‌ها دارای وضعیت مطلوب بود. بین بهداشت فردی و سن افراد و تاهل رابطه معناداری مشاهده نشد. اما بین بهداشت فردی و تحصیلات رابطه معناداری مشاهده شد. وضعیت بهداشت محیط در ۸۳/۹ درصد آرایشگاه‌ها مطلوب بود. با توجه به اهمیت موضوع، گسترش برنامه‌های آموزش بهداشت بین عامه مردم از طریق رسانه‌های جمعی و نیز آموزش متصدیان آرایشگاه‌ها برای آشنایی با روش‌های مختلف گندزدایی وسایل کار و آشنایی با بیماری‌های مرتبط با شغل و روش‌های کنترل آنها و نیز پایش مداوم آرایشگاه‌ها ضروری به نظر می‌رسد.

درگاهی، امیریان و درگاهی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت بهداشتی آرایشگاه‌های زنانه و مردانه شهر سنقر در سال ۹۲-۱۳۹۱» نوشته‌اند که آرایشگاه از جمله اماکنی است که توجه به بهداشت و بهسازی آن قابل اهمیت است زیرا رعایت نکردن بهداشت و استفاده از وسایل و ابزار کار آلوده مانند حوله، برس و تیغ، منجر به گسترش عفونت‌های میکروبی، ویروسی، قارچی، باکتریایی و بیماری‌های پوستی، اگزما، زگیل، تراخم، کزاز، کچلی، شپش و مانند آن می‌شود. آرایشگاه‌های مردانه از نظر هر سه معیار لوازم کار، بهداشت فردی و وضعیت ساختمانی، وضعیت مناسب‌تری در مقایسه با آرایشگاه‌های زنانه داشتند. براساس نتایج حاصل از پژوهش یادشده به دلیل شرکت درصد بیشتری از آرایشگران مرد در دوره‌های ویژه اصناف، آرایشگاه‌های مردانه از جنبه بهداشت لوازم کار، بهداشت فردی و وضعیت ساختمان نسبت به آرایشگاه‌های زنانه از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار بودند؛ بنابراین برای بهبود این وضعیت بهتر است، سختگیری بیش از پیش برای حضور آرایشگران در دوره‌های ویژه صنوف به عمل آید.

بلک و شارما (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آرایش کردن» نشان دادند که متغیرهایی از قبیل تنوع‌طلبی، مصرف‌گرایی، سرمایه فرهنگی، مصرف

رسانه‌ای، هویت بازان‌دیشانه و طبقه اجتماعی، گرایش به آرایش، سن، مقطع و ترم تحصیلی رابطه معناداری با میزان استفاده از لوازم آرایشی دارند. متغیر تنوع‌طلبی، بهترین پیش‌بینی‌کننده میزان استفاده از لوازم آرایشی است (قانعیان و مهرپرور، ۱۳۹۱).

مبانی نظری

نظریه تقویت ترجیحی اکرز: اکرز محیط اجتماعی را به عنوان مهمترین منبع تقویت رفتار انحرافی می‌پندارد؛ به نظر او بیشتر یادگیری‌های رفتار انحرافی، نتیجه هم‌کنش اجتماعی است (ویلیامز، ۱۳۸۳، ص ۲۳۰). رفتار انحرافی از طریق میان‌کنش اجتماعی‌ای که رفتار دیگر اشخاص در آن برای رفتار انحرافی تقویت می‌شود، آموخته می‌شود (ولد، ۱۳۸۰). تقویت ترجیحی به پیامدهای واقعی یا مورد انتظار از یک رفتار اشاره دارد. آدمیان چیزهایی را انجام می‌دهند که فکر می‌کنند در آینده به پاداش‌هایی برای آنها منجر می‌شود و یا از مجازات‌هایی جلوگیری می‌کند و یا چیزهایی را انجام نمی‌دهند که به نظرشان به مجازات‌هایی منجر می‌شود. این پاداش‌ها یا مجازات‌ها می‌توانند اجتماعی و ناشی از تایید یا تایید نکردن دیگران باشند (ولد و برایان، ۱۳۸۰، ص ۲۱۸). اکرز معتقد است که ادامه یا توقف هر رفتاری بستگی به تشویق یا مجازات دارد یعنی تشویق موجب تداوم یک رفتار و مجازات موجب توقف آن می‌شود. براساس نظریه تقویت ترجیحی اکرز اگر تعداد عواملی که خاصیت تقویت‌کنندگی دارند در موقعیت رفتاری فرد وجود داشته باشند، احتمال تقویت رفتار بسیار زیاد می‌شود، بنابراین تقویت ترجیحی، علت اصلی رفتارهای انحرافی است (صدیق، ۱۳۸۳، ص ۱۸).

نظریه محیط و شرایط اقتصادی: معیارهای جامعه‌شناختی و محیطی، بر این اساس استوار است که جرائم اقتصادی تحت تأثیر اوضاع اجتماعی و نظام اقتصادی حاکم ارتکاب می‌یابد. نظام‌های دارای اقتصاد آزاد و سرمایه‌داری و شرایط رقابت برای کسب سود و منفعت بیشتر، زمینه را برای برخی از جرائم و تخلفات در این حوزه فراهم می‌کند. عواملی

مانند بده بستان‌های سیاسی در جریان دستیابی مقامات به مناصب کلان در جامعه و چشم و هم‌چشمی‌ها میان فعالان اقتصادی، خلأهای قانونی در برخورد با این‌گونه جرائم و تخلفات را ایجاد می‌کند که در محاکم نیز به وضوح دیده می‌شود. وابستگی بسیاری از احزاب سیاسی به افراد سودجو و منفعت‌طلب که گاه رفتارهایی مانند فساد مالی و ارتشاء و تقلب مالیاتی و مانند آنها را در پی دارد، باعث می‌شود تا ملاحظه‌کاری شود و در مبارزه با این‌گونه جرائم جدید به خرج ندهند. همچنین بسیاری از جرائم و تخلفات اقتصادی در خفا صورت می‌گیرند و کشف نمی‌شود و در نتیجه به مرور زمان مغفول مانده و در نظر مرتکبان جنبه مشروعیت پیدا می‌کند (میرسعیدی و زمانی، ۱۳۹۲، ص ۱۷۹).

نظریه انتخاب عقلانی: نظریه انتخاب عقلانی از جمله نظریه‌های موقعیت‌محور و خردگرایانه‌ای است که در دهه ۱۹۷۰، توسط جرم‌شناسانی همچون «گری بکر»^۱ و «رولاند کلارک»^۲ مطرح شد. نظریه انتخاب عقلانی، بزهکار را انسانی اقتصادی و فایده‌گرا در نظر می‌گیرد که همواره در جستجوی فرصت‌ها و انتخاب‌های غیراخلاقی و غیراجتماعی با هدف بیشینه کردن منافع شخصی خویش است. انسان بزهکار قربانی جبر اقتصادی و فرهنگی نیست؛ بلکه فردی است انتخاب‌کننده، حسابگر، اجتماعی و فعال که دست به انتخاب راهبرد می‌زند و براساس موانع احتمالی، راهبرد خود را تغییر می‌دهد. بزهکار انسانی است آزاد، باهوش و باعقل که آگاهانه و به‌طور واقعی دست به محاسبه دقیق می‌زند (قانعیان، و مهرپرور، ۱۳۹۱) و بعد از ارزیابی احتمالات مختلف، بهترین راهکار را انتخاب می‌کند. نظریه انتخاب عقلانی به لحاظ ساختاری مبتنی بر دو رکن «انتخاب» و «عقلانیت» است. رکن اول یعنی «انتخاب» به این معنا است که بزهکاری حاصل تصمیم‌گیری و انتخاب آزادانه فرد است.

نظریه تزویر: تزویر در ارتکاب تخلفات حوزه کسب‌وکار، امور بازرگانی و اقتصادی به سه

دسته تقسیم می‌شود: ۱- عدم صداقت در فعالیت‌های تجاری مانند کلاهبرداری، خیانت در امانت، تبلیغات خلاف واقع، تقلب در فروش، دست‌کاری در قیمت بازار، قیمت‌گذاری تهاجمی، تبانی، سوء استفاده از موقعیت برتر، امتناع از فروش و مانند آن؛ ۲- نقض مقررات رقابت آزاد مانند اخلال در آزادی حراج و مزایده، ایجاد قیمت‌های کاذب و رقابت مکارانه و ۳- نقض قوانین و مقررات اقتصادی و اجتماعی و مالیاتی مانند کم‌فروشی، گران‌فروشی، احتکار، فعالیت‌های زیرزمینی، تقلب مالیاتی، تقلب گمرکی و فروش بدون فاکتور (لوکیو، ۲۰۱۲). بسترهای ارتکاب جرائم تزویرآمیز، ساختارها و ابزارهای فعالیت‌های اقتصادی مشروع مانند بخش‌های مالی، حوزه رقابت، بودجه، مصرف، مبادلات تجاری و مانند آنها است. این بسترها شرایط را برای سوء استفاده مرتکبان از موقعیت خود فراهم می‌کند.

نظریه فرهنگ مصرف: از نظر دوسرتو، فرهنگ عامیانه زندگی روزمره ناظر بر طرق مصرف محصولاتی است که توسط نظم اقتصادی مسلط به این مردم تحمیل می‌شود. زندگی روزمره دربردارنده احساسی از مصرف نظامی است که بدون این که به مصرف‌کنندگان تعلق داشته باشد، توسط دیگرانی ساخته شده و گسترش یافته است. زندگی روزمره زنان قلمروی است که در آن منافع متعارض جوامع سرمایه‌داری و در جامعه‌ی ایرانی، منافع متعارض گروه‌های فرادست از جمله سرمایه‌داران، به طور دائم به مبارزه کشیده می‌شود. مقاومت زنان در زندگی روزمره کردارهای ظریف و مزورانه‌ی آنان است. این نوع مقاومت آشکار نیست و نیازمند تفسیر کردارهای فرهنگی آنان است تا خود را عیان سازد. بسیاری از کردارهای زندگی روزمره زنان (مانند صحبت کردن، قدم زدن، خرید کردن و آشپزی) تاکتیک‌هایی از این راهبرد هستند. تاکتیک زنان بازی در زمینی است که به واسطه قواعد قدرتی بیگانه، تحمیل شده است (ابراهیمی و ضیاپور، ۱۳۹۱).

زنان در زندگی روزانه خود سعی در ارائه کردن تصویر مطلوبی از خود هستند و به نمایش جنبه‌ای از خود اقدام می‌کنند که بیشتر توسط دیگران پذیرفته می‌شود. از آنجا که «تصویر

مطلوب زنان از خود»، نزد جامعه با جنسیت‌های آن آمیخته است و در این تصویر، تصورات و انتظارات جنسیتی از بدن آنان نیز وجود دارد، بنابراین نمایش مطلوب از بدن بخش مهمی از نمایش «خود مطلوب زنان» در جامعه محسوب می‌شود. هنگامی که ارزش‌های جامعه درباره زنان بر زیبایی بدنی و چهره‌ی آنان تأکید دارد و مفاهیم زیبایی و لطافت با موجودیت زن تعریف می‌شود، طبیعی است که در نمای اجتماعی و شخصی زنان، نشانه‌های زیبایی و جنسی، اهمیت ویژه‌ای پیدا کند زیرا در بازنمودهای جمعی درباره اجزای زنان، تصورات جنسیتی از بدن زنان نقش بسته است. این ارزش جامعه که بر جنسیتی کردن بدن زنان دلالت دارند، صحنه‌ها را از پیش برای اجزای زنان انتخاب کرده‌اند. در مصرف، معناهای بی‌ابهامی که متناسب با سیاق باشد، فقط از معناهای پیش‌ساخته‌ای برمی‌خیزد که با قرارداد وضع شده باشد. ترکیب‌های تازه به واقع با هیچ سیاق مشخصی متناسب نیستند و معنای آن‌ها تعریف نشده و ناپایدار است. بنابراین، نظام اشیای مصرفی که نشانه‌شناسی آن را همچون تفاوت‌های رابطه‌ای می‌نگرد، و بودریار^۱ به چرخه مد تعبیر می‌کند، بنا به نظر مک‌کراکن بهتر است به مثابه رابطه‌ای الگومند دیده شود که بین کالاهای مصرفی و آن چیزی که او «وحدت دیدروبی» می‌نامد برقرار است و معناها، مد و مادیت اشیای مصرفی را گرد هم جمع می‌کند. کالاهای مصرفی با نوعی هارمونی کار می‌کنند تا یک کل منسجم و معنادار را بسازند. خریدن یک جفت کفش جدید، اگر لباس‌هایتان کهنه باشد، ناسازگاری به وجود می‌آورد، بنابراین زنی که کفش نو می‌خرد، ناچار است دامن نو، بلوز نو و دیگر لباس‌های متناسب با آن کفش را هم بخرد.

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت داده‌ها در زمره پژوهش‌های کمی است که با روش پیمایشی و به صورت مقطعی انجام شد. جامعه آماری پژوهش،

آرايشگاه‌هاي زنانه مناطق ۲ و ۹ شهر تهران بودند که تعداد آنها براساس آمار ارائه شده سازمان تعزيرات برابر ۱۰۴۷ واحد در سال ۱۳۹۹ بود. براساس فرمول کوکران و با احتمال خطای ۵ درصد، حجم نمونه به تعداد ۲۸۱ برآورد شد. با مراجعه به آرايشگاه‌ها، طی روزهاي مختلف هفته به مدت یک ماه، نمونه مورد نیاز با روش نمونه گيري اتفاقي در دسترس برگزيده شد. با تکیه بر مباني نظري پژوهش، استفاده از پژوهش‌هاي پيشين و مصاحبه با چند نفر از صاحب‌نظران، پرسشنامه محقق‌ساخته برای گردآوری داده‌ها طراحی شد.

جدول ۱. متغیرهای مستقل بر حسب گويه‌های پژوهش

نام متغیر / شاخص	گويه‌ها
عضلات بهداشتی	۱. از مواد شيميايي بی کیفیت استفاده می‌شود، ۲. از رنگ موی تاريخ گذشته استفاده می‌کنند. ۳. از دکله و مش‌هاي استفاده می‌کنند که مواد اوليه آن‌ها نامرغوب است. ۴. آرايشگران تخصص کافی ندارند. ۵. رعایت نکردن بهداشت فردی. ۶. در برخی آرايشگاه‌هاي زنانه فعاليت‌هاي زیر انجام می‌شود: ليزر، برداشت خال و زگیل، ماساژدرماني، ارائه رژيم‌هاي چاقی و لاغری، پيلينگ پوست، لنزهاي چشمی غيربهداشتی، تزریق ژل، کاشت ناخن، خالکوبی
عضلات اجتماعی و فرهنگی	۱. استفاده از آرايشگر مرد برای خدمات آرايشی به زنان، ۲. نداشتن آگاهی از احکام آرايش، ۳. استفاده از زيورآلات غيرمتعارف مثل کاشت نگین روی بينی، دندان، ابرو و مانند آن، ۴. دعوت دختران و زنان به شوهاي زیرزمینی، ۵. فالگیری
عضلات اقتصادی	۱. نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، ۲. اجرا نکردن ضوابط قیمت گذاری، ۳. گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحاديه)، ۴. صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات، ۵. نامشخص بودن گردش مالی

همچنين به منظور اعتباریابی ابزار، همزمان از روش‌هاي اعتبار سازه^۱ و اعتبار صوری^۲

استفاده شد که در آن میزان ارتباط بین ابزار سنجش با انتظارات و پیش‌بینی‌های چارچوب نظری تحقیق بررسی و مشخص شد که ابزار سنجش، به میزان مناسبی در انعکاس و اندازه‌گیری مفاهیم و پیش‌فرض‌های به کار رفته در نظریه موفق بوده است و در ادامه از نظرات اساتید متخصص برای تایید نهایی اعتبار پرسشنامه استفاده شد. همچنین، برای سنجش پایایی ابزار و مقیاس‌های استفاده شده، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برای هر مقیاس، به طور مستقل به ترتیب ۰/۷۳۸، ۰/۶۹۳ و ۰/۷۶۰ به دست آمد. با توجه به سطح سنجش متغیرهای مطالعه شده، در این پژوهش از آمارهای توصیفی (جدول توزیع فراوانی و میانگین) و آمارهای استنباطی (آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌ها

در پژوهش حاضر، تعداد ۲۸۱ نفر، با میانگین سنی ۳۶ سال، مطالعه شدند. میانگین تحصیلی زنان ۱۴/۶ سال بود. در واقع، بیشترین آنها در مقطع دیپلم و فوق دیپلم بودند. به عبارتی ۲۸/۵ درصد دارای مدرک دبیرستان و پایین‌تر، ۳۵/۵ درصد دیپلم و فوق دیپلم، ۳۱/۷ درصد دارای مدرک لیسانس و ۴/۳ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بودند. همچنین بیشترین افراد دارای سابقه خدمت ۱۰-۶ سال (۳۵ درصد) بودند.

جدول ۲. بررسی تاثیر عوامل مؤثر بر تخلفات آرایشگاه‌های زنانه

مدل	R	تعیین ضریب	F	سطح معناداری	Beta	t	sig
-----	---	------------	---	--------------	------	---	-----

عوامل مؤثر بر

تخلفات آرایشگاه‌های زنانه	۰/۸۱	۰/۶۴	۳۸/۱۳	۰/۰۰۰	۰/۶۰۱	۹/۰۷	۰/۰۰۰
---------------------------	------	------	-------	-------	-------	------	-------

براساس اطلاعات جدول ۲، ضریب همبستگی برای شکل‌گیری تخلفات اقتصادی، بهداشتی

و اجتماعی در آرایشگاه‌های زنانه از روی عوامل موثر بر آن، برابر $0/81$ و ضریب تعیین تعدیل شده مساوی $0/64$ به دست آمده است و نشان می‌دهد تا حدود 64 درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط استفاده از مواد شیمیایی بی‌کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی، استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان، ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری، نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی قابل تبیین است. سطح معناداری به دست آمده برای آزمون F برابر با $0/000$ است که کمتر از سطح معناداری $0/05$ است. بنابراین رابطه خطی بین متغیرها تایید می‌شود. بنابراین فرض صفر با سطح 99 درصد رد می‌شود. به عبارتی یعنی مدل مدنظر برازش خوبی دارد. استفاده از مواد شیمیایی بی‌کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی، استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان، ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری، نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی بر شکل‌گیری تخلفات اقتصادی، بهداشتی و اجتماعی در آرایشگاه‌های زنانه تاثیر معنادار دارند که سطح معناداری آن‌ها برابر با $0/000$ است که کمتر از سطح معناداری $0/05$ است. این بدین معنی است که به ازای یک واحد تغییر در متغیرهای مستقل، متغیر وابسته شکل‌گیری تخلفات اقتصادی، بهداشتی و اجتماعی در آرایشگاه‌های زنانه به اندازه ضریب بتای موثر متغیرهای مستقل تغییر خواهد کرد و این تغییر افزایشی خواهد بود.

جدول ۳. همبستگی و تحلیل واریانس بین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تخلفات اقتصادی در

آرایشگاه‌های زنانه

مدل	R	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معناداری
۱	۰/۵۳	۰/۲۸	۲۱/۷۹	۰/۰۰۰

براساس اطلاعات جدول ۳، ضریب همبستگی برای تخلفات اقتصادی از روی نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی برابر ۰/۵۳ و ضریب تعیین تعدیل شده مساوی ۰/۲۸ به دست آمده است و نشان می‌دهد تا حدود ۲۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی قابل تبیین است. سطح معناداری به دست آمده برای آزمون F، برابر با ۰/۰۰۰ است که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است. بنابراین رابطه خطی بین متغیرها تایید می‌شود. بنابراین فرض صفر با سطح ۹۹ درصد رد می‌شود. به عبارتی مدل مدنظر برازش خوبی دارد.

جدول ۴. ضرایب متغیر وارد شده بر معادله رگرسیون

سطح معناداری	مدل	ضریب‌های غیر استاندارد		ضریب‌های استاندارد	
		B	انحراف استاندارد	بتا	T
عدد ثابت		۰/۸۳	۰/۲۴		۶/۶۱
نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب		۰/۶۹	۰/۱۸	۰/۲۳	۴/۵۶
اجرا نکردن ضوابط		۰/۲۹	۰/۷۴	۰/۳۰	۵/۲۴

قیمت گذاری					
گرافروشی	۰/۴۶	۰/۳۲	۰/۳۲	۵/۰۹	۰/۰۰۰
صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات	۰/۱۰	۰/۶۳	۰/۱۹	۴/۳۳	۰/۰۰۰
نامشخص بودن گردش مالی	۰/۲۲	۰/۵۰	۰/۴۱	۷/۱۱	۰/۰۰۰

متغیرهای نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرافروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی بر تخلفات اقتصادی آرایشگاه‌های زنانه ضریب تاثیر معنادار دارند. سطح معناداری آن‌ها برابر با ۰/۰۰۰ است که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است. این بدین معنی است که به ازای یک واحد تغییر در متغیرهای نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرافروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی، متغیر وابسته به اندازه ضریب بتای موثر متغیرهای مستقل تغییر خواهد کرد.

جدول ۵. همبستگی و تحلیل واریانس بین عوامل موثر بر شکل‌گیری تخلفات بهداشتی در

آرایشگاه‌های زنانه

مدل	R	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معناداری
۱	۰/۴۰	۰/۲۰	۲۴/۰۹	۰/۰۰۰

براساس اطلاعات جدول ۵، ضریب همبستگی برای تخلفات بهداشتی از روی استفاده از مواد شیمیایی بی‌کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی برابر ۰/۴۰ و ضریب تعیین تعدیل شده مساوی ۰/۲۰ به دست آمده است و نشان می‌دهد تا حدود ۲۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط استفاده از مواد شیمیایی بی‌کیفیت و تبدیل

آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی قابل تبیین است. سطح معناداری به دست آمده برای آزمون F، برابر با ۰/۰۰۰ است که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است و رابطه خطی بین متغیرها تایید می‌شود. بنابراین فرض صفر با سطح ۹۹ درصد رد می‌شود. یعنی مولفه بر استفاده از مواد شیمیایی بی کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی قدرت تبیین شکل‌گیری تخلفات بهداشتی آرایشگاه‌های زنانه را دارد، پس می‌توان از آزمون رگرسیون استفاده کرد. به عبارتی یعنی مدل مدنظر برازش خوبی دارد.

جدول ۶. ضرایب متغیر وارد شده بر معادله رگرسیون

سطح معناداری	T	ضریب‌های غیر استاندارد		مدل
		ضریب‌های استاندارد	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۵/۱۳	۰/۱۲	۰/۸۶	عدد ثابت
۰/۰۰۰	۴/۰۰	۰/۳۹	۰/۳۹	استفاده از مواد شیمیایی بی کیفیت
۰/۰۰۰	۶/۰۶	۰/۵۱	۰/۲۱	تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی

استفاده از مواد شیمیایی بی کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی بر شکل‌گیری تخلفات بهداشتی ضریب تاثیر معنادار دارند. که سطح معناداری آن‌ها برابر با ۰/۰۰۰ است که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است. این بدین معنی است که به ازای یک واحد تغییر در متغیرهای استفاده از مواد شیمیایی بی کیفیت و تبدیل آرایشگاه به فروشگاه و کلینیک بهداشتی - درمانی، متغیر وابسته به اندازه ضریب بتای موثر متغیر مستقل تغییر خواهد کرد و این تغییر افزایشی خواهد بود.

جدول ۷. همبستگی و تحلیل واریانس بین عوامل موثر بر شکلگیری تخلفات اجتماعی در

آرایشگاه‌های زنانه

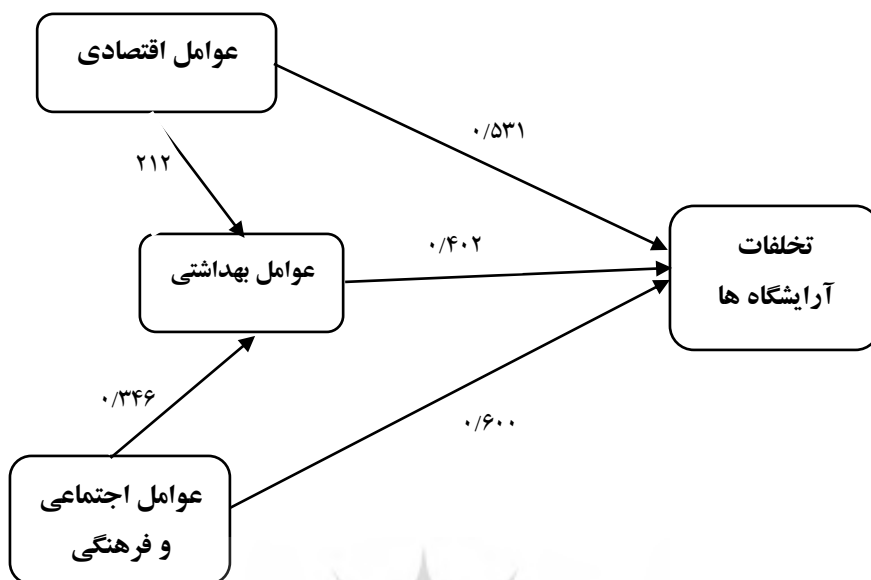
مدل	R	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معناداری
۱	۰/۶۰	۰/۳۶	۱۰/۹۵	۰/۰۰۰

براساس اطلاعات جدول ۶، ضریب همبستگی برای شکل‌گیری تخلفات اجتماعی از روی استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان، ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری برابر ۰/۶۰ و ضریب تعیین تعدیل شده مساوی ۰/۳۶ به دست آمده است و نشان می‌دهد تا حدود ۳۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان، ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی و فالگیری قابل تبیین است. سطح معناداری به دست آمده برای آزمون F، برابر با ۰/۰۰۰ است که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است. بنابراین رابطه خطی بین متغیرها تایید می‌شود و فرض صفر با سطح ۹۹ درصد رد می‌شود. یعنی استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان، ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی و فالگیری قدرت تبیین متغیر وابسته شکل‌گیری تخلفات اجتماعی را دارد، پس می‌توان از آزمون رگرسیون استفاده کرد و به عبارتی مدل مدنظر برازش خوبی دارد.

جدول ۸. ضرایب متغیر وارد شده بر معادله رگرسیون

سطح معناداری	ضریب‌های استاندارد		ضریب‌های غیر استاندارد		مدل
	T	بتا	انحراف استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۳/۰۰		۰/۸۵	۰/۸۴	عدد ثابت
۰/۰۰۰	۵/۴۴	۰/۱۹	۰/۹۹	۰/۱۵	استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان
۰/۰۰۰	۳/۹۴	۰/۱۸	۰/۳۸	۰/۱۹	ضعف آگاهی از احکام آرایش
۰/۰۰۰	۹/۷۸	۰/۳۸	۰/۲۳	۰/۳۷	استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان ابرو دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی
۰/۰۰۰	۵/۳۵	۰/۱۷	۰/۵۶	۰/۳۰	دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی
۰/۰۰۰	۷/۰۶	۰/۲۵	۰/۲۰	۰/۲۶	فالگیری

استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری بر شکل‌گیری تخلفات اجتماعی ضریب تاثیر معنادار دارند. که سطح معناداری آن‌ها برابر با ۰/۰۰۰ است که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است. این بدین معنی است که به ازای یک واحد تغییر در متغیرهای استفاده از آرایشگر مرد برای خدمات آرایشی به زنان، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری، متغیر وابسته به اندازه ضریب بتای موثر متغیرهای مستقل تغییر خواهد کرد و این تغییر افزایشی خواهد بود.



مدل ۱. عوامل مؤثر بر شکل گیری تخلفات آرایشگاه‌های زنانه

بحث و نتیجه گیری

از یافته‌های مهم پژوهش حاضر این است که استفاده از مواد شیمیایی بی کیفیت، نداشتن آگاهی از احکام آرایش، استفاده از زیورآلات غیرمتعارف مثل کاشت نگین بر روی بینی، دندان، ابرو، دعوت دختران و زنان به شوهای زیرزمینی، فالگیری، نصب نکردن نرخ‌نامه مصوب، اجرا نکردن ضوابط قیمت‌گذاری، گرانفروشی (دریافت وجه از مشتری بیش از میزان مندرج در نرخ‌نامه اتحادیه)، صادر نکردن فاکتور برای ارائه خدمات و نامشخص بودن گردش مالی بر شکل‌گیری تخلفات اقتصادی در آرایشگاه‌های زنانه مناطق ۲ و ۹ تهران مؤثر بوده است. این نتایج با نتایج آقارلی، اشرفیان امیری، میرزایی و جعفریان (۱۳۹۸) و درگاهی و امیریان (۱۳۹۲) همسو است.

همچنین نتایج پژوهش حاضر، حاکی از معیارهای زیبایی که در هر دوره متغیر است، بیشتر به خاطر فروش محصولات و کالاهای تجاری مربوط به آرایش و مد در دنیای سرمایه‌داری

بوده است. ایولین رید^۱ معتقد است که سه دسته سودجو وجود دارند که از توده زنان بهره‌ها برده‌اند. آنها با زبان بازی و فریب‌کاری خود زنان را وادار کرده‌اند که در جستجوی زیبایی، پول خود را به جیب‌شان سرازیر کنند؛ آنهایی که با دستکاری در بدن زنان می‌خواهند آن را به اندازه استاندارد و مد پسند در آورند. آنهایی که پوست و این اندام دستکاری شده را با لوازم آرایش، رنگ‌ها، لوسیون‌ها، عطرها و مانند آنها می‌آیند یا رنگ‌آمیزی می‌کنند.

همچنین تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که آنچه در جامعه به‌عنوان یک واقعیت دیده می‌شود این است که بخش عمده تغییر الگوی آرایش در جامعه ما توسط «آرایشگاه‌های زنانه» صورت می‌گیرد. عملکرد غیرمجاز و مخالف با مبانی جمهوری اسلامی ایران از سوی برخی از آرایشگاه‌های زنانه در حوزه فرهنگ جای تأمل دارد زیرا اگر عاملی بازدارنده در مقابلشان نباشد؛ چه بسا فعالیت‌هایشان گسترده‌تر شده و معضل‌آفرینی کنند. براساس باور و مسئله دانستن این معضل، سازمان تعزیرات حکومتی به منظور احیاء حقوق مصرف‌کننده، «نظارت و ساماندهی آرایشگاه‌های زنانه» را در پژوهش‌های خود مدنظر قرار داده است. شدت و تاثیر جرائم موجود در صنف آرایشگاه‌های زنانه شهر تهران بسیار متنوع بوده و این تنوع ناشی از گستردگی شهر از نظر مسافت، قومیت، طبقات مالی و فرهنگی و مانند آن است. مشخص نبودن نوع فعالیت به صورت خاص، شفاف نبودن بهای خدمات به صورت تفکیکی و خاص و نبود نظارت بر حسن اجرای فعالیت از طرف نهادهای نظارتی و اجرایی و همچنین ابهام در هریک از این موضوعات، زمینه را برای بروز تخلف فراهم می‌کند که به طور معمول ابهامات باعث افزایش هزینه‌های این نوع فعالیت اقتصادی شده که همه بار آن بر دوش مشتری است. بخشی از این هزینه را مشتری به صورت افزایش بها و نرخ خدمات به صورت مستقیم و بخشی را به صورت کاهش کیفیت خدمات از قبیل استفاده از مواد نامرغوب توسط آرایشگاه در قالب بیماری و عوارض بدنی پرداخت می‌کند. در این فضای غبارآلود زمینه برای سودجویی برخی آرایشگاه‌ها در قالب ارائه خدمات

نامتعارف و غیرقانونی به صورت زیرزمینی فراهم می‌شود که تأثیرات منفی آن علاوه بر مشتری که امکان ارائه شکایت و دستیابی به حقوق تضييع شده ندارد، بار فرهنگی سنگینی بر دوش جامعه گذاشته که در طولانی مدت باعث خسارت‌های جبران‌ناپذیری به فرهنگ و ایجاد ناهنجارهای اجتماعی می‌شود. در آرایشگاه‌های زنانه علاوه بر آرایشگری، خدمات دیگری نظیر عرضه و فروش لباس، لوازم آرایشی، آتلیه عکاسی و همچنین خدمات بهداشتی - درمانی، نظیر لیزر، برداشت خال و زگیل، لایه‌برداری، ماساژ درمانی، ارائه رژیم چاقی و لاغری، لیزر درمانی، پیلینگ پوست، لنزهای چشمی غیربهداشتی، سولاریوم، کاشت مو، کاشت ناخن، بوتاکس، تزریق ژل، تاتو و مانند آن انجام می‌گیرد و از جمله تخلفاتی است که برخی آرایشگاه‌ها در سایه فعالیت اصلی‌شان انجام می‌دهند که به عنوان تداخل در صنوف دیگر است. براساس یافته‌های پژوهش برخی پیشنهادها ممکن است راهگشا باشد از جمله این‌که:

۱۱۳

- نرخ‌نامه آرایشگاه‌ها در مناطق مختلف متفاوت تعیین شود زیرا یکسان‌سازی نرخ‌ها یکی از دلایل تخطی در درج نرخ‌نامه یا صدور فاکتور است.
- افزایش تعداد بازرسان برای مراجعه منظم ادواری (از نظر زمانی)، بازرسی از واحدهای صنف آرایشگران به صورت ادواری و گردشی و نیز جابجایی بازرسان با توجه به حوزه استحفاظی برای جلوگیری از بروز مشکلات و تبانی با آرایشگران.
- کلیه محصولات آرایشی - بهداشتی آرایشگاه‌های زنانه باید از مراکز معتبر بوده و برای خرید کلیه محصولات فاکتور معتبر صادر شود تا به هنگام مراجعه بازرسان در اختیار آنان قرار گیرد.
- هر واحد صنفی (آرایشگاه زنانه) علاوه بر نیاز به افراد متخصص، به تجهیزات کامل

- و بهداشتی نظیر دستگاه اتوکلاو^۱ برای استریل کردن تجهیزات نیازمند است؛ زیرا نقصان در هر دو حوزه، باعث آسیب‌های جدی به مشتریان می‌شود.
- اتحادیه‌های آرایشگاه‌های زنانه مطابق با قانون نظام صنفی، هر نوع همایش – دوره کوتاه مدت آموزشی – سمینار را فقط از طریق هماهنگی و دریافت مجوز از اداره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای برای آرایشگرانی که دارای مدرک و گواهینامه از سازمان فنی و حرفه‌ای هستند، با هدف بروزرسانی اطلاعات آرایشگران توسط مربیان رسمی سازمان یادشده در شهرها برگزار کنند.
- نصب گواهینامه‌های تخصصی – هنری صادره از موسسه‌های دارای صلاحیت در سالن‌های آرایش به منظور اطلاع‌رسانی و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان (مشتریان) برای آگاهی آنان از توانمندی و تخصص‌های ویژه آرایشگران زن در ارائه خدمات آرایشی.
- به منظور حمایت، تشویق و ترغیب آرایشگران برتر و ممتاز که تلاش وافر برای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان داشته‌اند، گواهینامه یا تندیس ملی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به آنها اعطاء شود.

۱. این دستگاه با تابش اشعه یو وی در مدت کوتاه، کلیه وسایل اعم از اشیا فلزی و غیر فلزی شامل موچین، قیچی، دسته تیغ، شانه، برس رنگ و ظروف را با روشی بسیار ساده استریل می‌کند. پیش از آن آرایشگران برای استریل کردن لوازم آرایشی ملزوم به استفاده از چراغ الکی بودند که هم اکنون نیز در برخی آرایشگاه‌ها وجود دارد.

منابع

آزاد، ویدا و طاهری، مرضیه. (۱۳۹۵). چگونگی شکل‌گیری تخلفات و ساماندهی و نظارت بر آرایشگاه‌های زنانه شهر تهران. طرح پژوهشی وزارت دادگستری، امور زنان و خانواده سازمان تعزیرات حکومتی.

ابراهیمی، قربانعلی و ضیاپور، آر.ش. (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن: مطالعه تجربی جوانان شهر گیلان غرب. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۳(۴۵)، صص ۱۲۵-۱۴۸. قابل بازیابی از: https://jas.ui.ac.ir/article_18255.html

اسمعیل‌زاده سالستانی، مریم و عباداللهی چندانق، حمید. (۱۳۹۴). مصرف نمایشی بدن زنان در مناسک تعامل: مطالعه موردی زنان شهر رشت. اولین همایش بین‌المللی نوآوری و تحقیق در هنر و علوم انسانی. استانبول، موسسه سفیران فرهنگی مبین.

آقاری، زهرا؛ اشرفیان امیری، حسن؛ میرزایی، محسن و جعفریان، سمیه. (۱۳۹۸). بررسی وضعیت بهداشت محیط برخی از اماکن عمومی شهرستان بابل طی سال‌های ۹۵-۱۳۹۴: یک گزارش کوتاه. *مجله علوم پزشکی زانکو*، ۱۷(۴)، صص ۳۷۷-۳۸۴. قابل بازیابی از: http://journal.rums.ac.ir/browse.php?a_id=4220&sid=1&slc_lang=fa&html=1

درگاهی، عبدالله؛ امیریان، طاهره و درگاهی، علی. (۱۳۹۲). بررسی وضعیت بهداشتی آرایشگاه‌های زنانه و مردانه شهر سنقر در سال ۹۱-۹۲. شانزدهمین همایش ملی بهداشت محیط. دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی تبریز.

خانم‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۵). *بیانات در نشست آسیب‌های اجتماعی*. ۱۷ فروردین ۱۳۹۵.

صدیق‌سروستانی، رحمت‌الله. (۱۳۸۳). *آسیب‌شناسی اجتماعی*. تهران: انتشارات آن.

لولویی، مهشید؛ دهقان، عزیزالله؛ ابراهیمی، بهناز و آفرین، سمیرا. (۱۳۹۲). وضعیت بهداشت محیط آرایشگاه‌های زنانه شهر کرمان سال ۱۳۹۱. شانزدهمین همایش ملی بهداشت محیط. دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی تبریز.

ولد، جرج برایان. (۱۳۸۰). *حیرت‌ناشی نظری*. علی شجاعی، مترجم. تهران: انتشارات سمت.

ویلیامز، فرانک و پی، مک شین و ماری، لین ری. (۱۳۸۳). *نظریه‌های جامعه‌شناسی جرم*. حمیدرضا ملک محمدی، مترجم. تهران: نشر میزان.

قانعیان، محمدتقی؛ مهرپرور، امیرهوشنگ؛ جاسمی‌زاده، طاهره؛ منصوری، فاطمه و زارع، فریبا. (۱۳۹۱). بررسی میزان آگاهی، نگرش و عملکرد آرایشگران زن شهر یزد نسبت به بیماری‌های شغلی مرتبط با حرفه آرایشگری. *فصلنامه علمی تخصصی طب کار*، ۶(۲)، صص ۵۴-۶۴. قابل بازیابی از: <http://tkj.ssu.ac.ir/article-1-357-fa.html>

Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction, A social critique of the judgment of taste*. Routledge Cambridge Un.

- Bukodi, E. (2007). Social stratification and cultural consumption in Hungary: Book readership. *Poetics*, 35(2-3), pp 112-131. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2007.03.001>
- Campbell, C. (1997). *The Romantic Ethic and Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Pegoraro, Locio. (2012). *Comparación Juridica y USO externo de las otras ciencias*. Revista Juridica Advances.
- Tzafettas, M. (2009). The relationship between friendship factors, body-image concern and restrained eating. A study on Greek female adolescents and young adults. *Aristotle University Medical Journal*, 36(2), pp 53-64. Retrieved from: <https://ejournals.lib.auth.gr/aumj/article/view/4735/4834>



