

پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران
دوره ۳، شماره ۱
بهار و تابستان ۱۳۹۲، صص ۱۲۵-۱۰۹

بررسی انسان‌شناختی مفهوم زیبایی صورت مطالعه موردی جوانان ۲۰-۳۰ ساله منطقه ۱۵ تهران

اصغر عسکری خانقاه*

طاهره مهربد**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۵/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۴/۶

چکیده

زیبایی مفهومی نسبی و مبتنی بر سلیقه است و متناسب با فرهنگ و شرایط اجتماعی گوناگون تعریف می‌شود. پژوهش حاضر در صدد بررسی انسان‌شناختی مفهوم زیبایی صورت نزد جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله منطقه ۱۵ شهر تهران است، برای دستیابی به این هدف ابتدا سیر تحول تاریخی زیبایی و سپس معنی آن در یک جغرافیای خاص مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهشگر به مهم‌ترین نظریه‌های شناخت بدن به مثابه امری فرهنگی در حوزه انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی اشاره و در قسمت روش از رویکرد انسان‌شناسی ژرفانگر استفاده کرده است. این پژوهش در منطقه پانزده شهر تهران با برگزیدن سی و شش نفر از پسران و دختران انجام شده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که راه‌های دستیابی به زیبایی تنوع یافته است و افراد برای زیبا شدن دست به هر عملی می‌زنند زیرا زیبایی تنها یک مفهوم نیست بلکه ابعادی نمادین یافته است و کنش‌های آنان راه‌حلی عقلانی برای فرار از داغ ننگ خوردن به شمار می‌آید. زیبایی به عنوان عاملی برای کسب منزلت اجتماعی و همچنین عامل موثر در افزایش اعتمادبه‌نفس محسوب می‌شود.

کلید واژگان: آرایش، جراحی زیبایی، زیبایی، فرهنگ، فرهنگ و شخصیت، مفهوم زیبایی صورت، نظام شخصیت.

* استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

tahereh.mehrbud@gmail.com

** کارشناس ارشد انسان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

مقدمه و بیان مسئله

زیبایی و زیباسازی یکی از مسائل مورد توجه انسان در طول تاریخ بوده است اگرچه مطالعات تاریخی شاهدهی بر نسبی بودن مفهوم زیبایی است، ”آنچه به عنوان زیبایی اطلاق می‌شود تحت تاثیر ملل و فرهنگ‌های مختلف تفاوت می‌کند ولی با این حال وجود تمایل به زیبایی یک امر همگانی و جهانی است“ (عباسی، ۱۳۸۱: ۴). عوامل اجتماعی و فرهنگی، نژادی، قومی و باورهای مذهبی از مهم‌ترین عوامل تعیین معیارهای زیبایی هستند. ”خالکوبی در شرق دور کاری هنری است و در میان گروه‌های نازی، دارودسته‌های خیابانی و زندان‌های امروزی نشان لابلالی‌گری است“ (جزایری، ۱۳۸۳: ۵۰). فرایند جهانی شدن وضعیت جدیدی را ایجاد کرده است. معیارهای زیبایی و هنجارهای بدن همگی بر اساس ویژگی‌های کالبدی اروپای غربی و آمریکای شمالی تعریف می‌شوند. فرهنگ جهانی یک الگوی زیبایی را برای همه جهان مطلق می‌سازد. به صورتی که حتی معیارهای زیبایی چهره و بدن در ایران نیز هر روز به هنجارهای تعریف‌شده غربی نزدیک‌تر می‌شوند.

”جامعه ایران در حال تجربه روند مدرنیزاسیون است اما سیر تکوینی روند مدرنیزه شدن جامعه ایران تنها در ظاهر جامعه خلاصه شده است. رشد آماری تعداد جراحی‌های زیبایی و همچنین آمار بالای مصرف لوازم آرایش در ایران، نشانگر آن است که مدرن شدن ظاهری یک ارجحیت اجتماعی بر مدرن شدن مناسبات اجتماعی در ایران دارد“ (منافی، ۱۳۹۰).

امروزه تحت تاثیر رسانه‌ها، فیلم‌ها، تابلوهای تبلیغاتی و ... گریزی از آنچه که زیبایی تعریف می‌شود وجود ندارد. ”امروزه ما آن چنان با بمباران تصاویر افرادی روبه‌رو هستیم که به استانداردهای زیبایی نزدیک‌اند که ناخودآگاه خودمان هم می‌خواهیم یکی از آنها باشیم. لذا در جهت دستیابی و رسیدن به آن تلاش می‌کنیم“ (قاضی سعیدی، ۱۳۸۲: ۴). به بیان دیگر ”همه باید باربی باشند و فرقی هم نمی‌کند که تو یک شرقی باشی و یک سیاه یا یک سرخ“ (شوستر، ۱۳۷۹: ۸۴).

شاخه‌های هنر مانند نقاشی، موسیقی، معماری، خطاطی و آواز همه به نوعی نشانگر وجود ویژگی زیبایی‌شناختی است که به اشکال مختلف نمود می‌یابد، تمایل انسان به خودآرایی از دیگر نشانه‌های زیبایی‌خواهی است. هر فرد بنا بر فرهنگ و عقاید معیارهای زیبایی را می‌شناسد. برداشت و مفهوم زیبایی در جوامع گوناگون بسیار متفاوت است به عنوان مثال ”بینی پهن در جامعه ما زیبا نیست ولی در کشور گینه نماد زیبایی و جذابیت است“ (همان)

زیبایی چهره تأثیر بسزایی بر رفتار و فعالیت‌های زندگی روزمره مردم دارد بنابراین شناخت تفکرات افراد جامعه در مورد کارکردهای پیدا و پنهان زیبایی و آرایش کردن به عنوان یکی از راه‌های دستیابی به زیبایی ضروری است.

زیست‌جوانان ایرانی نسبت به دهه‌های پیشین تغییر کرده است. به واسطه الگوهای جهانی و تأثیر آنها آرزوها، اهداف و افق دید جوانان ایرانی دچار دگرگونی شده است و این تغییر به سبک زندگی سرایت کرده است. یکی از مسائل مربوط به سبک زندگی، توجه به بدن و زیبایی است. توجه به زیبایی از وجه مادی به وجه فرهنگی در حال گذار است. به این معنا که زیبایی به عنوان نماد و نشانه‌ای اجتماعی نیز به کار می‌رود. با توجه به مسائل یادشده انجام پژوهش حاضر برای شناخت هر چه بیشتر مفهوم زیبایی و راه‌های دستیابی به آن نزد جوانان ضروری است.

اهداف پژوهش

پژوهش پیش رو بر محور دستیابی به اهداف زیر شکل گرفته است:

- ۱) شناخت و تحلیل انسان‌شناختی مفهوم زیبایی صورت در بین دختران و پسران ۳۰-۲۰ ساله منطقه ۱۵ تهران.
- ۲) بررسی اقداماتی که این گروه برای زیبا یا زیباتر شدن صورت خود انجام می‌دهند.
- ۳) بررسی عوامل مؤثر بر نگرش آنها به مفهوم زیبایی چهره.
- ۴) شناخت اثرات زیبایی برای دختران و پسران جامعه مورد مطالعه.

پرسش‌های پژوهش

- ۱) ملاک‌ها و معیارهای زیبایی صورت از دیدگاه دختران و پسران جامعه تحقیق چیست؟
- ۲) اجزای تشکیل‌دهنده چهره زیبا چه ویژگی‌هایی دارند؟
- ۳) چه اقداماتی برای زیبا یا زیباتر شدن چهره توسط جامعه مورد مطالعه صورت می‌گیرد؟
- ۴) دلایل افراد جامعه مورد تحقیق در اقدام برای آرایش و اقدامات مربوط به زیبایی صورت چیست؟

روش پژوهش

پژوهشگر در این پژوهش از روش مردم‌نگاری ژرفانگر با فن مشاهده مشارکتی و ابزارهای تحقیق همچون دوربین عکاسی و ضبط صوت استفاده کرده است زیرا این روش مبتنی بر مشاهده مستقیم، عمیق و جامع موضوعات مورد بررسی در جامعه مورد مطالعه است. فن مصاحبه برای مطالعات عمیق، ژرفانگر و موردی روش مناسبی است، زیرا تعداد افراد مورد مطالعه محدود

هستند و وسعت جامعه کم و عمق مطالعه بسیار زیاد است و محقق به خوبی می‌تواند اعماق و زوایای موضوع مورد مطالعه را بررسی کند.

مصاحبه‌ها در طول چهار ماه (آذر، دی، بهمن و اسفند ۱۳۸۹) و در روزهای چهارشنبه و پنجشنبه در پارک‌های محله انجام شده است. نحوه انجام مصاحبه در زمان‌های مراجعه (۳۰ بار مراجعه) به این شکل بود که ابتدا مفهوم و معیارهای زیبایی صورت پرسیده و سپس در مورد راه‌های دستیابی به زیبایی و دلایل استفاده از این روش‌ها گفتگو می‌شد.

جامعه مورد مطالعه

این پژوهش در راستای هدف ذکرشده در منطقه ۱۵ شهر تهران صورت گرفته است.

”منطقه ۱۵ در جنوب شرقی شهر تهران قرار دارد و مهم‌ترین بخش آن شهرک افسریه و جاده خاوران است. این منطقه از شمال به پادگان قصر فیروزه، ۴۵ متری آهنگ، خیابان خاوران و شوش شرقی و از غرب به خیابان فدائیان اسلام و از جنوب به خیابان دولت‌آباد، کوه بی‌بی شهربانو و کارخانه سیمان و از شرق به کوه‌های شرقی تهران و اراضی افسریه منتهی می‌شود. بخشی از محدوده منطقه نیز در حریم شهر واقع است“ (پرتال شهرداری منطقه ۱۵ تهران)

جامعه مورد مطالعه دختران و پسران ۲۰-۳۰ ساله منطقه ۱۵ بودند که با گروه‌بندی جنسی سی و شش نفر پسر و بیست و نه دختر انتخاب شدند. از نظر ترکیب سنی ۲۰ نفر در گروه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال و ۱۶ نفر در گروه سنی ۲۵ تا ۳۰ سال قرار گرفتند. از نظر میزان تحصیلات ۳ نفر کارشناسی ارشد، ۱۷ نفر کارشناسی، ۲ نفر کاردانی، ۱۳ نفر دیپلم و یک نفر زیر دیپلم و از نظر وضعیت تاهل ۲۳ نفر مجرد و ۱۳ نفر متاهل و از با توجه به وضعیت اشتغال ۱۹ نفر بی‌کار و ۱۷ نفر شاغل بودند.

چارچوب نظری

نظریه‌پردازان اجتماعی در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای به بدن و زیبایی نشان داده‌اند. بدن که در ابتدا با ویژگی‌های زیست‌شناسانه و تمایزگذاری جنسی و نژادی شناخته می‌شد امروزه معنا و مفهومی فراتر یافته است. بدن از یک سو منبع تجربه و درک فردی و واسطه‌ای میان فرد با جامعه بیرونی است و از سویی دیگر پدیده‌ای اجتماعی - فرهنگی تلقی می‌شود (جانسون، ۲۰۰۰). رابطه فرد با بدن را می‌توان در رویکردهای متعددی قالب‌بندی کرد. صاحب‌نظران

حوزه‌های مختلف انسان‌شناسی نظیر مارسل موس^۱، مارگارت مید^۲ و مری داگلاس^۳ و جامعه‌شناسی مانند اروینگ گافمن^۴ و آنتونی گیدنز به نظریه‌پردازی در این حوزه پرداخته‌اند و سعی کرده‌اند تا رابطه میان بدن و جامعه را درک کنند.

مارسل موس مطالعه فنون بدنی را در مطالعه نظام‌های نشانه‌شناختی جای می‌دهد (۱۹۹۶: ۶۹). به عقیده وی

”تکنیک‌های بدنی، تکنیک‌های قابل انتقال و آموختنی از طریق پروسه اجتماعی یادگیری‌اند. هر نوع عملی نقش یادگیری را نشان می‌دهد. این تکنیک‌ها در صورتی شکل می‌گیرد که دو عنصر وجود داشته باشد. نخست، تکنیک باید اثرگذار و از همین رو به وجودآورنده نتیجه مطلوب باشد و دوم، در متن سنتی باشد که انتقال آن ممکن باشد“ (لچت، ۱۳۷۸: ۵۹)

مری داگلاس بدن را به مثابه یک متن فرهنگی در نظر می‌گیرد که ارزش‌های فرهنگی، اشتغالات و اضطرابات یک فرهنگ خاص را منعکس می‌سازد و تجلی عینی می‌بخشد و از طریق آن می‌توان مطابقتی میان استقرار محدودیت‌های جسمانی در یک طرف و نظام اجتماعی در طرف دیگر مشاهده نمود. کالبد در جوامع غربی بدن ماده خامی است که بنا بر موقعیت‌های موجود شکل می‌گیرد. کالبد نوعی ابزار اعلام حضور است؛ نوعی مکان برای صحنه‌پردازی خویشتن. تمایل به تغییر دادن کالبد به امری عمومی بدل شده است. کالبد دیگر یک نمود مادی تغییرناپذیر نیست بلکه یک ساخت شخصی، گذرا و قابل دستکاری است که می‌توان به دفعات بی‌پایان و بنا بر تمایل فرد در آن دگردیسی به وجود آورد. افراد حاضر به پذیرش بی‌چون و چرای کالبد خویش نیستند، بلکه تمایل دارند آن را با هدف کامل شدن دگرگون کنند.

مارگارت مید معتقد است که فرهنگ یک منطقه و یک ملت خود را در شکل‌گیری شخصیت افراد نمایان می‌سازد. وی به هویت جنسی شامل مردانگی و زنانگی اشاره می‌کند که در شخصیت افراد اثرگذار است. ”چنین هویتی ریشه فرهنگی دارد و موقعیت زیستی بر آن چندان اثرگذار نیست. حاصل این الگوی فرهنگی شخصیتی به نام زن و مرد با تمایلات و نیازهای متفاوت است“ (سعیدی مدنی، ۱۳۸۶: ۳۸۰).

اساس نوشته‌های گافمن این مسئله است که ”افراد به ناچار وارد اجتماع می‌شوند و باید به بهترین وجه ممکن در آن پیشرفت کنند“ (کیوسیتو، ۱۳۸۳: ۱۶۲). افراد با استفاده از ظاهر، حرکت‌های بدنی و چهره خود تاثیرات مشخص و معینی را به دیگر افراد منتقل می‌کنند و از این

¹ Marcel Mauss

² Margaret Mead

³ Mary Douglas

⁴ Erving Goffman

طریق کنش متقابل صورت می‌گیرد. گافمن در اثر خود با عنوان *داغ*^۱ به شکاف میان آنچه که یک فرد واقعا هست و آنچه باید باشد، می‌پردازد و هر شخصی را که شکافی میان هویتش وجود داشته باشد را داغ‌خورده^۲ می‌داند. وی بر اهمیت بدن برای نشان دادن خود در زندگی و به داغ ننگ خوردن و از دست دادن اعتبار و نشان اجتماعی افراد اشاره می‌کند و "میان ویژگی‌ها با نسبت‌های بی‌اعتبارکننده و نشان‌هایی که واقعا فرد را بی‌اعتبار می‌کنند فرق می‌گذارد" (آدام، ۱۳۷۶: ۱۶۳).

"کسی که از داغ بی‌اعتبارشدگی^۳ رنج می‌برد مثل کسی که در چهره‌اش نقصی وجود دارد، مسئله بنیادی نمایشی‌اش، تخفیف ناشی از این واقعیت است که دیگران قضیه را می‌دانند، اما کسی که دچار داغ احتمال بی‌اعتباری^۴ است مثل کسی که در گذشته تجربه هم‌جنس‌گرایی داشته است، مسئله نمایشی‌اش سر نگهداری است تا قضیه‌اش برای حضار همچنین ناشناخته باقی بماند" (ریتزر، ۱۳۷۹: ۲۹۸)

خود در عصر مدرن به طرخی تبدیل می‌شود که باید ایجاد کرد و نه چیزی که سنت یا عادت به طور قطعی تعیین کرده است. این طرح امکان تردید قابل ملاحظه، تهدید و احساس پوچی را با خود به همراه می‌آورد همچنین امکان انتخاب شیوه زندگی را به افراد می‌دهد. گیدنز این تغییر نگرش نسبت به خود و نسبت به بدن را به مفهوم سیاست زندگی پیوند می‌زند.

"ما به نظامی ما بعد سنتی وارد شده‌ایم. نظامی دارای ریسک که شک و انتخاب، ما را احاطه نموده است و از آنجایی که زندگی با محاسبات ریسکی اضطراب‌آور است، سیاست برآمده از این وضع یعنی سیاست زندگی می‌تواند تسکین‌دهنده باشد و آینده بهتری را برای ما رقم بزند" (گیدنز، ۱۳۸۲: ۳۰۸)

پیشینه پژوهش

رساله *آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان* (مریم حسینی، ۱۳۸۷) به مطالعه دلایل آرایش دختران و نقش آن در زندگی اجتماعی آنها پرداخته است. نتایج حاصل از تحقیق بیانگر آن است که آرایش و توجه به زیبایی با زندگی روزمره افراد درهم تنیده شده است و توسط آن تنظیم و هماهنگ می‌شود و با وجود فشارهای ساختاری دختران در انتخاب آرایش تا حدی عاملیت خود را حفظ می‌کنند.

¹ stigma

² stigmatized

³ discredited stigma

⁴ discreditable stigma

نجفی (۱۳۸۱) در پژوهشی نشان می‌دهد که میان جراحی پلاستیک بینی و رابطه آن با افزایش خودپنداره مثبت زنان رابطه معناداری وجود دارد و زنان خانه‌دار بیشترین تاثیر را از عمل جراحی زیبایی گرفته‌اند. در مقابل رابطه معناداری میان دلایل اقدام به جراحی با سطح تحصیلات، وضعیت تاهل، سن، شغل برقرار نیست.

یافته‌های نصرتی در بررسی رابطه میان عزت نفس و تصویر تن و توده بدن را در بین دانشجویان دختر دانشگاه پرستاری واحد کرج (۱۳۸۰) نشان می‌دهد میان عزت نفس و تصویر تن رابطه معناداری وجود دارد اما میان عزت نفس و توده بدن همبستگی معناداری وجود ندارد. توده بدن اگرچه در تصویر تن موثر است اما تنها عامل نیست و احتمالا عوامل دیگری نظیر برداشت‌های شخصی از توانایی‌های خود و سایر عوامل روان‌شناختی و اجتماعی وجود دارند که در تصویر تن موثر هستند.

مرور تاریخی بر معیارهای زیبایی‌شناختی

مطالعات باستان‌شناختی یافته‌های مهمی در مورد توجه به زیبایی را مطرح می‌سازند.

”در پایان آخرین دوره یخبندان در دوره پارینه‌سنگی^۱، وسایل شکار به وسیله تصاویری که نمایش صحنه‌های خانوادگی یا حیوانات بود تزئین می‌شد. همه اقوام، در این زمان علاقه زیادی به زینت‌آلات نشان می‌دادند و از صدف یا دندان حیوانات گردن‌بندهایی برای خود می‌ساختند منتهی جنبه جادویی آن را هم همیشه در نظر داشتند و اشیاء زینتی را مایه خوشبختی می‌دانستند“ (چایلد، ۱۳۴۲: ۳۳)

انسان‌های کرومانیون^۲ در تصاویرشان صورت انسانی از خود به جای نگذاشته‌اند و تصاویر اغلب مبهم و عجیب است. صورت‌ها معمولا دارای نقاب و بیشتر شبیه صورت حیوان است.

”در آغاز عصر مفرغ در جنوب قاره در بیابان‌های اطراف رودخانه نیل مردم پلک خود را با ماده مخصوصی که از سینائی می‌رسید رنگ می‌کردند و این کالا به وسیله شکارچیان صحرا وارد می‌شد و با کالاهای محلی مبادله می‌شد“ (لینتون، ۱۳۳۷: ۲۵)

^۱ paleolitique

^۲ در علم انسان‌شناسی، انسان‌های کرومانیون و انسان کنونی را هموساپین یا انسان هوشمند نامیده‌اند ولی این دو نوع نیز دارای تفاوت‌های اساسی با یکدیگر هستند.

گیرشمن در کتاب *ایران از آغاز تا اسلام* درباره زندگی نخستین ساکنان فلات ایران می‌نویسد: "مرد و زن هر دو علاقه داشتند خود را آرایش کنند، گردنبندهایی از صدف ترتیب می‌دادند و حلقه انگشتری و دست‌بند را از صدف‌های بزرگ یا سنگ‌های نرم می‌ساختند" (۱۳۸۶).

پیشرفت فن آرایش از دربارهای سلاطین شروع شده است. در میان گروه‌ها و طبقات مختلف دربار مشاطه‌گران و آرایشگران چون رامشگران و خنیاگران مقامی پر ارج داشته‌اند. بعدها دامنه کار این گروه از چارچوب دربار و طبقات بالا خارج و وارد سایر گروه‌های اجتماع شد. رونق کار آنها در میان مردم عادی در ابتدا بیشتر در جشن و عروسی بوده است. "در تفاترهای فولکلوریک و نمایش‌هایی که در عروسی‌ها ترتیب می‌داده‌اند نقش موثر گریمورها را زنان مشاطه به عهده داشته‌اند" (اعلائی، ۱۳۴۵: ۵۱).

معیارهای زیبایی صورت

مصاحبه با جامعه مورد مطالعه نشان می‌دهد که زیبایی صورت دختران (زنان) دارای معیارهای تعیین‌شده‌ای است که تا حدود بسیار زیادی مورد پذیرش تمامی افراد است. صورت زیبای زنانه این گونه تعریف می‌شود:

صورت گرد، شکل پیشانی مقعر، طول پیشانی متوسط، شکل ریشه بینی متوسط (هم‌سطح نسبت به برجستگی پیشانی) فاصله چشم تا ابرو متوسط، گوشه خارجی چشم مستقیم، طول بینی متوسط، نیم رخ بینی مقعر، قاعده بینی نیمه پدید، پره بینی نیمه مشخص، نوک بینی تیز و سربالا و در امتداد خود بینی سوراخ بینی بیضی، گونه برجسته، پشت لب کوتاه، طول لب متوسط، نسبت ضخامت لب بالا به لب پایین برابر و ضخامت لب معمولی. رابطه لب بالا با دندان‌ها باید به گونه‌ای باشد که فقط دندان‌ها نمایان باشند، زاویه چانه در زیر لب به اندازه معمولی و وضعیت چانه در نمای تمام رخ با پراکندگی معمولی از بافت نرم باشد.

معیارهای زیبایی صورت برای پسران (مردان) نیز این گونه تعریف می‌شود:

فرم صورت گرد، فرم پیشانی تخت، طول پیشانی متوسط، فرم ریشه بینی هم‌سطح نسبت به برجستگی پیشانی (متوسط)، فاصله چشم تا ابرو متوسط، گوشه خارجی چشم مستقیم، طول بینی متوسط، نیم رخ بینی مستقیم، سوراخ‌های بینی نیمه مشخص، پره بینی نیمه مشخص، نوک بینی گرد و سوراخ‌های بینی بیضی، گونه نیمه برجسته، پشت لب متوسط، طول لب متوسط، ضخامت لب بالا به لب پایین متوسط و ضخامت لب متوسط. رابطه لب بالا با دندان‌ها به گونه‌ای باشد که فقط دندان‌ها نمایان باشند. زاویه چانه در زیر لب متوسط و وضعیت چانه از نظر تراکم بافت نرم در حد معمولی باشد.

روش‌های زیباسازی صورت

معیارهای زیبایی تعیین‌شده افرادی را خارج از مفهوم زیبایی قرار می‌دهند، پرسش اینجا است که افرادی نازیبا چگونه برای نزدیک شدن به مفهوم زیبایی عمل می‌کنند؟

آرایش

آرایش یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های روزانه برای زیباسازی در میان گروه دختران است. دختران مورد مطالعه در این پژوهش معتقدند که آرایش کردن برای آنها کاری لذت‌بخش است و می‌تواند تا حدودی چهره آنها را زیباتر نشان دهد همچنین آرایش کردن به نوعی برای آنها مقبولیت اجتماعی به همراه دارد.

”وقتی آرایش دارم، دیگران نگاه بهتری به من دارند، دوست دارند با من ارتباط برقرار کنند. برای اینکه بتوانم در بین دوستانم هم قابل پذیرش باشم و انگ امل بودن نخورم باید آرایش داشته باشم و به ظاهر حسابی رسیدگی کنم البته خودم هم این کار را دوست دارم“ (سارا، ۲۴ ساله، دانشجوی کارشناسی)

موزدایی

موزدایی یا اپیلاسیون به عمل برداشتن مو از بدن اطلاق می‌شود و شایع‌ترین شکل آن اصلاح صورت است و درمیان دختران بیشتر شایع است. به عقیده اکثر دختران مورد مطالعه در زمان ما فقط امل‌ها موهای زاید صورت را بر نمی‌دارند.

”در قدیم که دختران موهای زاید صورت خود را تا زمان ازدواج نگه می‌داشتند و در زشت نشان دادن خود مشارکت می‌کردند. صورت دارای مو را بسیار زنده است و دختران و زنان حداقل هر دو هفته یک بار باید بند بیندازند“ (مریم، ۲۵ ساله، دانشجوی)

تتوی صورت

تتوی بر روی صورت یکی دیگر از راهکارهای زنان برای زیبا ساختن صورت است که عمدتاً بر روی آبرو انجام می‌گیرد تا پرپشت‌تر نشان داده شود و نیز شکل آن ثابت بماند.

”به علت کم پشت شدن ابروهایم را تراشیدم و تتو کردم و این کار زیبایی خاصی به چهره‌ام می‌دهد. یکی از دلایل دیگر من برای این کار جلب توجه اطرافیان به خصوص پسرها است. به نظر من ملاک‌های زیبایی عوض شدند و اگر روزی داشتن

ابروهای پرپشت برای دختران زیبایی و منانت به حساب می‌آمد امروزه این‌طور نیست“ (سحر، ۲۷ ساله، دیپلمه)

جراحی بینی

عمل زیبایی بینی برای کوچک کردن بینی و تغییر شکل آن در ایران بسیار رایج است. بینی زیبا شکل و تعریف کاملاً مشخصی پیدا کرده است و عمل بینی در سال‌های اخیر تنها به گروه زنان محدود نمانده است و پسران جوان نیز تمایل بالایی برای جراحی بینی خود نشان می‌دهند.

”جراحی زیبایی ریسک‌های فراوانی دارد ولی این کار به ریسکش می‌ارزد چرا که چهره آدم را بسیار متفاوت می‌کند و در زیباتر و جذاب شدن قیافه موثر است. دوست داشتم شکل بینی‌ام به شکل معیار نزدیک باشد“ (مسعود، ۲۴ ساله، دانشجو)

”من به خاطر قوسی که روی بینی‌ام بود زجر می‌کشیدم و اعتمادبه‌نفسم را در میان جمع از دست می‌دادم. با انجام عمل زیبایی هم اعتمادبه‌نفسم را به دست آوردم و هم احساس می‌کنم بیشتر از قبل زیبا هستم و راحت‌تر در جمع‌ها شرکت می‌کنم“ (عاطفه، ۲۵ ساله، دانشجو)

زدن چسب بینی بدون داشتن تجربه عمل زیبایی یکی دیگر از راهکارهای زیباسازی است. گروهی تنها برای ”نمایش جراحی“ این چسب را بر بینی خود زده‌اند. جراحی بینی اعتبار اجتماعی می‌آورد. زمانی که کسی جراحی بینی انجام می‌دهد یعنی سلیقه بالایی دارد و به زیبایی خود اهمیت می‌دهد، به لحاظ مالی از توانایی مناسبی برخوردار است و می‌تواند مبلغ زیادی برای یک امر غیرضروری هزینه کند، تمامی این موارد برای فرد مذکور تشخیص اجتماعی به همراه دارد.

برنزه کردن پوست

پوست سبزه و تیره یکی از الگوهای زیبایی رایج است و دختران و حتی پسران به تغییر رنگ پوست خود از سفید به سبزه علاقه‌مند هستند. شیوه‌های متفاوتی برای برنزه کردن پوست وجود دارد مانند حمام آفتاب در ساحل یا استخر، استفاده از دستگاه و یا کرم‌های مخصوص.

”وقتی پوست آدم و به خصوص پوست صورت سفید هست یعنی از آن دست دخترانی هستی که به اصطلاح آفتاب مهتاب ندیده‌اند. در حال حاضر دخترانی که

روابط عمومی بالا دارند و مشارکت اجتماعی دارند و فعالیت‌های خارج از خانه دارند جذاب هستند. کسی که پوست برنزه و سبزه دارد یعنی حداقل اهل سفر کردن هست“ (مریم، ۲۵ ساله، دانشجوی)

”برای من این کار الزامی است. رشته ورزشی من پرورش اندام است و بدن یک ورزشکار پرورش اندام باید برنزه باشد تا عضلات خود را نشان دهد. من معمولاً این کار را با دستگاه انجام می‌دهم“ (مجتبی، ۲۸ ساله، دانشجوی کارشناسی ارشد)

برجسته کردن لب

برجسته کردن یا پروتز لب یکی دیگر از شیوه‌های نسبتاً متداول میان دختران برای زیباسازی صورت است.

”اکثر ایرانیان دارای لب‌های باریک و افتاده هستند و نیاز به برجسته‌سازی لب دارند. لب‌ها مهم‌ترین اعضای صورت هستند و در نگاه اول اولین چیزی که به چشم می‌آید لب‌ها هستند“ (سمیرا، ۲۶ ساله، حسابدار)

”به خاطر ترکیب چشم‌ها و ابروهایم دوست داشتم که به لبم تنوعی بدهم به همین خاطر پروتز کردم. بیشتر احساس زیبایی می‌کنم و این کار برای مردان جذاب است. لب‌های باریک هیچ جذابیت و زیبایی در صورت ایجاد نمی‌کنند“ (زهرا، ۲۳ ساله، دیپلمه)

بدن به مثابه پدیده‌ای اجتماعی - فرهنگی

مصرف‌مدار بودن هویت و بدن‌مدار بودن مصرف در جامعه نوین را می‌توان دلیل اصلی رفتارهایی چون انجام جراحی زیبایی دانست. در حال حاضر رفتارهای معطوف به زیباسازی و ایجاد جذابیت بدنی به عنوان بخشی از سبک زندگی تمایزبخش اقشار مختلف است. اهمیت یافتن بدن و بازتابی شدن هویت بدنی افراد، از پیامدهای جامعه مصرفی است که در آن افراد با تغییر ویژگی‌های بدن خود مبادرت به ساخت بدن اجتماعی می‌کنند یعنی بدنی که از نظر وضعیت ظاهری، آرایشی و پوششی مقبول نظام اجتماعی است.

”شرایط جامعه ما به خصوص در تهران الان به گونه‌ای است که اگر با آرایش و مدل‌های متنوع مو ظاهر نشوی چندان مورد قبول قرار نمی‌گیری“ (بهار، ۲۲ ساله، فروشنده پوشاک)

چهره زیباشده هم سرمایه‌ای فیزیکی و نمادین است که می‌تواند دربردارنده ارزش‌های جامعه برای هویت و خود باشد و هم سرمایه‌ای است که قابلیت تبدیل شدن به انواع دیگر سرمایه را دارد.

ساخت هویت جدید و خود آرمانی از دیگر دلایل ذکرشده توسط مصاحبه‌شوندگان است. ما در عصری زندگی می‌کنیم که ارزش‌های مدرنیته بر آن مسلط است. با توجه به اهمیت بدن در جامعه مورد مطالعه 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 روزمره خود به بهترین صورت آن را عرضه کنند.

”من از نوجوانی از چهره خود راضی نبودم؛ بنابراین همین که به سن قانونی رسیدم تغییرات مورد نظرم را در صورتم اعمال کردم و اکنون احساس رضایت بیشتری از چهره خود دارم“ (سمیرا، ۲۶ ساله، کارشناس حسابداری)

”من زیبا بودن را خیلی دوست دارم تنوع در چهره‌ام روحیه ام را بالا می‌برد به همین خاطر ابتدا بینی‌ام را جراحی کردم. اعتماد به نفسم خیلی بالاتر رفته و در میان دوستانم هیچ نقطه ضعفی را احساس نمی‌کنم. از حالت عادی ابروهایم خسته شدم به همین علت با تتو کردن ابروهایم تنوع بیشتری به چهره‌ام دادم“ (غزال، ۲۳ ساله، کارمند)

خودآرایی و واکنشی دوسویه

دختران و پسران مورد پژوهش بر اساس اندیشه‌های خود و نیز رفتارهای که کنشگران متقابل آنها در جامعه دست به خودآرایی می‌زنند. آنها در جریان اجتماعی شدن اطلاعاتی را که در مورد خود و دیگران به دست می‌آورند با نیازهای خویش سازگار می‌کنند. این پدیده تحت تأثیر خود آنها که محصول من و در من آنهاست موجب دگرگون شدن رویکردهای سازمان‌یافته و ایجاد تجربیات شخصی برایشان می‌شود و قضاوت دیگران در مورد خود، آنها را وادار می‌کند تا به چگونگی نمایان شدن در مقابل دیگران بیندیشند.

”خدا زیبایی‌ها را دوست دارد و ما هم دوست داریم پس وقتی با آرایش و عمل اجزای صورت زیباتر می‌شویم چرا این کار را نکنیم هم نوعی تنوع است و هم خیلی لذت‌بخش. در واقع آرایش کردن علاوه بر این که برای من نوعی تفریح است، فکر می‌کنم که با آرایش کردن کلاس بیشتری دارم به همین خاطر ترجیح می‌دهم که

مخصوصاً در شرایطی که قصد رفتن به بیرون از خانه را دارم با آرایش ظاهر شوم تا کلاس کاری خود را حفظ کنم“ (سمیه، ۲۷ ساله، دانشجوی کارشناسی ارشد)

دختران و پسران جوان به برداشتی که در ذهن دیگران از چهره، رفتار و کردار آنها وجود دارد اهمیت می‌دهند. آنها وقتی دست به آرایش می‌زنند در یک فراگرد از نفوذ متقابل قرار می‌گیرند.

”داشتن چهره‌ای بی‌رنگ و رو و بدون آرایش نه تنها برای خودم که برای دیگران که مرا می‌بینند هم چندان خوشایند نیست. من فکر می‌کنم آرایش کردن و به نوعی مرتب بودن، در روحیه دیگران و افرادی که با من در تعامل هستند نیز بسیار موثر است به همین جهت بخشی از دلیل من برای آرایش کردن به خودم و بخشی دیگر به دیگران و تصور آنها از من وابسته است“ (صبا، ۲۰ ساله، دانشجوی)

زیبایی و توجه به بدن به عنوان عاملی برای کسب منزلت اجتماعی و همچنین عامل موثر در اعتمادبه‌نفس به کار گرفته می‌شود.

”من قبل از عمل بینی هم زیبا بودم اما با این عمل زیباتر شدم و قبلاً برایم دغدغه بود اما الان نسبت به زیبایی صورت دغدغه‌ای ندارم و خودم را بسیار زیبا می‌بینم و در میان جمع و دوستان اعتمادبه‌نفس زیادی دارم و خیلی از پسرها به من توجه می‌کنند“ (لیلا، ۲۶ ساله، فروشنده)

”آرایش کردن چهره را جذاب‌تر می‌کند و من هم خودم و هم شوهرم این عمل را می‌پسندیم و با آرایش آدم روحیه اش عوض می‌شود و همه چیز را زیبا می‌بیند و اطرافیان و دیگران هم بیشتر به چهره زیبا جلب می‌شوند و به نوعی همیشه جلب توجه می‌کنی. فکر می‌کنم اگر آرایش نکنم دیگران بی‌توجه از کنارم می‌گذرند و این برایم ناراحت‌کننده است“ (مونا، ۲۵ ساله، دانشجوی)

شرایط اقتصادی و زیباسازی

جراحی بینی یکی از شایع‌ترین راه‌های زیبا شدن است که هزینه آن در مقایسه با درآمد متوسط جامعه ایرانی اندکی بالا است ولی استقبال از این پدیده بیش از حد تصور پزشکان جراح بوده است. همان‌طور که اشاره شد افرادی که توانایی مالی انجام جراحی را ندارند، به صورت نمایی اقدام به چسباندن چسب جراحی بینی می‌کنند. در اولین نگاه این‌گونه به نظر می‌رسد که متقاضیان عمل‌های جراحی زیبایی، افرادی مرفه اما نازیبا هستند اما مشاهدات انجام‌شده نشان

می‌دهد که اکثر افراد مورد مطالعه علی‌رغم شرایط اقتصادی خانواده برای زیباتر ساختن خود، بسیار هزینه می‌کنند، آنها این امر را بسیار ضروری می‌دانند و شرایط لازم را با سختی فراهم می‌سازند و حتی بر روی مهم‌ترین سرمایه زندگی یعنی جانشان نیز ریسک می‌کنند.

”لب جذاب‌ترین عضو صورت است و اگر لب‌ها به اندازه‌ی کافی زیبا و گیرا نباشند، بقیه اجزای صورت تحت تاثیر آنها به چشم نخواهند آمد“ (امین، ۲۲ ساله، دیپلم)

”من هر سال به سواحل شمالی یا جنوبی کشور سفر می‌کنم تا پوستم را برنزه بکنم، از اینکه شرایط جامعه ما به گونه‌ای است که فقط صورت دختران دیده می‌شود ناراحتم و این همه هزینه‌ای که برای برنزه کردن می‌کنم را فقط در مهمانی‌ها می‌توانم نشان بدهم“ (عسل، ۲۰ ساله، دانشجو)

دستکاری چهره و فرار از داغ ننگ

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهند که از نظر افراد مورد مطالعه به علل متعدد و با تاکید بر بعضی هنجاری زیبایی وضع ظاهر از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است و افراد برای انطباق با این هنجارها به کنش‌های متعددی دست می‌زنند. دلایل گرایش به این امر را علاوه بر حس زیباسندی می‌توان در رفع نواقص و ناراحتی‌های جسمانی و عوارض روانی ناشی از آن و سپس بهبود کیفیت زندگی و در مواردی تبلیغات رسانه‌ها، چشم و هم‌چشمی (رقابت اجتماعی) و ... عنوان کرد.

ویژگی‌های کالبدی خاصی در فرد از جمله نقص و عیب در چهره (با توجه به تعریف جامعه) و حتی برداشت از زشتی و زیبایی چهره ممکن است موجب بی‌اعتباری فرد شوند و در چنین شرایطی فرد برای اینکه در برخورد با دیگران از مشکلات و تنش‌های خود بکاهد و بتواند با راحتی و آرامش بیشتر در صحنه زندگی اجتماعی ظاهر شود انواع جراحی زیبایی را با هدف بهبود کیفیت چهره خود انتخاب و برای آن هزینه کند.

اقدام برای جراحی زیبایی یک کنش جمعی است؛ چرا که با توجه به آمارهای بالای رسمی و غیررسمی به هیچ‌وجه مسئله‌ای فردی و شخصی نیست و زیباسازی به یک کنش اجتماعی در میان جامعه ایرانی تبدیل شده است. هم‌نوایی اجتماعی را می‌توان در چارچوب کنش عقلانی تحلیل کرد. شاید در نگاه اول هم‌نوایی اجتماعی به عنوان اجباری بر کنشگران ملاحظه تحلیل شود اما با توجه به عقلانی بودن کنشگر، هم‌نوایی به منظور فرار از داغ ننگ خوردن، می‌تواند به صورت راه‌حلی عقلانی برای بهبود زندگی و انطباق با شرایط در نظر گرفته شود.

”آرایش کردن بیشتر عیب‌های صورت را می‌پوشاند زیبایی خاصی به چهره می‌دهد و من با آرایش کردن اعتمادبه‌نفس خاصی می‌گیرم و از اینکه زیباتر شوم احساس لذت بیشتری می‌کنم“ (حمیده، ۲۴ ساله، کارمند شرکت خصوصی)

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رفتارهای زیباسازی جوانان مورد مطالعه در بعد آرایش، با مخاطبان، مکان‌ها و موقعیت‌های ویژه‌ای که در طول روز با آنها روبه‌رو هستند منطبق و سازگار است. در بعد جراحی‌های زیبایی رفتارها تابعی از تلاش برای کسب منزلت و دستیابی به انطباق با تعاریف و معیارهای جامعه در مورد زیبایی است.

آرایش برای دختران فعالیتی مهم تعریف می‌شود. آنها میزان و نحوه آرایششان را با درک خود از فرهنگ حاکم بر محیط‌های مختلف، نوع و جنس مخاطب، میزان ارتباطات و نوع فعالیت تغییر می‌دهند. می‌توان بیان کرد که آرایش برای دختران امکان ایجاد روابط اجتماعی متعددی را فراهم می‌کند. در تحلیل و تفسیر مصاحبه‌ها به دامنه‌ای از دلایل مانند افزایش سرمایه اجتماعی، اجبار یا هم‌نوایی گروهی، ساخت هویت جدید و خود آرمانی و افزایش اعتمادبه‌نفس در توضیح چرایی آرایش دست یافتیم.

ارتباطات اجتماعی برای جوانان اهمیت فراوانی دارد. در این میان چهره به تعبیر ساینوت ”یک نماد رسمی از خود است“ (۱۹۹۳:۲۷۳) و یکی از تاثیرگذارترین قسمت‌های بدن در ارتباطات متقابل به شمار می‌رود. بنابراین افراد و به ویژه جوانان تلاش می‌کنند تا با مدیریت ظاهر خود بیشترین تاثیرگذاری را بر دیگران داشته باشند تا بتوانند حداکثر پذیرش اجتماعی را کسب کنند و سرمایه اجتماعی خود را افزایش دهند. گافمن می‌گوید افراد با آرایش و ظاهر بیرونی خود (چهره، بدن و لباس) ارتباطی برقرار می‌کنند که بیشترین تاثیرگذاری را بر دیگران داشته باشد. وی مدعی است که افراد در اجراهای صحنه‌ای درصد افزایش منافع خود و به حداقل رساندن زیان هستند (۱۹۵۹).

آرایش کردن شیوه‌ای عقلانی برای کسب سرمایه نمادین است. کنشگران عقلانی به دنبال اهدافی مشخص عمل می‌کنند و می‌کوشند تا در این تبادلات بیشترین منافع و کمترین زیان را نصیب خود سازند.

مطابق با نظر مارگارت مید، انسان صرفاً به صورت خنثی عناصر فرهنگی را دریافت نمی‌کند بلکه آنها را در درون خود تغییر می‌دهد. پس میان فرهنگ واقعی و فرهنگ ساخته‌شده تفاوت وجود دارد و تنوع شخصیتی که عامل اصلی آن فرهنگ است تنوع فرهنگی را به وجود می‌آورد و هر دختر و پسر جوانی دارای یک شخصیت منحصربه‌فرد است که تحت تاثیر عوامل

محیطی که بر عوامل درونی و غریزی او اولویت دارد شکل گرفته است و بر اساس آن دست به کنش می‌زند بنابراین معیارهای زیبایی متفاوت هستند. وجه اشتراک بین همه افراد یک گروه وجود دارد که شخصیت اجتماعی آنها را شکل می‌دهد و همین موجب می‌شود که معیارهای زیبایی‌شناسی جامعه ایرانی دارای تفاوت‌هایی درون خود و با سایر جوامع باشد.

گروه مورد مطالعه با این عقیده که برای خودآرایی و برخوردار از نعمت‌های زندگی آفریده شده‌اند با اینکه برای دستیابی به زیبایی‌ها فعالیت‌ها نکنند، مخالف هستند و برای زیبا یا زیباتر شدن چهره خود شیوه‌های متفاوتی را انتخاب می‌کنند. آنها برای رسیدن به خواسته خود شرایط مالی، اقتصادی و خانوادگی را آماده می‌سازند.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران، انتشارات سروش.
- آدام، فیلیپ و کودین هرتسیک (۱۳۷۶). *جامعه‌شناسی بیماری پزشکی*، ترجمه دنیا کتبی با همکاری مرتضی کتبی، قم، انتشارات باور داران.
- جزایری، شیرین (۱۳۸۳). *عوامل روان‌شناختی اقدام انجام عمل زیبایی در سن ۲۰ تا ۳۰ سال*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- چایلد، گوردون (۱۳۴۲). *سیر تاریخ*، ترجمه احمد بهمنش، تهران، دانشگاه تهران.
- رتیزر، جورج (۱۳۷۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر عملی.
- سعیدی مدنی، سید محسن (۱۳۸۶). *شکل‌گیری و توسعه نظریه‌های کلاسیک در انسان‌شناسی*، یزد، انتشارات دانشگاه یزد.
- شوستر، گابی (۱۳۷۹). *دنیای دختران*، ترجمه کتابون تجلی، تهران، نشر پیدایش.
- عباسی، بنفشه (۱۳۸۱). *بررسی بالینی و نتایج عمل جراحی رینو پلاستی در بیمارستان آریا*، پایان‌نامه دکتری رشته پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد.
- قاضی سعیدی، محمدرضا (۱۳۸۲). *مناسب‌ترین نیمرخ نسج نرم صورت خانم‌های جوان ایرانی*، پایان‌نامه دکتری فوق تخصص جراحی پلاستیک و ترمیمی.
- کیوسیتو، پیترو (۱۳۸۱). *اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- گیرشمن، رومن (۱۳۸۶). *ایران از آغاز تا اسلام*، ترجمه دکتر محمد معین، تصحیح دکتر میترا مهرآبادی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- لچت، جان (۱۳۷۸). *پنجاه متفکر بزرگ معاصر: ساختارگرایی تا پسا مدرنیته*، ترجمه محسن حکیمی، تهران، انتشارات خجسته.
- لینتون، رالف (۱۳۷۷). *سیر تمدن*، ترجمه پرویز مرزبان، تهران، دانش با همکاری فرانکلین.
- نجفی، مریم (۱۳۸۱). *بررسی تاثیر جراحی زیبایی بر افزایش خودپنداره مثبت زنان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.
- نصرتی، آفری (۱۳۸۰). *رابطه میان عزت نفس و تصویر تن و توده بدن در دانشجویان دختر دانشگاه پرستاری و مامائی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- منافی، علی (۱۳۹۰). *رویه‌ها جراحی پلاستیک و زیبایی در محدوده جغرافیایی منطقه ۱۵ در*
<http://www.cosmeticsurgery.ir>
<http://region15.tehran.ir>

Doglas, Mary (1996). *Natural Symbols, Exploration in Cosmology*. London and New York, Routledge.

Synnot, Anthony (1993). *The Body Social: Symbolism, Self and Society*. London, Routledge.

Turner, Bryan, S (1996). *The Body and Society: Exploration in Social Theory*. London, Sage Publications.

