
بصری شدن منزلت زنانه و مدیریت بدن (مورد مطالعه: زنان مراجعه کننده به مراکز زیبایی در شهر بندرعباس)

تاریخ تأیید: ۹۶/۷/۲۸

تاریخ دریافت: ۹۶/۳/۱۷

یاسر رستگار

استادیار دانشگاه هرمزگان - yaser.rastegar62@gmail.com

ابراهیم اخلاصی

استادیار دانشگاه علامه طباطبائی - eb.ekhlasi@gmail.com

لیلا گلشنی خجسته

کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی هرمزگان - leilagolshany@yahoo.com

چکیده

بدن فراتر از بعد زیستی آن، یک عنصر فرهنگی است که در ذهن کنشگران اجتماعی، معانی متفاوتی را از آن خود کرده است. کنشگران اجتماعی حسب نوع تفسیری که از بدن دارند، آن را مدیریت می کنند. پژوهش حاضر در پی کشف دلایل اهمیت یافتن مدیریت بدن در زنان، با درپیش گرفتن رویکرد کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیری است. داده های میدانی از طریق انجام ۲۲ مصاحبه عمیق با زنان مراجعه کننده به آرایشگاه ها و مراکز زیبایی در شهر بندرعباس گردآوری شده اند. تحلیل مضمونی داده ها نشان می دهد چرایی اهمیت مدیریت بدن در زنان مورد مطالعه بر حسب مضمون نهایی «بصری شدن منزلت» می تواند به تصویر کشیده شود. مضمون اخیر حاصل تجرید مضامین کلی «به تعویق انداختن پیری»، «کسب آرامش و نشاط»، «اصالت یافتن ظاهر»، «تمایز طلبی»، «پذیرش اجتماعی» و «زیبایی شناختی شدن بدن» است. به نظر می رسد تنظیم بدن برای دیده شدن در فضای عمومی در دسترس ترین شیوه به

دست آوردن منزلت برای زنان مورد مطالعه است. بر همین اساس، در پی بصری شدن نشانگان منزلت آفرین، تغییر در ظاهر بدن با ایجاد تغییر در منزلت زنان همراه می‌شود.

واژه‌های کلیدی:

بدن، مدیریت بدن، جامعه‌شناسی بدن، بصری شدن منزلت، زنان، فرهنگ مصرفی.

مقدمه و طرح مسئله

بدن انسان در طی سال‌های اخیر به یک موضوع اساسی و مهم در جامعه‌شناسی تبدیل شده است. اکنون اهمیت بدن، نه تنها در تحقیق تجربی، بلکه در تئوری‌پردازی‌های جامعه‌شناختی نیز واضح و آشکار شده است (Howson & Inglis, 2001, p.297). صورت، زیبایی و بدن جسمانی از جمله مقوله‌هایی هستند که حداقل تا همین اواخر و در یک مقیاس گسترده از سوی جریان اصلی جامعه‌شناسی نادیده گرفته شده‌اند (Synnot, 1990, p.66-67). بدن منحصراً یک هستی زیست‌شناسی و روانی صرف نیست؛ بلکه پدیده‌ای است که طی فرایندهای اجتماعی دست‌کاری و برساخته می‌شود. در واقع طی دهه‌های اخیر بدن به شدت از سطح فیزیولوژیک فراتر رفته و معنایی کاملاً فرهنگی به خود گرفته است؛ به گونه‌ای که برخی بر این باورند که بدن به خودی خود یک فرهنگ قلمداد می‌شود (Grogan, 2000). همچنین بدن وجه مهمی از فرهنگ عمومی، ارزش‌ها و شیوه زندگی ساکنان یک سرزمین را آشکار می‌کند؛ نباید تجربه‌های بدنی را تنها در جوهره فردی آن نگریست. این تجربه‌ها دلالت‌های آشکاری برای تنظیم روابط و تعاملات اجتماعی دارند و نشانه‌ها و علائمی از نظم را نیز در خود نهفته دارند. بدن، محمل اصلی تجربه‌ها و تعامل‌های روزمره افراد و بستر مهم تولید، نمایش و مشارکت در فرهنگ عامه‌پسند است. یکی از وجوه توجه جامعه‌شناسان به موضوع بدن، نقش آن در شکل‌گیری و آشکار شدن هویت انسان است. انسان‌ها به واسطه دستاوردها و تولیدات یا نوع مصرفشان، هویت خود را می‌سازند و ابراز می‌کنند. از میان این ظواهر، بدن به منزله مستقیم‌ترین و دردسترس‌ترین قرارگاهی که می‌تواند حامل و نمایشگر تفاوت‌های شیوه زندگی و شکل‌های هویت باشد، اهمیت اساسی می‌یابد و بدین سان، جسم به یک اصل هویتی بدل می‌شود. پرداختن نظام‌مند به آداب

مدیریت و حرکات بدن در متن زندگی روزمره، به ویژه در کلان شهرها، اطلاعات ارزنده‌ای را در زمینه پویایی‌های فرهنگی به دست داده و به ردیابی تأثیرات فرهنگی و غیر فرهنگی داخلی و خارجی بر آن و شناسایی گفتمان‌های مهم بر سازنده هویت اجتماعی کمک می‌کند (ذکایی، ۱۳۹۱، ص ۱۵-۱۴). در مجموع با عنایت به موارد یادشده می‌توان گفت بدن زمینه مناسبی برای ابراز هویت و نمادی از شخصیت فرد به شمار می‌رود. کنترل و مدیریت بدن و همچنین توجه به ترکیب، آراستن ظاهری و بیرونی آن، ابزاری است که به افراد امکان می‌دهد روایت مشخصی از هویت شخصی را حفظ کنند و آن را در معرض تماشای دیگران قرار دهند (ذکایی، ۱۳۸۶، ص ۱۲۳).

اهمیت موضوع بدن زمانی پررنگ‌تر می‌شود که نقش «جامعه مصرفی» و «مصرف گرایی» را نیز وارد معادله کنیم. ذیل مناسبات مصرف، بدن به عرصه‌ای تبدیل می‌شود که افزون بر هویت شخصی می‌تواند نمایانگر سبک‌های زندگی نیز باشد. همچنین محوریت عنصر «جنسیت» در توجه صورت گرفته به بدن در جامعه مصرفی شایان توجه است. زنان همواره در مقایسه با مردان توجه بیشتری به بدن خود داشته‌اند. آنان پول، زمان، تلاش و انرژی هنگفتی را صرف می‌کنند تا ظاهرشان را از طریق فعالیت‌های گوناگون همچون لباس پوشیدن، سبک‌های آرایش مو، آرایش صورت، رژیم گرفتن و ورزش به شکل آرمانی در آورند (احمدنیا، ۱۳۸۵). جسم و بدن، نه تنها انسان‌ها را در سطح خرد، از یکدیگر متمایز می‌کند؛ بلکه در سطح کلان نیز عامل تفکیک اجتماعی میان آنهاست. جسمانیت همچنین در چگونگی توزیع منابع و فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد و زمینه نابرابری، محرومیت و تبعیض را فراهم می‌کند (جواهری، ۱۳۸۷، ص ۳۸). توجه دوباره به بدن و رواج آن در جامعه‌شناسی دو دهه اخیر، مباحث گسترده‌ای را درباره موضوعاتی همچون هویت، جنبش‌های اجتماعی، فرهنگ مصرفی، سبک زندگی، اخلاق و نیز در حیطه نظریه پردازی اجتماعی برانگیخته است؛ به گونه‌ای که به موازات کاربرد استعاره‌هایی مانند بازگشت به فرهنگ یا بازگشت به زبان می‌توان از استعاره «جامعه بدنی» (Somatic Society) یا «عصر بدن» (Somatic turn) نیز سخن به میان آورد. در سطح ساختاری و ارزشی می‌توان مصادیق ناظر به اهمیت و جایگاه ارتقایافته بدن و «بدنی شدن فرهنگ» را به ویژه در نسبت با زنان و جوانان برشمرد؛ از آن جمله می‌توان به رشد فناوری‌های سلامت، تغذیه و ورزش، صنعت زیبایی و مد، افزایش علاقه به جوانی، اولویت یافتن مصرف، فردگرایی فزاینده، توجه به

تمایز و سبک زندگی، تجسد یافتگی فرهنگ (Cultural embodiment) به ویژه با تأکید بر بدن زیبا و جوان و اهمیت یافتن فرهنگ عامه پسند اشاره کرد. بدین سان، فرهنگ بدن را باید نظر گاهی دانست که به کمک آن می توان تحولات فرهنگی و روند آن را ارزیابی کرد. بدن به منزله عرصه ای برای بازآفرینی فرهنگی و اجتماعی، روشنگر روابط قدرت است و چگونگی تأثیر گذاری قدرت بر تفاوت ها و نابرابری های اجتماعی را نشان می دهد (ذکایی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۸). در چند دهه اخیر، سه مضمون اصلی در مباحث جامعه شناسی، مشتمل بر «اهمیت فزاینده مفهوم خود در نظریه های اجتماعی نوین»، «تغییر شالوده اجتماعی هویت از حوزه تولید به مصرف» و «تأملی شدن هویت ها» بدن آدمی را به موضوع نظریه و پژوهش اجتماعی مبدل کرده است (چاوشیان و ارمکی، ۱۳۸۱).

ضرورت پژوهش جامعه شناسانه درباره وجه گوناگون بدن و تعیین نوع نسبت متصور آن با متغیرهای خرد و کلان اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی با عطف توجه به مقوله هایی همچون تغییر الگوهای فرهنگی، سبک زندگی و تأثیر آن بر بدن (به ویژه بدن زنان)، قرار گرفتن بدن به صورت جزئی از بازتابندگی دنیای امروز و ارتباط تنگاتنگ بدن با زندگی و فرایندهای هویت سازی زنان آشکار می شود. در این راستا می توان گفت تغییرات اصلی فرهنگی، اجتماعی و فناورانه، بدن را به ابژه ای برای افراد به ویژه زنان و دختران مبدل کرده است. مصرف بیش از سطح استاندارد جهانی لوازم آرایشی و زیبایی در ایران گواه اهمیت یافتن بدن در میان زنان و دختران ایرانی است. اگرچه آمارهای فراوانی در زمینه مصرف لوازم آرایشی و بهداشتی زنان ایرانی منتشر می شود و بیشتر اطلاعات مطرح شده غیررسمی و پراکنده اند - با این وجود - به استناد یکی از مهم ترین آمارهای منتشر شده در مجله جهان زیبایی خاورمیانه (beautyworldme.com)، ایران - پس از عربستان - دومین کشور مصرف کننده لوازم آرایشی در خاورمیانه و هفتمین مصرف کننده این اقلام در جهان معرفی شده است.

توجه و سواس گونه افراد به ویژه زنان و دختران، به مدیریت بدن که در پی برساخت غیرمسبوق به سابقه معیارهای زیبایی، جوانی، تناسب اندام، لاغری و مانند آن محقق شده است، از دیدگاه های گوناگون درخور مسئله یابی، تحلیل و تعلیل است. برای نمونه مدیریت فراگیر بدن - آن گونه که اکنون به استناد شواهد و قراین فراوان شاهد آن هستیم - می تواند همچون یکی از مصادیق اصلی شکاف میان «فرهنگ موجود» و «فرهنگ

آرمانی» مطالعه شود. به نظر می‌رسد جهت‌گیری کلی حاکم بر فرهنگ موجود را می‌توان بر عرفی شدن وجوه گوناگون زندگی فردی و اجتماعی حمل کرد. این جهانی شدن فرهنگ، قرین با لوازم و نتایج فراوان، از جمله مبهم شدن مرز میان عرصه خصوصی و عمومی افراد، در نسبت با نوع بازنمایی آنان از بدن بوده است؛ این در حالی است که حسب آموزه‌های دینی و نیز متأثر از ساختارهای اجتماعی و قانونی جامعه ایران، بر حضور اجتماعی زنان به صورت فراجنسیتی - و صرف نظر از پرداختن به وجوه خاص جسمانی و زیبایی‌شناختی زنانه - تأکید می‌شود. ذیل شکاف یادشده، پاره‌ای کارکردهای منفی همچون کاهش روابط میان گروهی ناشی از تضاد هنجاری، اختلال نمادی و تضعیف تعهدات جمعی شایان ذکرند (چلبی، ۱۳۸۴، ص ۳۲-۳۳). سرانجام اینکه بیشتر مقاله‌ها و یادداشت‌های کارشناسان در رسانه‌ها، مبتنی بر نگاه آسیب‌شناختی به پدیده مدیریت بدن، توجه به کارکردهای منفی مصرف لوازم آرایشی، همچون پیامدهای خطرناک بهداشتی، آثار ناگوار بر سلامت، رشد قاچاق و هدررفت سرمایه بوده است.

مجموع مباحث یادشده ناظر به این معناست که علاقه تجاری، نمایشی و آرایشی به بدن در جامعه مصرفی دربردارنده موضوعیت یافتن مدیریت بدن در قالب انواع رویه‌های آرایشی و پزشکی زیباشناسانه بوده است. بر خلاف رویکردهای آسیب‌شناسانه، رویکرد حاکم بر پژوهش پیش‌رو ماهیتی تفسیری و استفهامی دارد. مقاله حاضر در تلاش است از نگاه تفسیری و درون‌نگر، اهمیت یافتن مدیریت بدن را از نگاه زنان مراجعه کننده به مراکز زیبایی در شهر بندرعباس - به عنوان یکی از گروه‌های کنشگران اصلی درگیر با این پدیده - مطالعه و بررسی کند. شمار فراوان آرایشگاه‌ها در بیشتر گذرها و خیابان‌ها و نیز استقبال فزاینده زنان از خدمات زیباشناختی معطوف به بدن، همچنین تراکم متقاضیان زن در باشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی و بدن‌سازی، مطب‌های متخصصان تغذیه و جراحان زیبایی، همگی از جمله واقعیت‌هایی هستند که میزان توجه زنان به وجوه گوناگون مدیریت بدن را نشان می‌دهند. هدف اصلی نوشتار پیش‌رو رسیدن به یک مفاهمه عمیق‌تر درباره چیستی و چرایی اهمیت یافتن بدن، به مثابه یک پدیده فرهنگی - اجتماعی است. با عنایت به موارد یادشده، مطالعه حاضر در پی کشف و شناسایی معنا و نیز دلالت‌های برخاسته از مدیریت بدن در میان افراد است. دستیابی به این هدف در قالب ارائه پاسخ‌های تفسیری به پرسش پژوهشی ذیل محقق خواهد شد.

زنان مراجعه کننده به مراکز زیبایی در شهر بندرعباس، بدن خود را چگونه فهم، معنا و تفسیر می کنند؟

مرور مطالعات پیشین

در پژوهشی با عنوان «مطالعه‌ای کیفی درباره‌ی تصویر بدن در میان نونهالان دختر و پسر؛ مطلوبات جنسیتی و تأثیرات اجتماعی فرهنگی» (Tatangelo and Ricciardelli, 2013)، وضعیت‌های بدنی آرمانی مطلوب در میان ۶۸ دختر و پسر هشت تا ده‌ساله در نسبت با زمینه‌هایی چون رسانه و گروه همسالان نوجوان و با استفاده از راهبرد نظریه‌ی زمینه‌ای مطالعه و بررسی شده است. بر پایه‌ی یافته‌های مطالعه، تناسب اندام، یک عنصر بنیادین در ساخت وضعیت بدنی مطلوب گروه مورد مطالعه است. پسرها بیشتر بر ورزش تأکید داشته‌اند و این تصویر توسط همسالان تقویت شده است. برای دختران، زیبا به نظر رسیدن مهم‌ترین مضمون بوده و این معنا به واسطه‌ی گفت‌وگو با همسالان و دنبال کردن زندگی خوانندگان و بازیگران زن تشدید شده است. گیل و همکارانش (Gill and et al, 2005) در پژوهشی با عنوان «پروژه‌های بدن و تنظیم مردانگی هنجاری» طی مصاحبه با ۱۴۰ مرد جوان انگلیسی، در پی تحلیل اظهارات آنان درباره‌ی بدن‌هایشان و اعمال مرتبط با بدن برآمده‌اند. تأکید خاص این مطالعه بر فعالیت‌های بدنی و انواع دست‌کاری‌های بدن، همچون حضور در باشگاه، تاتو کردن، سوراخ کردن بدن و جراحی زیبایی بوده است. در پژوهش یادشده نویسندگان بحث خود را فراتر از مفاهیم مرتبط به دست‌کاری بدن، ارتقا داده و درباره‌ی ماهیت هویت‌های تجسم‌یافته‌ی بدن مردان بحث کرده‌اند. بنا بر اظهارات مصاحبه‌شوندگان، مردان بیش از آنکه به پوست و ماهیچه‌ی خود اشاره کنند، غالباً به گونه‌ای از کلیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی‌ای را که خودشان را ذیل آن بازنشاسایی می‌کردند، اشاره - داشتند. در حقیقت بدن آنان بیشتر از دیدگاه کارکردهای هویتی، در قیاس با کارکردهای فیزیولوژیک و زیست‌شناختی، دچار تغییر شده بود. بیشتر مقوله‌های کشف‌شده در این پژوهش عبارت بودند از: متفاوت بودن (تمایزطلبی)، بدن مستقل و فردی‌شده، کنار گذاشتن بطالت و بیهودگی، خود غیرسواسی (unobsessional self) و عزت‌نفس. در تحلیل پژوهشگران به گونه‌ای فردگرایی فراگیر (pervasive individualism) و گسترده در گفتمان‌های مردان جوان، همچنین نبود شیوه‌های جایگزین برای معنادار کردن تجربه‌های مبتنی بر بدن اشاره شده است.

در ایران نیز طی سال‌های اخیر پژوهش‌های پرشماری با موضوع بدن، مدیریت بدن و آرایش و زیبایی انجام شده است. پاک‌سرشت و همکارانش (۱۳۹۱) شیوه‌های معنادهی به مدیریت بدن را در میان دختران و زنان تهرانی مطالعه و بررسی کرده‌اند. پژوهش آنان با روش کیفی انجام شده و در آن، داده‌های ۲۷ مصاحبه عمیق را با تکنیک تحلیل مضمون ارزیابی کرده‌اند. یافته‌ها نشان از وجود سه شکل مدیریت بدن در میان زنان و دختران، شامل «مدیریت هویت محور»، «مدیریت ارزش محور» و «مدیریت نظم محور» دارد. پژوهش توسلی و مدیری (۱۳۹۱) ناظر به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی‌های زیبایی است که در قالب پیمایش و با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شده است. بر پایه نتایج این پژوهش دستیابی به زیبایی به منزله تلاش برای بالا بردن اعتمادبه‌نفس و نیز به عنوان بیشترین انگیزه در تمایل به انجام جراحی معرفی شده است. همچنین گرایش به دستیابی و افزایش زیبایی متأثر از ویژگی‌های فردی الزام‌های خارجی بازناسایی شده است. بهار و کیلی قاضی جهانی (۱۳۹۰) نیز در مطالعه خود به شناسایی الگوهای اجتماعی موجود در گفت‌وگوهای زیبایی در میان دانشجویان دختر دانشگاه تهران پرداخته‌اند. یافته‌های تحلیلی حاصل از مصاحبه با دانشجویان مورد مطالعه نشانگر این امر است که تحولی به سوی مالکیت‌های نشانه‌ای، چشم‌وهم‌چشمی نشانه‌ای و مصرف مظاهرانه نشانه‌ای رخ داده است. همچنین مفاهیمی چون رسانه‌ها و ابژه‌های نسلی در ایجاد گفت‌وگوهای یاد شده نقش اساسی داشته‌اند. موحد و همکارانش (۱۳۸۹) در پی مطالعه و کشف دلایل آرایش دختران جوان (۱۸-۳۰ ساله) و نقش آن در زندگی اجتماعی آنان برآمدند. این پژوهش با روش تحقیق کیفی و تکنیک مصاحبه انجام شده است. نتایج پژوهش گویاست که آرایش با زندگی زنان و دختران در هم تنیده است. در این تحقیق، دلایل فردی، اجتماعی و روان‌شناختی بسیاری برای آرایش بیان شده است و پرداختن به خود، به منزله شیوه عقلانی به دست آوردن سرمایه نمادین و تبدیل آن به انواع دیگر سرمایه ذکر می‌شود. اخلاصی (۱۳۸۶) در مطالعه خود نشان داده توجه زنان به بدن در همه وجوه گوناگون از حیث آرایشی، مراقبت و نگهداری شدت یافته است. بر مبنای پژوهش یاد شده، بین عوامل مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی و پایگاه اقتصادی اجتماعی و مدیریت بدن، رابطه معنادار مستقیم، و میان مدیریت بدن و دین‌داری و متغیر دین‌داری رابطه معنادار معکوس نشان داده شده است. احمدنیا (۱۳۸۵) فشارهای فرهنگی را از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر در گرایش زنان به تناسب اندام معرفی

می‌کند. وی معتقد است تأثیر فشارهای فرهنگی در سطح بین‌المللی و از طریق رسانه‌های جمعی تشدید می‌شود؛ به طوری که ارزش‌های خاص مرتبط با گونه‌ها و اندازه‌های بدنی مطلوب، تأثیر خود را در رفتارهای افراد بر جای می‌گذارند. نمونه آشکار تأثیرگذاری یادشده، پدیدهٔ باریک‌اندازی در جوامع غربی است که به جامعه ایران نیز سرایت یافته است.

چارچوب مفهومی

در پژوهش‌های کیفی، بهره‌برداری قیاسی از دیدگاه‌های نظری پذیرفتنی نیست. به طور متقابل، بهره‌جستن از نظریه‌ها صرفاً در حد ایجاد نوعی حساسیت نظری در پرداختن به مفاهیم و کندوکاوهای تفسیری دربارهٔ آنهاست. با این توضیح، در این بخش از مقاله، با هدف آشنایی بیشتر با مفاهیم و دیدگاه‌های موجود در زمینه مدیریت بدن، مروری بر چشم‌اندازهای تئوریک مهم‌ترین نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی با موضوع بدن خواهیم داشت. چارچوب مفهومی مطالعهٔ پیش‌رو ناظر به آرای وبلن، داگلاس، بوردیو، فوکو، گیدنز، مارتین، برایان ترنر، فدرستون و شیلینگ، با رعایت تقدم و تأخر زمانی آنهاست.

از میان جامعه‌شناسان کلاسیک، وبلن به صورت غیرمستقیم اشاره‌هایی به بحث بدن داشته است. در نگاه وبلن طبقه برتر تعیین‌کننده پذیرفتن یا نپذیرفتن یک شیوهٔ زندگی به عنوان سبک آراستگی و افتخارآمیز است. همچنین طبقهٔ برتر با ارائهٔ رویهٔ مطلوب، سبک اجتماعی زندگی خوب را در آرمانی‌ترین گونهٔ ممکن رواج می‌دهد. از دیدگاه وی، داشتن ثروت برای متمایز کردن خود از دیگران کافی نیست؛ بلکه نمایش دادن آن است که تمایز را ایجاد می‌کند. به بیان دیگر، طبقات بالا برای اینکه وجه تمایز و تفکیک خود را نسبت به گروه‌های دیگر نشان دهند، ثروت و داراییشان را از طریق مصرف بیشتر - با تأکید بر جنبهٔ نمایشی آن - برای گروه‌های اجتماعی دیگر برجسته می‌کنند تا این گونه خود را بالاتر از گروه‌های دیگر جامعه نشان دهند و فاصلهٔ خود را با آنها برای عموم آشکار کنند. او کنش یادشده را «مصرف تظاهری» (Conspicuous consumption) یا «مصرف آشکار» نام نهاده است (وبلن، ۱۳۸۳، ص ۱۲۲). مری داگلاس از دیدگاه انسان‌شناختی - با مفروض انگاشتن بدن به مثابه یک متن فرهنگی - بر انعکاس ارزش‌های فرهنگی از سوی بدن تأکید می‌کند و به بدن صورتی عینی می‌بخشد. وی بدن را در یک مبادلهٔ همیشگی میان وجه جسمی و اجتماعی آن تصور می‌کند؛ به گونه‌ای که تقویت هر کدام از وجوه یادشده به تقویت دیگری می‌انجامد. بدین ترتیب - همان‌گونه که ملاحظه می‌شود - از نگاه وی، بدن انسان ارائه‌دهندهٔ یک تصویر درست از نظام اجتماعی است؛

بنابراین ایده‌های مرتبط با بدن، از گونه‌ای قرابت بسیار نزدیک با ایده‌های رایج در جامعه برخوردار می‌شوند (ذکایی، ۱۳۸۶، ص ۱۲۲). به زعم داگلاس می‌توان با تحلیل بدن به فهم نظام اجتماعی نزدیک شد که این موضوع به خودی خود مرادف با وجود ارتباط نزدیک میان بدن و جامعه است. در میان جامعه‌شناسان متأخر، پی‌یر بوردیو، ذیل مفهوم «بدن‌های متمایز»، دستیابی به منزلت، تمایز و تشخیص را به عنوان هدف اصلی مدیریت بدن در نظر می‌گیرد که به موجب آن، بدن ضمن ظهور یافتن به صورت سرمایه فیزیکی، حامل ارزش‌های اجتماعی و نیز برخوردار از منزلت اجتماعی می‌شود (Gilmin, 2006). بر پایه استدلال وی، طبقات اجتماعی گوناگون، هویت مرتبط با بدن را توسعه می‌دهند. بوردیو معتقد است طبقه کارگر به توسعه بعد ابزاری بدن تمایل دارد؛ در حالی که طبقات بالا و مسلط به بعد زیبایی‌شناختی بدن - با هدف برخوردار از بدنی زیبا، سالم و جذاب - توجه نشان می‌دهند (Grogan, 2000, p.141) به بیان دیگر بوردیو دست کاری و مدیریت بدن را بر حسب میزان برخوردار از سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی متفاوت می‌داند. از نگاه وی، افرادی که به مراتب از سرمایه فرهنگی و اقتصادی بیشتری برخوردارند، بیش از افراد دیگر به ابعاد زیبایی‌شناختی بدن می‌پردازند. با وجود اینکه هنر، گسترده‌ترین عرصه برای ذوق زیباشناختی قلمداد می‌شود، امروزه سبک-پردازی زندگی و نیز اولویت «فرم و صورت» بر کارکرد در همه حوزه‌های عمل آدمی خودنمایی می‌کند. در این میان هیچ چیز متمایز تر و مشخص تر از الحاق شأن زیباشناختی به ابژه‌های عادی، در قالب توانایی کاربرست اصول زیبایی ناب روی انتخاب‌های زندگی روزمره همچون آشپزی، پوشاک و دکوراسیون نیست (بوردیو، ۱۳۹۰، ص ۹۳). بدین سان هنر و مصرف فرهنگی، در مقام مشروعیت بخشیدن به تفاوت‌های اجتماعی، به مثابه کارکردهای اجتماعی ظاهر می‌شوند. از نظر بوردیو، ذوق زیبایی‌شناختی یکی از وجوه رابطه فاصله‌دار با جهان دیگران است. قریحه یادشده محصول شرطی شدن اجتماعی است و به شرایط وجودی خاص مربوط می‌شود. بنابراین ذوق زیبایی‌شناختی به طور هم‌زمان وحدت‌بخش و تمایز آفرین است. در ادامه نظریه پردازی‌های مربوط به بدن، میشل فوکو بدن را در جامعه انضباطی به مثابه نقطه تلاقی دانش و قدرت در نظر می‌گیرد و تنظیم بدن را در ایجاد نظم مؤثر می‌داند. از نظر وی، بدن در جامعه فرامدرن، رکن اساسی نظارت اجتماعی به شمار می‌رود و در خدمت نهادهای اجتماعی موجود قرار می‌گیرد (دریفوس و راینو، ۱۳۸۴). در حالی که فوکو بدن را بیشتر از دیدگاه گفتمانی تحلیل می‌کند، تحلیل‌های نظری گیدنز اغلب ناظر به درهم تنیدگی «عاملیت» و «ساختار»، با

ارجحیت نسبی «عاملیت» است. 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 که غوطه‌ور شدن عملی آن در کنش‌های متقابل زندگی روزمره، یکی از ارکان اصلی نگه داشتن و تحکیم مفهوم منسجم و یکپارچه‌ای از هویت شخصی است (گیدنز، ۱۳۸۵، ص ۱۴۴). وی تأکید می‌کند که بدن نیز مانند شخصیت، به مکانی برای تعامل، تخصیص و تخصیص مجدد تبدیل می‌شود. توجه به بدن، جست‌وجویی برای هویت است و می‌توان با رجعت به آن، تعریف مشخصی را یافت که لزوماً مقید به قواعد و انتظارات اجتماعی نیست. از نگاه گیدنز - با توجه به اینکه واقعیت از خلال عمل روزمره به دست می‌آید - بدن فقط نوعی موجودیت ساده نیست؛ بلکه به عنوان وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی استفاده می‌شود. کنترل بدن اساسی‌ترین جنبه چیزی است که نمی‌توانیم آن را با کلمات بیان کنیم. گیدنز «نظارت دیگران» را امر ضروری در کنترل بدن می‌داند و ضمن تصریح به پایان‌ناپذیری فرایند کنترل شخص روی حرکات‌های بدن خویش، بیان می‌کند که عاملیت ذی‌صلاح بودن، صرفاً به اعمال کنترل پیوسته و پیاپی بر بدن محدود نیست؛ بلکه دیگران نیز باید شاهد اعمال نظارت و کنترل بر بدن از سوی کنشگران باشند. یک عامل صلاحیت‌دار کسی است که عاملان دیگر همواره او را در حالت اعمال رویه‌های کنترلی بر بدن ببینند. چنین فردی باید از هر گونه سستی و فراموشی در کنترل بدن پرهیزد. به اعتقاد گیدنز، انضباط بدنی نوعی جریان فرهنگی و یکی از ویژگی‌های رفتاری در مدت زندگی روزانه است (ذکایی، ۱۳۸۶، ص ۸۷-۸۶). امیلی مارتین نیز با تأکید بر مفهوم «بدن‌های منعطف» معتقد است تغییر و اصلاح بدن باعث شکل‌گیری تصویر جدیدی از بدن می‌شود. اصطلاح «تصور بدن» (Body image) به شیوه‌هایی اشاره دارد که فرد بدن خود را به مثابه ابژه اجتماعی مفهوم‌سازی کرده و آن را به صورت خود آگاه یا ناخود آگاه تجربه می‌کند. این تصور در طول زندگی فرد توسعه می‌یابد، شکل می‌گیرد و پیوسته در حال نو شدن است (Martin, 1994, p.6). برایان ترنر از جمله نظریه‌پردازانی است که مباحث ناظر به بدن را از مدخل «تنظیم اجتماعی» تحلیل می‌کند و بدن را هم‌زمان پدیده‌ای فیزیکی و اجتماعی می‌داند. مراد از مفهوم «تنظیم بدن»، شیوه‌های نظارت جامعه بر عملکرد کنشگران اجتماعی، در قالب بهره‌جستن از سازوکارهای نهاد‌های حقوقی و پزشکی در طول دوره زندگی است (Nettleton & Watson, 1998, p.103). وی نهاد قانون و پزشکی را برخوردار از بیشترین اشتغالات به منظور تنظیم بدن در نظر می‌گیرد. به استناد

نظریات ترنر، «وجه بیرونی بدن» به چگونگی شخصیتی و هویتی بدن معطوف است؛ این در حالی است که «وجه درونی بدن» به کنترل امیال، نیازها و خویشن‌داری به نفع نظم و سازمان اجتماعی مربوط می‌شود (جواهری، ۱۳۸۷، ص ۵۸). بدن از منظر تأثیرات و پیامدهای نظام سرمایه‌داری مصرفی نیز تحلیل شده است؛ در این راستا، مایکل فدرستون بر سلسله‌مراتب ارزش بدن‌ها و نیز قدرت انتخاب افراد برای تعیین سطح زندگی تأکید کرده است. از نگاه وی، بازار سرمایه‌داری و قدرت انتخاب بین کالاهای سرمایه‌داری، فرصت لازم را برای تنظیم مجموعه‌ای از گزینش‌ها با هدف «بهبود خود» و همچنین «واقعی کردن آن» فراهم می‌آورد. نظریه‌پردازی درباره بدن - صرف نظر از متغیر فناوری - مصداق آشکار تقلیل‌گرایی است. کریس شیلینگ با تأکید بر نقش بنیادین فناوری در موضوعیت یافتن بدن، اهمیت روزافزون فناوری‌های بدنی در جوامع امروزی را ناظر به دو وجه توسعه قلمداد می‌کند. وجه نخست معطوف به رشد بیش از اندازه «فضای مجازی»، مشتمل بر انواع وسایل ارتباطی، تلویزیون، ماهواره، فیلم، اینترنت و تلفن است که در مجموع تبادل اطلاعات را بیشتر و آسان‌تر کرده است. وجه دوم توسعه فناوری‌های معطوف به بدن، ناظر به تکنیک‌ها و ابزارهایی همچون جراحی پلاستیک، داروها و وسایل زیبایی است که با هدف دست‌کاری و تعمیر بدن به کار گرفته می‌شوند (Shilling, 2005, p.173).

جدول ۱: خلاصه مؤلفه‌های تحلیلی مورد تأکید نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی بدن

نظریه پرداز	کلید دیدگاه نظری و متغیرهای اساسی در تحلیل جامعه‌شناختی بدن
تورستن وبلن	محوریت طبقه برتر در تعیین سبک آراستگی افتخارآمیز، نمایشی شدن ثروت و مصرف به عنوان مبنای تمایز
مری داگلاس	بدن به مثابه متن فرهنگی و نیز ابزار لازم در فهم نظام اجتماعی، پژوهاک جامعه در قاموس بدن
پی‌بر بوردیو	بازتولید بدن به عنوان سرمایه جسمانی در قالب سرمایه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و نمادین
میشل فوکو	بدن به عنوان رکن اصلی نظارت اجتماعی، متأثر شدن بدن از گفت‌وگوهای اجتماعی و پزشکی مسلط
آنتونی گیدنز	بدن در حکم مبنای هویت، اهمیت نظارت دیگران بر مدیریت بدن
امیلی مارتین	عینیت بخشی تصور ذهنی از بدن ذیل مفهوم بدن منعطف
برایان ترنر	تحقق نظارت جامعه در قالب فرایند تنظیم اجتماعی بدن با محوریت نهادهای حقوقی و پزشکی
مایکل فدرستون	عاملیت افراد در انتخاب سطح زندگی و عینیت بخشیدن به خود، ذیل مناسبات نظام سرمایه‌داری مصرفی
کریس شیلینگ	نقش فناوری‌های جدید پزشکی و رسانه‌ای در اهمیت یافتن بدن به مثابه یک ابزار تغییر

روش‌شناسی پژوهش

روش به کاررفته در پژوهش پیش‌رو، کیفی و مبتنی بر پارادایم تفسیری است. در این روش، مدیریت بدن از نگاه زنان مراجعه‌کننده به آرایشگاه‌ها و مراکز زیبایی شهر بندرعباس، مطالعه و مضامین مرتبط با آن به‌ویژه چرایی اهمیت یافتن مدیریت و کنترل آن شناسایی خواهد شد. این پژوهش در پی آشکار کردن دلالت‌های معنایی کنشگران مورد مطالعه از مضمون بدن و مدیریت آن، یعنی فعالیت‌های مرتبط با زیاسازی است. آگاهی‌دهندگان مطالعه، زنان بالای هجده سال شهر بندرعباس هستند که طی یک سال گذشته به مراکز زیبایی در این شهر مراجعه کرده‌اند. نویسندگان مقاله طی مراجعه به مهم‌ترین مراکز زیبایی و سالن‌های آرایشی، ضمن شناسایی افراد مورد نظر، ایجاد مناسبات اعتماد و نیز در پی هماهنگی‌های لازم، با آنها مصاحبه کرده‌اند. روش نمونه‌گیری از نوع هدفمند و غیراحتمالی بوده است. داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها با روش تحلیل مضمونی واکاوی شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

تحلیل محتوای کیفی داده‌ها در انتزاعی‌ترین سطح ممکن، مضمون نهایی «بصری شدن منزلت» را به دست می‌دهد. در این بخش از مقاله، ذیل هر کدام از مضامین کلی به بیان تحلیل‌های تفسیری با استناد به گزیده‌های مصاحبه‌ها پرداخته شده است.

جدول ۲: مفاهیم توصیفی و مضامین کلی سازنده مضمون نهایی بصری شدن منزلت

مضمون کلی	مضمون کلی	مفاهیم توصیفی
بصری شدن منزلت	به تعویق انداختن پیری	طولانی کردن دوره جوانی، ترس از پیری، فعالیت‌های مربوط به جوان نگه‌داشتن صورت و اندام، انتخاب سبک‌های پوشش جوان‌پسند
	به دست آوردن آرامش و نشاط	جست‌وجوی شادی و هیجان، بهبود وضعیت روحی، تنوع‌طلبی، نظم درونی در نتیجه نظم و تمیزی ظاهری، وابستگی و عادت کردن به آرایش، لذت بردن از زیبایی
	اصالت یافتن ظاهر	رضایت از تغییر ظاهر صورت و بدن، خوش‌تیپی و جذابیت بیشتر، جذب جنس مخالف، تغییر نگرش مردان به زیبایی، لذت‌طلبی مردان، ظاهرین شدن مردان، اهمیت یافتن ظاهر در برقراری روابط
	تمایز طلبی	علاقه به خرید وسایل مارک یا برند، رد کردن مدهای رایج، آرایش به خاطر رقابت و چشم‌وهم‌چشمی، علاقه به مطرح شدن و بیشتر دیده شدن
	پذیرش اجتماعی	اهمیت ارزیابی مثبت و تأیید دیگران، افزایش سرمایه اجتماعی، هماهنگی با مد، هم‌رنگی با جماعت، به دست آوردن فرصت‌های اجتماعی

	زیبایی شناختی شدن بدن	هماهنگی در رنگ لباس و آرایش، آرایش به مثابه هنر، صورت و بدن عرصه‌ای برای نشان دادن خلاقیت، نمایش سلیقه، تنظیم آرایش متناسب برای هر مکان و زمان متفاوت
--	-----------------------	---

به تعویق انداختن پیری: پیر شدن روندی طبیعی در زندگی هر فرد است؛ ولی امروزه دنیای مدرن و سبک زندگی جدید، این امکان را به فرد می‌دهد تا بدن خود را در اختیار بگیرد و با کنترل بدن و تسلط بر آن بتواند بخشی از پیامدهای گریزناپذیر زمان را بکاهد. به بیان دیگر کنترل بدن به در اختیار گرفتن زمان می‌انجامد. پیر و فرسوده شدن، همیشه برای انسان‌ها به‌ویژه زنان، دغدغه‌ای بزرگ بوده و برای کنترل و گریز از آن، حتی دست‌به‌دامن افسانه و جادو نیز شده‌اند؛ از این رو انسان‌ها همیشه به دنبال دستیابی به افسون زیبایی و جوانی بوده‌اند.

گزیده ۱: با سفید شدن اولین موها و پیدا شدن اولین چروک‌های ریز توی پیشونی و زیر چشم‌ها، زنگ خطر پیری زده می‌شود. این دلهره پیری دیگه همیشه باهاته، مثل یه کابوسه، از هر راهی هم که بتونی جلوش رو می‌گیری؛ مطمئن باش (۴۲ساله، متأهل. دانشجوی دکتری).

امروز بشر قادر است تا حدی خود را به این آرزوی دیرین نزدیک‌تر کند؛ زیرا توانسته با ثابت نگه‌داشتن ظاهر خود در دوره جوانی و میان‌سالی، این دوره را طولانی‌تر کرده، پیری را به تعویق بیندازد.

گزیده ۲: وقتی پیر بشی، دیگه نمی‌تونی هر رنگ لباسی رو که دوست داری، بپوشی و موهات رو هر مدلی دوست داری، کوتاه کنی و رنگ کنی؛ انتخاب‌های تو محدود می‌شه. در رفتارها و کارها هم آدم محدود می‌شه؛ باید از خیلی از کارهای لذت‌بخش دست بکشی. به همین خاطر تا جایی که بتونم دوست دارم دیر پیر بشم (۲۸ساله، مجرد، تبلیغات لوازم آرایشی).

کنشگران اجتماعی با تأخیر آفرینی و معوق‌سازی دوره پیری، مدت زمان بیشتری را در دوران جوانی و میان‌سالی می‌گذرانند و زمان طولانی‌تری برای جوان بودن، شاد بودن و لذت بردن از زندگی در اختیار دارند. زنان با کمک آرایش‌های مد روز و پوشیدن لباس‌های شاد و متنوع، ورزش، جراحی‌های زیبایی و به‌طور کلی با مدیریت بدن خود، در جست‌وجوی گونه‌ای از شادی هستند که در زندگی روزمره، خود را کمتر واجد آن می‌بینند.

گزیده ۳: وقتی خانم پنجاه‌ساله‌ای رو می‌بینم که چهل‌ساله می‌زنه، خیلی خوشم می‌یاد؛

واقعاً لذت بخش و امیدوار کننده است. خب خیلی خوبه که شما به جای اینکه یک خانم پنجاه ساله پرچروک و افتاده ببینید، یک خانم پنجاه ساله ای ببینید که چند سال تونسته خودش رو جوون تر نگه داره و شادتر و زیباتر لباس بپوشه و آرایش کنه (۴۰ساله، متأهل، کارمند).

اکتساب آرامش و نشاط: مدیریت بدن و رسیدن به ظاهر، باعث تغییر حس و حال روحی در زنان می شود و آرامش و نشاط دوچندان به آنان می بخشد.

گزیده ۴: بدون آرایش احساس بدی دارم، احساس دپرس بودن می کنم، احساس بی حالی و افسردگی می کنم. آرایش که می کنم، شاد می شم، حالم خوب می شه (۴۳ساله، متأهل، خانه دار).

گویی آرایش کردن همانند داروی شادی آور به آنان نشاط و روحیه می دهد و کسالت و یکنواختی آنها را دور می کند. برای برخی سوژه ها این مفهوم آنقدر کلیدی و حیاتی است که بدون آرایش بودن را با افسردگی همراه می دانند و برای دستیابی به حس و حال خوب، به مدیریت بدن روی می آورند.

گزیده ۵: وقتی به خودم می رسم، یه لباس خوب می پوشم و کمی به قیافه ام رنگ و رو می دم، کلی انرژی مثبت می گیرم؛ سرحال میام (۳۸ساله، متأهل، خانه دار).

براین اساس به خود رسیدن برابر با گرفتن انرژی مثبت روحی است و این به معنای اهمیت ارتباط مدیریت بدن با آرامش و نشاط است.

گزیده ۶: رسیدن به خودم، آرایش کردن و مرتب کردن خودم برام لذت بخشه. این کارها بهم آرامش می ده (۴۵ساله، متأهل، فرهنگی).

اصالت یافتن ظاهر: بسیاری از انتخابها و رفتارهای افراد بر اساس اهمیت یافتن ظاهر انجام می شود. بیشتر ترجیحات و سازوکارهایی که افراد در رفتار با بدن خود به کار می گیرند، به این دلیل است که در جهان امروز، چگونگی نمایش ظاهر صورت و بدن افراد، بسیار تأثیر گذارتر از ویژگی های اخلاقی و توانایی های انسانهاست.

گزیده ۷: از قدیم ندیم معروفه که می گند عقل مردها به چشمشونه. مادر بزرگم همیشه می گفت مردها با چشمشون فکر می کنند و زن ها با گوششون؛ یعنی مردها فقط ظاهر رو می بینند. خب زن هام چکار کنند؟ میان ظاهرشون رو خوب می کنند دیگه؛ همون چیزهایی که مردها می خواند (۳۸ساله، متأهل، خانه دار).

زنان با درک موضوع یادشده، توجه فراوانی را به بدن و نیز به ظاهر خود می کنند. دنیای امروز ما گویی دنیای تصویری و دیداری است. هر آنچه می بینیم، در ذهن ما بیشترین ماندگاری و تأثیر را دارد. مصداق این ضرب المثل معروف که «عقل مردم به چشمشان است» را به روشنی می توانیم در روابط اجتماعی بینیم. ظاهر افراد منبع اطلاعات مهمی قلمداد می شود، کنشگران اجتماعی به نوعی به طور غیر کلامی با اطرافیان ارتباط برقرار می کند و از آنها احترام یا بی حرمتی را دریافت می کند.

گزیده ۸: ظاهر برای هر کسی نقطه اول ارتباطه. آگه از ظاهر کسی خوشت بیاد، قدم های بعدی رو هم پیش می ری؛ ولی آگه از ظاهر کسی خوشت نیاد، اصلاً ادامه نمی دی. در کل اینجوریه؛ ظاهر زن ها برای مردها خیلی تأثیر گذار و مهمه. برداشت و قضاوت مردها بر اساس اون چیزی هست که در ظاهر می بینند (۴۵ساله، متأهل، دبیر).

بدین ترتیب ظاهر آراسته و زیبا برای ما احترام می آورد و ظاهر معمولی و ناآراسته، ارزش و احترام کمتری برای ما به دنبال خواهد داشت. اساساً در مورد ظاهر افراد، دو عامل تأثیر گذارند: یکی نگرش فرد درباره خودش و دیگری نگاهی که دیگران به او دارند. این اولویت یافتن ظاهر باعث شده وقت و هزینه هنگفتی برای خودآرایی صرف شود.

گزیده ۹: آگه به ظاهر ت نرسی، تو این زمونه باختی. دیگه مردم، مخصوصاً مردها سلیقه شون تو چشمشونه؛ قضاوت از روی ظاهره (۲۸ساله، متأهل، دانشجو).

تمایز طلبی: تمایز بودن و تک بودن هدف مهمی برای زنان قلمداد می شود. آنان با روش های گوناگون می کوشند خود را خاص نشان بدهند و به دنبال تغییر قالب ها و کلیشه ها هستند.

گزیده ۱۰: مد خوبه؛ ولی من هر چیزی رو که مد بشه، نمی خرم. امتحان می کنم، بینم بهم می یاد یا نه؟ دوست ندارم چیزی رو که همه دارند، من هم بخرم؛ بیشتر دوست دارم چیزهای تک رو بخرم و استفاده کنم (۲۸ساله، مجرد، دانشجو).

زنان با این روش به دنبال جلب توجه بیشتر در جمع هستند. آرایش به سبک های خاص، ترکیب سبک ها با یکدیگر، پوشیدن لباس های هماهنگ با یکدیگر و ... جلوه ای از خودنمایی در برابر دیگران است.

گزیده ۱۱: من تو آرایش کردنم، هم از سبک خلیجی استفاده می کنم، هم از سبک اروپایی تا مدل آرایشم مخصوص خودم باشه؛ تکراری نباشه (۳۰ساله، مجرد، آرایشگر).

زنان با این روش‌ها برای جذب و جلب تأیید و توجه بیشتر، رقابت می‌کنند. گزیده ۱۲: برای اینکه تو مهمونی‌ها تک باشم، هرچقدر لازم باشه، خرج می‌کنم؛ ارزشش رو داره. خرج آرایشگاه رفتن و لباسم و ... برام مهم نیست چقدر بشه. همین که تک باشم و از همه خوشگل‌تر باشم، [این وضعیت] راضی‌ام می‌کنه (۲۸ساله، متأهل، کارمند).

پذیرش اجتماعی: جذب تأیید جمع و اجتماع برای انسان‌ها اهمیت خاصی دارد. در هر جمع و گروهی که باشیم، تمایل داریم توجه و نظر دیگران را به خود جلب کنیم. این جلب توجه می‌تواند روش‌های گوناگونی داشته باشد. امروزه داشتن ظاهر خوب و آراسته، یکی از روش‌های جلب توجه دیگران به شمار می‌رود؛ زیرا بیشتر افراد از روی ظاهر دیگران در مورد آنان قضاوت می‌کنند؛ به همین دلیل بیشتر افراد به ظاهر خود توجه و رسیدگی می‌کنند.

گزیده ۱۳: وقتی می‌خوام برم تو جمع خانواده شوهرم، حسابی به خودم می‌رسم، می‌ترکونم. پیش خانواده شوهر نباید خطا کنی؛ باید مرتب و منظم باشی، حواست جمع باشه و حساب ظاهرت و کارهات دستت باشه (۳۸ساله، متأهل، خانه‌دار).

افراد با داشتن پایگاه‌های اقتصادی متفاوت، دارای ظاهری همانند هم هستند؛ زیرا خوب پوشیدن و چهره خوب داشتن به اصل اساسی در برقراری روابط تبدیل شده است. ظاهر ما به تنهایی معنای زشت و زیبا نخواهد داشت؛ بلکه در میان جمع و گروه‌هاست که این زیبایی معنا خواهد یافت. زیبایی و ظاهر تا زمانی که به نمایش درنیاید و دیده نشود، اعتباری ندارد. در واقع جامعه از زنان، ظاهر زیبا می‌خواهد و این فعالیت‌های زنان برای زیباتر کردن ظاهر خود، پاسخی به طلب و نیاز اجتماع اطرافشان قلمداد می‌شود.

گزیده ۱۴: هر مهمونی سبک آرایش و لباس پوشیدن خودش رو می‌طلبه دیگه؛ همش فکر می‌کنم چی بپوشم که بقیه بیشتر ازم تعریف کنند و خوششون بیاد. همه دوست دارند ازشون تعریف بشه؛ خب، لذت‌بخشه واقعاً؛ آدم روحیه می‌گیره. جلب توجه، جلب انرژی-های اون افراده (۳۰ساله، متأهل، مربی آموزشگاه).

زنی که بدون آرایش در جمع‌ها حاضر شود، بی‌گمان درباره این سادگی با سؤال و بازخواست اطرافیان روبه‌رو خواهد شد؛ «چرا به خودت نرسیده‌ای؟ اتفاقی برایت افتاده است؟». نداشتن آرایش و پوشیدن لباس و مانتوهای زیبا و متنوع، کاستی چشمگیر به شمار می‌رود و جای خالی آن به خوبی احساس می‌شود؛ گویا یک جزء اصلی فرد به همراه او

نیست. زیبایی تعلق فرد را به گروه و جامعه آسان می کند. اعضای یک جامعه در بیشتر مواقع می کوشند بدن خود را مطابق با گروهی که در آن عضوند، مدیریت کنند. انتظارات فرهنگی و اجتماعی هستند که تغییرات در بدن برای زیبا شدن را به افراد تحمیل می کند؛ زیرا انتظارات یادشده استانداردهای زیبایی را برای افراد، تعریف و روش های رسیدن به آنها را نیز ارائه می کنند. کسب تأیید دیگران از دلایل اصلی گرایش زنان به آرایش است. زنان دوست دارند در هر جمعی که باشند، مورد پذیرش دیگران و تأیید آنان واقع شوند؛ سبک آرایش و شیوه پوشش و آراستن بدنشان نیز مورد توجه اعضای گروه قرار بگیرد. این دیگران جمع های متفاوتی هستند و نوع و میزان پذیرششان نیز متفاوت است. تأیید شدن از سوی گروه ها و افراد گوناگون و در موقعیت های زمانی و مکانی مختلف برای افراد اهمیت دارد. پذیرفته شدن از سوی دیگران مهر تأییدی بر مدیریت صحیح و درست بدن مطابق با انتظارات افراد است.

گزیده ۱۵: آدم به موجود اجتماعیه؛ نظر جمع و گروه هم همیشه برایش مهمه؛ دوست داره گروه تأییدش کنه؛ بهش بگند که خوشگله، کارهاش خوب و درسته. اینها نیاز [ما] آدم هاست. [این جور چیزها] دست [آدم] خودش نیست (۲۸ساله، متأهل، خیاط).

زیبایی شناختی شدن بدن: زندگی روزمره ما به امری زیبایی شناختی بدل شده و این فرایند، شئون گوناگون زندگی را در بر گرفته است. ظاهر خانه و وسایل منزل، فعالیت ها و سبک های مربوط به تغذیه مانند سفره و ظروف و رنگ و شکل غذاها، ظاهر شهرها و خیابان ها، خانه ها و مغازه ها از حوزه هایی هستند که زیبا بودنشان بسیار مهم شده است.

گزیده ۱۶: این طور لباس می پوشم؛ چون خوشگل می شم. بهم میاد، دوست دارم با طرز پوششم سلیقه ام رو نشون بدم (۲۰ساله، مجرد، بیکار).

سلیقه، اهمیت خاصی در انتخاب های افراد یافته است؛ اما در این میان بدن انسان به ویژه بدن زنان نیز از این جریان مستثنا نمانده است. هر فرد گویی یک هنرمند است و بدنش بستری است که با آن، هنر و سلیقه فرد به نمایش گذاشته می شود.

گزیده ۱۷: من اصلاً قایم نمی کنم که چند سالمه. به همه می گم؛ چون این هنر و سلیقه من رو می رسونه که از خودم مراقبت کردم و خودم رو زیبا و جذاب نگه داشتم (۴۵ساله، متأهل، دبیر).

زن امروزی بدن خود را بستر آشکار کردن سلیقه و هنر خود کرده است. با جوان

نگه داشتن بدن خود، به نوعی سلیقه و هنر خود را نمایش می دهد. او به این امر افتخار می کند که صورت و بدنش، سن او را ده سال کمتر از سن واقعی نشان می دهند. همچنین وی با دقت و خرج سلیقه در سبک پوشش، این موضوع را به گونه ای دوجندان به نمایش می گذارد. با ترکیب رنگ ها در لباس ها و لوازم آرایشی اش، خلاقیت و استعداد خود را به رخ می کشد.

گزیده ۱۸: آرایش کردن به جور هنره؛ تو عیب هایی رو که داری، می پوشونی؛ زیبایی - هات رو بیشتر جلوه می دی. خب، این آخر سلیقه و خلاقیت هنریه؛ خیلی هم جالب و زیباست (۳۰ ساله، متأهل، دانشجو).

بحث و نتیجه گیری

درک چرایی علاقه به بدن، متضمن احصا و برشماری شرایطی است که ذیل آنها پرداختن منحصر به فرد کنشگران اجتماعی به بدن رقم خورده است. در یک معنای کلی می توان «فراگیری روزافزون مدرنیته» را با لحاظ مجموع لوازم نگرشی و رفتاری برخاسته از آن به مثابه عامل تبیین کننده در ابژه شدن بدن و نیز هویت بخش شدن آن برای کنشگران مدرن قلمداد کرد.

ناتوانی امر مدرن در رویارویی با چالش های بنیادین زندگی - همچون پیری و مرگ - بشر را به انحای گوناگون به گریز و نیز به تغافل از آن دو فراخوانده است. در این مطالعه، مضمون کلی «به تعویق انداختن پیری» ناظر به همین معناست. پیرتر به نظر رسیدن به منزله ازدست دادن بخشی از منزلت زنانه است؛ کسی که جوانی اش را به حال خود رها کرده و کنترل زیبایی خود را از دست داده است، در میان زنان منزلت کمتری خواهد داشت؛ بنابراین چیزی که در اینجا شاهد آن هستیم، نوعی دگردیسی در معنای پیری است. بالاتر رفتن سن در گذشته به تنهایی می توانست موقعیت و منزلت اجتماعی زنان را بهبود بخشد و نشانگر درک و فهم و تجربه بیشتر در زندگی قلمداد شود؛ اما به نظر می رسد امروزه مفهوم پیری به معنای ازدست دادن جوانی، زیبایی و شادابی، و در نهایت ازدست دادن منزلت به شمار می رود. بر همین اساس - در مطالعه حاضر - کنشگران میدان پژوهش می کوشند با مدیریت بدن خود «منزلت بصری شده» امروزی را برای خود - آن هم با نظارت و تأیید دیگران - بازیابی کنند.

فراگیری مدرنیته، دلالت های بینشی و رفتاری معطوف به «آرامش آفرینی» را نیز با خود

به همراه داشته است. در دوره پیشامدرن، بشر غالباً آرامش و نیز معنایابی امور گوناگون از جمله بدن را در نسبت با ارتباط با امر برتر جست و جو می کرد. این در حالی است که انقباضی شدن مبادی برتر در اندیشه مدرن، منزلت بدن را به گونه ای غیر مسبوق به سابقه، بهبود بخشیده است و بدین سان، آن را به مبنا و ملجأ اساسی «کسب آرامش و نشاط» ارتقا داده است. آرامش و نشاط در قالب انواع دست کاری های زیبایی شناختی بر بدن حاصل می شود که در پی آن بصری شدن منزلت محقق می شود.

«اصالت یافتن ظاهر»، به منزله سومین مضمون کلی شناسایی شده در مطالعه حاضر - در بهترین وجه ممکن - «بصری شدن منزلت» را نمایندگی می کند. ظاهر زنان به مثابه یک جنبه اصیل از موجودیت آنها متبلور می شود و اولویت یافتن ظاهر نسبت به باطن و درون، به اهمیت یافتن نوعی از منزلت باز می گردد که کاملاً بصری و دیداری شده است؛ از این رو ظاهر افراد، مرادف با «همه چیز» شده که با دست کاری عمیق تر، بهتر و زیبایی شناسانه تر می توان انتظار دریافت و انباشت منزلت اجتماعی بیشتر را در سر پروراند.

مضمون کلی «تمایز طلبی» نیز از دیدگاه «فراگیری روزافزون مدرنیته» تحلیل پذیر است. در دوره پیشامدرن تمایز یافتگی افراد از یکدیگر اغلب حسب میزان نزدیکی و هم گرایی آنان با امر برتر شناسایی می شد. سایه افکندن پیامدهای ذهنی و عینی حاصل از باور به امر قدسی و ماوراء بر صدر تا ذیل مناسبات انسان ها، آنان را بیشتر به سمت «همسان بودگی» سوق می داد تا «افتراق گزینی». این در حالی است که در دوره مدرن، در سایه نبود باورها و روایت های فراگیر، کنشگران اجتماعی خود را در سایه تمایز فکنی با دیگری باز شناسایی می کنند و بدین ترتیب «تمایز طلبی» در قاموس مقوم اصلی هویت آشکار می شود. علی القاعده، بدن به مثابه در دسترس ترین و انحصاری ترین سرمایه، مدخل مناسبی برای این سنخ تمایز آفرینی ها واقع می شود. نکته اصلی این است که در دنیای سبک، «تمایز طلبی»، «خاص بودگی» و «تک بودن» وجه مطلق، مشخص و ثابت ندارد. افرادی که چنین تمایلی را دنبال می کنند، در واقع خود را با هدف «دیده شدن» به گروه های دیگر همانند می کنند. نکته کلیدی و بنیادی در این بخش از تحلیل، مفهوم «دیده شدن» است. فرهنگ بصری شده، زمانی این منزلت را به کنشگر اجتماعی می دهد که دیگران او را متمایز ببینند. در حقیقت در یک سطح بالاتر از انتزاع می توان «تمایز طلبی» را ذیل جست و جوی منزلتی قرار داد که «بصری شدن» به مثابه مهم ترین ویژگی آن قلمداد می شود.

در مطالعه انجام شده پیش‌رو، «پذیرش اجتماعی» پنجمین مضمون کلی شناسایی شده‌ای است که ناظر به دریافت نمره قبولی در جمع و راهیابی واجدان منزلت بصری شده به یک گروه منزلتی است. 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 است. بنابراین شرط پذیرش از سوی دیگران، دستیابی زنان به استانداردهای سبک مدیریت بدن است. «رعایت‌شدگی» استانداردهای مدیریت بدن باید از سوی دیگران دیده شود و به رؤیت مخاطبان برسد تا در پی آن، مجوز ورود و حضور در جمع برای افراد صادر شود. مضمون اخیر دقیقاً هم‌راستا با چشم‌انداز نظری آنتونی گیدنز است که به موجب آن، وی نظارت دیگران و «دیده‌شدگی» را شرط لازم در مدیریت و کنترل بدن در نظر می‌گیرد.

«زیبایی‌شناختی شدن بدن» به عنوان آخرین مضمون کلی شناسایی شده پژوهش، مرادف با درک کنشگران اجتماعی از بدن به مثابه بستری برای اعمال هنر و توانش زیبایی-شناختی است. مضمون یادشده از پیوندی استوار با مفهوم «بصری شدن منزلت» برخوردار است و به شدت با آن گره می‌خورد. از این رو هرچه بدن زیباتر و هنری‌تر در انظار ظاهر شود و نیز به هر میزان که بتوان با خلاقیت و تسلط بر سبک‌ها، چهره‌ای پذیرفتنی‌تر و آرمانی‌تر از آن را برای ناظران بازنمایی کرد، احتمال دستیابی به منزلت اجتماعی بیشتر رو به فزونی خواهد گذاشت.

مجموع شش مضمون کشف شده از داده‌های مطالعه، همگی ذیل عنوان کلی‌تر «بصری شدن منزلت» قابل جمع و ترکیب‌اند. «بصری شدن منزلت» فرایندی است که طی آن، به دست آوردن منزلت، دینداری و نمایش می‌شود و از کانال دیده شدن و دریافت تأیید ظاهری به دست می‌آید. در اینجا یک نکته بسیار مهم در نسبت با مفهوم «منزلت» وجود دارد که بی‌توجهی به آن اتقان تفسیری پژوهش را به شدت خدشه‌دار می‌کند. «منزلت» در معنای متأخر آن - در مقایسه با آنچه در دوره پیشامدرن وجود داشته - دچار نوعی چرخش معنایی تمام‌عیار شده است. بر پایه این چرخش، مفهوم «منزلت» از سطوح «انتزاعی‌تر»، «معنوی‌تر» و «درونی‌تر» به عرصه‌های «بیشتر مادی»، «دیداری» و «نمایشی» فروکاسته شده است. چرخش یادشده به روشنی از دیدگاه «فراگیری روزافزون مدرنیته» که در سطرهای آغازین بحث و نتیجه‌گیری به آن تصریح شد، تعلیل و تبیین می‌شود. از همین روست که ساختن چهره‌ای مطابق مد روز و برخوردار از سبک امروزی و نیز نمایش «بدن

مدیریت شده» گاهی می تواند به مراتب بیش از داشتن «اخلاق خوب» و «اطلاعات فراوان» منزلت آفرین شود. به بیان دیگر، «بصری شدن منزلت» - بدین معنا که معنای هر چیزی، از جمله منزلت، از ظاهر آن مستفاد می شود - به منبع اصلی برقراری ارتباط و به کار بستن معناها تبدیل شده است. متفطن گشتن کنشگران اجتماعی به «بصری شدن منزلت» و اهمیت یافتن ظاهر، نکته مهم دیگری است که نباید آن را از نظر به دور داشت. در واقع ذیل این آگاهی از آگاهی است که کنشگران اجتماعی در نگهداشت منزلت و ارتقای آن طبق الگوهای رایج می کوشند. حفظ کردن ظاهر در همه ابعاد زندگی مهم شده است؛ مانند ظاهر محل زندگی، اسباب و وسایل زندگی، اتومبیل، ظاهر رفتارهای افراد و همچنین ظاهر بدن. بدن برای برقراری ارتباط و تأثیر گذاری در جمع، قابلیت مانور بالایی دارد و با آرایش های گوناگون، معناهای متفاوتی را به بینندگان انتقال می دهند.

در نهایت - به عنوان آخرین بخش از صورت بندی نظری یافته های تجربی و میدانی این پژوهش - تصریح به این نکته ضروری است که به طور کلی اکنون در جامعه ما اوضاعی پدید آمده که ذیل آن، دستیابی به منزلت از راه نشانه های مادی برای کنشگران اجتماعی - به ویژه زنان و دختران - بیش از هر زمان دیگری دست یافتنی شده است. در این میان بدن یکی از «مادی ترین»، «در دسترس ترین» و «اثر گذارترین» ابژه قابل دست کاری برای رسیدن به منزلت و جایگاه اجتماعی قلمداد می شود. در میان معانی گوناگونی که از بدن در برداشت های اظهاری آگاهی دهندگان مطالعه وجود دارد، بدن به مثابه ابزاری مادی و نمایشی معنا می شود. در یک سطح انتزاع بالاتر، فرایندی تحت عنوان «بصری شدن» منزلت و «دیداری شدن» آن وجود دارد که افراد را به گونه ای از مدیریت بدن سوق می دهد تا در پرتو آن، بدن را بیش از پیش، در یک سبک و سیاق زیباتر، جوان تر، شیک تر و باسلیقه تر به نمایش در آورند.

فرهنگ ظاهر گرایانه، ارزش بیشتری برای ظاهر زنان، در مقایسه با ویژگی های درونی، خصایص اخلاقی و توانمندی های آنان قایل می شود. زنان نیز در مقام واکنش به اقتضائات فرهنگی حاکم، کانون توجه خود را به امر ظاهر، یعنی آنچه از آنان خواسته می شود، معطوف می دارند. بر این اساس چرایی لذت بردن کنشگران اجتماعی - به ویژه زنان - از ظاهر خود در جامعه از دیدگاه الزامات تجویزی «فرهنگ ظاهر گرایانه» به روشنی آشکار می شود. تأیید جمع می تواند به ظاهر ما ارزش و برجسب «زشت بودگی» یا «زیبابودگی»

بزند. در واقع فرد ظاهر خود را طبق ایدئال و معیار معرفی شده از سوی جامعه تغییر می دهد و سپس در پرتو به نمایش گذاشتن نوعی از زیبایی به دست آمده که بر مطلوبات اجتماعی استوار است، تأیید جامعه را به خود اختصاص می دهد. امروزه عناصر دیداری و نمایشی، یعنی ویژگی هایی که ناظر به ظاهر کنشگران اجتماعی هستند، در مقایسه با ویژگی های معطوف به باطن و درون آنان، به مراتب واجد قدرت منزلت آفرینی بسیار بالاتری هستند. سبک آرایش، تزئین صورت و بدن، مدل لباس پوشیدن، سبک سخن گفتن، مدل ماشین و خانه در زمره مهم ترین عناصر نمایشی اند که همگی به مثابه بخشی از پدیده «بصری شدن منزلت» و «مادی شدن فرهنگ» قابل طرح و مطالعه هستند. با گسترش فرایند «بصری شدن منزلت» و «مادی شدن فرهنگ» عناصر منزلت بخش نیز جنبه مادی، کمی و دیداری می یابند. کنشگران اجتماعی نیز با آگاهی یافتن از این اتفاق و همچنین با فهم جریان یادشده، تلاش خود را در به دست آوردن هر چه بیشتر «منزلت» از طریق کاربست و به نمایش گذاشتن «راهبردهای منزلت بخش» به کار می گیرند.

منابع و مأخذ

۱. احمدنیا، شیرین؛ جامعه‌شناسی بدن و بدن زن؛ جزوه منتشر نشده، ۱۳۸۵.
۲. اخلاصی، ابراهیم؛ «بررسی جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن، مورد مطالعه: زنان هجده تا چهل سال شهر شیراز»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان، ۱۳۸۶.
۳. بوردیو، پیر؛ تمایز؛ ترجمه حسن چاوشیان؛ تهران: نشر نی، ۱۳۹۰.
۴. بهار، مه‌ری و محمدرضا و کیلی قاضی جهانی؛ «تحلیل گفتمان‌های جراحی زیبایی صورت»؛ زن در توسعه و سیاست، ش ۳۲، ۱۳۹۰، ص ۶۳-۹۲.
۵. پاک‌سرشت، سلیمان و حاتم حسینی و مینا اینانلو؛ «تحلیل تماتیک رفتارهای بدنی در بین دختران و زنان تهرانی»؛ مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۲۸، ۱۳۹۱، ص ۱۴۷-۱۷۰.
۶. توسلی، غلام‌عباس و فاطمه مدیری؛ «بررسی گرایش زنان به جراحی در شهر تهران»؛ مطالعات اجتماعی و روان‌شناسی زنان، ش ۱، ۱۳۹۱، ص ۶۱-۸۲.
۷. جواهری، فاطمه؛ «بدن و دلالت‌های فرهنگی - اجتماعی آن»؛ نامه پژوهش فرهنگی، ش ۱۱، ۱۳۸۷، ص ۳۷-۸۰.
۸. چاوشیان، حسن و تقی آزاد ارمکی؛ «بدن به مثابه رسانه هویت»؛ جامعه‌شناسی ایران، ش ۴، ۱۳۸۱، ص ۵۷-۷۵.
۹. چلبی، مسعود؛ جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی؛ چ ۳، تهران: نشر نی، ۱۳۸۴.
۱۰. دریفوس، هیوبرت و پل رابینو؛ فراسوی ساختارگرایی و هرمنوتیک؛ ترجمه حسین بشیریه؛ تهران: نشر نی، ۱۳۸۴.
۱۱. ذکایی، محمدسعید؛ «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب»؛ تحقیقات فرهنگی (۱)، ش ۱، ۱۳۸۶، ص ۱۱۷-۱۴۲.
۱۲. ذکایی، محمدسعید؛ فراغت، مصرف و جامعه؛ تهران: تیس، ۱۳۹۱.
۱۳. گیدنز، آنتونی؛ تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید؛ ترجمه ناصر موفقیان؛ تهران: نشر نی، ۱۳۸۵.
۱۴. موحد، مجید و اسفندیار غفاری نسب و مریم حسینی؛ «آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان»؛ زن در توسعه و سیاست، دوره ۸، ش ۲۸، ۱۳۸۹، ص ۷۹-۱۰۵.

۱۵. وبلن، تورستن؛ نظریه طبقه مرفه؛ ترجمه فرهنگ ارشاد؛ ج ۱، تهران: نشر نی، ۱۳۸۳.
16. Gill, Rosalind and Henwood, Karen and Mclean, Carl; "Body Projects and the regulation of Normative Masculinity"; *Body and Society*, Vol.11(1): p.37-62, 2005.
17. Gimlin, Debra; "The Absent Body Project: Cosmetic Survey as a Response to Bodily Dye - appearance"; *Sociology*, Vol.40, No.4, 2006.
18. Grogan, S.; *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men and women, Children*; New York: Routledge, 2000.
19. Howson, A. & Inglis, D.; *The body in Sociology: tensions inside and outside sociological thought*; The Editorial Board of Sociological Review, 2001.
20. Martin, E; *Flexible bodies: Tracking Immunity in American culture*; Boston: Beacon press, 1994.
21. Nettleton, & Watson, J.; *The body in Everyday life*; London: routledge.
22. Shilling, Chris; *The Body in Culture technology and Society*; London: Sage, 2005.
23. Synnot, Anthony. *Truth and Goodness, Mirrors and Masks*, part II: Sociology of Beauty and Face. *British Journal of Sociology*; Vol.41, No.4, 1990.
24. Tatangelo, Gemma and Ricciardelli, Lina; "A qualitative study of preadolescent boys' and girls': Gendered ideals and sociocultural influences"; *body image*, Volume 10, Issue 4, Pages, p.591-598, 2013.