

## بدن‌مندی و برساخت مردانگی:

### روایت مردان از تجربه‌ی جراحی‌های زیبایی

حسین دانش‌مهر

عضو هیئت‌علمی دانشگاه کردستان

پرویز سبحانی<sup>۱</sup>

کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

دوره ۲۸، شماره یک: ۱۹۹-۲۲۷

شاپا ۲۸۰۹-۱۰۱۰

نمایه در *ISC*

پذیرش ۱۴۰۰/۷/۱۴

دریافت ۱۳۹۹/۲/۳

#### چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین بدن‌مندی و برساخت مردانگی، به تحلیل روایت‌های مردان از تجربه‌ی کردن جراحی‌های زیبایی می‌پردازد. بر همین اساس، با استفاده از آرا و نظرات شیلینگ به عنوان متفکر برجسته‌ی حوزه‌ی بدن‌مندی، درصدد ارایه‌ی چارچوبی مفهومی حول بدن‌مندی و برساخت مردانگی به منظور پاسخ به سوالات تحقیق برآمدیم. شیلینگ قایل به اهمیت بدن و بدن‌مندی به عنوان واسطه‌ی چندبُعدی ساخت جامعه است و جراحی زیبایی در عصر زندگی مدرن را ابزاری برای انطباق با محیط پیرامون و تجسم‌یافتگی سوژه می‌بیند. این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل روایت، داده‌های خود را از طریق صاحب‌هی باز با تعداد ۲۰ نفر از مردان ساکن شهر سنندج که یکی از انواع جراحی زیبایی را تجربه کرده بودند و همچنین ۴ نفر پزشک متخصص در زمینه‌ی جراحی زیبایی به عنوان مرجع تایید داده‌ها گردآوری نموده است. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش، گلوله‌برفی بوده و برای تحلیل محتوای مصاحبه‌ها از تکنیک تحلیل تماتیک استفاده شده است. در مجموع، داده‌های تولیدشده در قالب ۹۷ مفهوم عمده، ۲۴ مقوله‌ی محوری و ۸ مفهوم اصلی کدگذاری و تحلیل شده‌اند. مفاهیم اصلی به دست آمده شامل: ساخت بازاندیشانه‌ی خود، بازنمایی بدن، مدیریت تاثیرگذاری، معاشرت‌پذیری، خلق تکنولوژیک بدن، رویت‌پذیری، مردانگی هژمونیک و مُدگرایی است. نتایج نشان می‌دهد که بدن‌مندی مردانه و برساخت مردانگی در شهر سنندج، متأثر از مولفه‌هایی چون زوال سنت‌گرایی و نظارت‌های سنتی بر مردان، رشد فناوری‌های ارتباطی نظیر شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، دسترسی آسان به تکنولوژی‌های تغییرشکل بدن، تغییر نگاه جامعه نسبت به مردان ایده‌آل، ارایه‌ی تعاریف جدید از مردانگی و زوال مرزبندی‌های مردانگی است.

**واژگان کلیدی:** بدن، بدن‌مندی، مردانگی، برساخت مردانگی، جراحی زیبایی

<sup>۱</sup> پست الکترونیکی نویسنده رابط [hdaneshmehr@yahoo.com](mailto:hdaneshmehr@yahoo.com)

### مقدمه و بیان مسئله

بدن از نگاه انسان سنتی، فروتر از روان و روح قلمداد می‌شود که جامعه با نشانه‌گذاری‌هایی، آن را تحت انقیاد خود درمی‌آورد. در این جامعه، بدن فرد سرنوشتی از پیش تعیین شده و غیرمحسوس دارد و ضمن آن که همه جا با اوست، از دسترس او خارج است. بدن در جامعه‌ی سنتی متعلق به فرد نیست، بلکه متعلق به جامعه بوده و این جامعه است که آن را مطابق معیارهایش شکل می‌دهد، بی آن که فردیت و سلیقه‌ی افراد اهمیتی داشته باشد. اما در جامعه‌ی مدرن، نشانه‌گذاری بدن مستقیماً از سوی جامعه اعمال نمی‌شود. در واقع فرد برای جذابیت و زیبایی، بدن‌اش را نشانه‌گذاری می‌کند، در این حالت هم، جامعه و گروه‌های اجتماعی به صورت کاملاً نامحسوس حضور دارند، اما برخلاف جامعه‌ی سنتی که هویت فرد از پیش تعیین شده است و از طریق عضویت گروهی به او تفویض می‌شود، در جامعه‌ی مدرن فرد باید آن را به طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های اجتماعی‌اش به طور منظم در معرض دید دیگران قرار دهد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۳۳-۲۳۰). به زعم بودریار، کشف دوباره‌ی بدن، پس از یک هزاره تقواگرایی، خود را در قالب آزادسازی فیزیکی و جنسی بدن، حضور همه-جانبه‌ی آن در تبلیغات، مُد، فرهنگ توده‌ها یا کیش بهداشت، رژیم‌های غذایی، درمان، وسواس جوانی، شیک‌پوشی، مردانه/زنانه، رفتارهای مقدس مرتبط با رژیم‌های غذایی و اسطوره‌های لذت احاطه‌گر آنها همه گویای آن هستند که بدن به موضوع رهایی بدل گشته است. گفتمان بدن تحت تاثیر اخلاق مصرفی، جایگزین گفتمان روح شده است (لوپروتون، ۱۳۹۶: ۱۲۳-۱۱۵). صورت‌های مدرن بدن‌مندی<sup>۱</sup>، صورت‌های غالب بدن‌مندی در میان فرهنگ‌ها محسوب می‌شوند، این صورت‌ها با تشدید جهانی شدن در حال نفوذ و تاثیرگذاری بر دیگر سنت‌های وجود بدن‌مند هستند (کریگان، ۱۳۹۴: ۲۵).

پژوهش‌های اتکینسون حاکی از آن است که مردان در حال حاضر به گونه‌ای فعالانه در پی راه‌هایی برای بازنویسی داستان خود تجسم‌یافته‌شان هستند. این نشان می‌دهد که چگونه پیوستگی میان تکنولوژی، سرمایه‌داری و فرهنگ زیبایی با تعهد به درمان پیشرفته‌ی نارضایتی از بدن با روی آوردن به جراحی پلاستیک عمل می‌کند (واسکول و وانینی، ۲۰۰۶: ۲۴۷).

1 Embodiment  
2 Waskul and Vannini

باورهای پیشین درباره‌ی اینکه بدن مرد در جذابیت او نقش اندکی دارد و مهم رفتارها و فعالیت‌های اوست، از میان می‌رود. امروزه بیش از پیش مردان نیز نسبت به ظاهر خود به مثابه‌ی صحنه‌پردازی جذابیت خویش دغدغه پیدا کرده‌اند، به گونه‌ای که تمایل دارند جوانی خود را حفظ کنند و البته در این راه می‌خواهند میان سلاقی زیبایی‌شناسانه‌ی بدنی و حفظ ظرافت ظاهری مردانه‌شان پیوند برقرار کنند (اتکینسون، ۲۰۰۶: ۲۵۲). اشتیاق جمعی مردان به تجربه‌ی مداخله‌های جراحی برای دنبال کردن بدن‌های جوان‌تر، پرطراوت‌تر، جذاب‌تر و خوش‌قیافه‌تر (به ویژه حول صورت)، دال بر این است که شاید حساسیت‌های جمعی و هیبتاسهای آنها در حال تغییر است. این موضوع ممکن است نشانگر این باشد که چگونه مردان در برهه‌ی کنونی بر سر پارامترهای هویت سنتی مردانه مباحثه کرده و این مباحثه در نهایت به کردار بدنی زیبایی منجر می‌شود (اتکینسون، ۲۰۰۸: ۶۸). در سال‌های اخیر افزایش تغییرات بدنی در میان مردان سنندج روند روبه‌رشدی به خود گرفته است، به طوری که درمی‌یابیم گرچه این شهر از بافتی به نسبت سنتی برخوردار است اما نسل جدید مردان به تاسی از فرهنگی غیربومی که متأثر از مولفه‌های مختلف است، نگاهی دیگر به مردانگی و ظاهر مردانه دارند. اگرچه پیش‌تر در این شهر، نگاه به مردان کمتر تحت تاثیر ظاهر آنان قرار می‌گرفت و صرفاً همانند بسیاری دیگر از شهرهای ایران، مردانگی به کردار، عمل و بُنیه جسمی مردان برمی‌گشت، اما امروز این تعریف به نسبت گذشته رنگ باخته است. گرچه جراحی‌های زیبایی به شدت مورد نهی بخش سنتی و دینی جامعه قرار گرفته اما این گونه تغییرات بدنی در میان مردان در شهر سنندج روبه‌فزونی بوده و هر روز بر تعداد مردانی که به نوعی ظاهر خود را دستخوش تغییرات پزشکی قرار می‌دهند، افزوده می‌شود. با توجه به حساسیت متقاضیان جراحی‌های زیبایی نسبت به رضایت‌بخش بودن نتایج این جراحی‌ها، غالب این کردارها در شهرهای بزرگی چون تهران انجام می‌گیرد. از این رو، رایج آمار دقیق در خصوص تعداد جراحی‌های زیبایی در میان مردان سنندج، عملاً غیرممکن است. با این تفاسیر؛ هدف از پژوهش حاضر، تحلیل روایت سوژه‌ها (مردان) از بدن‌مندی و برساخت مردانگی‌شان به میانجی جراحی‌های زیبایی است. از طرفی برای دستیابی به درکی ژرف‌تر از موضوع نیز، با تعدادی از متخصصان حوزه‌ی زیبایی نیز به عنوان مرجع تایید یا انکار داده‌ها مصاحبه‌هایی انجام شد.

### چارچوب مفهومی پژوهش

نظریات و آرا مختلفی از برخی نظریه‌پردازان وجود دارد که بدن را کانون تحلیل‌ها و بررسی‌های خود قرار داده‌اند. می‌توان گفت که خاستگاه نظریه‌پردازی حول بدن و بدن‌مندی به بریان ترنر و کتابش "جامعه و بدن" برمی‌گردد. به زعم او، در جوامع مدرن و صنعتی که فردگرایی روندی فزونی یافته است، بدن با مفهوم هویت و خود ارتباط بیشتری پیدا کرده است (ترنر، ۱۳۸۷، ۴۹). طی سال‌های اخیر نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی همچون کریس شیلینگ، سوزان بوردو، مایکل اتکینسون و بسیاری دیگر نیز بدن را در کانون آرا، نظرات و دیدگاه‌های جامعه‌شناختی خود قرار داده‌اند که ژرفا و تحلیل موشکافانه شیلینگ از مباحث مرتبط با بدن، بدن‌مندی و کردارهای زیبایی حول بدن ما را بر آن داشت که در پژوهش حاضر از آنها استفاده نماییم. شیلینگ یکی از پُرکارترین نظریه‌پردازان فرهنگی بدن در سال‌های اخیر به شمار می‌آید. او ضمن بازاندیشی در خصوص رویکردهای ما نسبت به بدن‌هایمان، ما را به این فهم می‌رساند که بدن‌ها همواره در حال تکوین هستند و می‌توان به شیوه‌های مختلف در این فرآیند دخالت کرد و آن را تغییر داد. در واقع این خود بخشی از ساخت هویت نفس است. شیلینگ بر این باور است که چنین جهت‌گیری‌ای نسبت به بدن، نتیجه‌ی رشد فردگرایی در جامعه و زوال نظارت سنتی بر افراد است. از این رو، زندگی مدرن انسان‌ها شاهد سرمایه‌گذاری روزافزون برای ایجاد تغییر در ظاهر است (شیلینگ، ۲۰۰۳: ۴-۶).

### رویکرد دیالکتیکی

شیلینگ قایل به نظریه‌ای است که در آن بدن به عنوان یک واسطه‌ی چندبُعدی ساخت جامعه تلقی می‌شود، به زعم او، بدن چیزی است که هم جامعه را تولید می‌کند و هم مولود جامعه است و نیز مکانیسمی است که افراد را در روابط خاص جذب و دفع همدیگر در جامعه قرار می‌دهد او می‌گوید که این نظریه‌ی همه‌جانبه‌ی بدن را می‌توان بر پایه‌ی عناصر معینی از گروه متفاوتی از نظریه‌پردازان قدیمی‌تر و اندیشمندان اخیرتر ساخته و پرداخته کرد (همان: ۲۰۸). این نظریه مبتنی بر آن چیزی است که شیلینگ واقع‌گرایی جسمانی می‌نامد؛ او این اصطلاح را با واقع‌گرایی انتقادی روی باسکار<sup>۱</sup> مرتبط می‌داند. واقع‌گرایی جسمانی، برخلاف تصور برخی از

صاحب‌نظران، این نظر را به رسمیت می‌شناسد که جامعه و بدن نه صرفاً به عنوان تصورات یا گفتمان‌ها بلکه به عنوان چیزهای واقعی وجود دارند و پدیده‌هایی در حال تکوین‌اند. این به آن معناست که این دو را نباید هم چون ساختارهای غیرمتغیر ادراک کرد، بلکه باید آنها را به عنوان پدیده‌های تکوین‌شونده و متغیر و در رابطه با یکدیگر و در جریان تاریخ در نظر گرفت (شیلینگ، ۲۰۰۵: ۱۵-۱۳). او به رویکردهای طبیعت‌گرایانه و پسا‌ساختارگرایانه توجه نموده و آنها را عاری از ایراد نمی‌بیند و رویکرد سومی نسبت به بدن و بدن‌مندی ارائه می‌دهد تحت عنوان رویکرد دیالکتیکی<sup>۱</sup>. او بر این باور است که رویکرد طبیعت‌گرایانه فقط ساختار بیولوژیک بدن را مدنظر قرار می‌دهد و رویکرد پسا‌ساختارگرایانه نیز بر اهمیت گفتمان‌های برساخت هیبتاس، ذائقه<sup>۲</sup> و تمایلات جنسیتی نسبت به بدن تاکید دارد. از دیدگاه شیلینگ لازم است به بدن به مثابه‌ی ابزاری فراتر از برساخت گفتمان‌ها نگریست. بدن‌ها ممکن است تحت احاطه‌ی گفتمان‌ها قرار داشته باشند، اما نمی‌توان آنها را صرفاً به گفتمان‌ها تقلیل داد. لازم است بدن را به عنوان پدیده‌ای مادی و واقعی نیز در نظر گرفت که هم تحت تاثیر دانش و جامعه است و هم بر این دو تاثیر می‌گذارد (شیلینگ، ۱۹۹۱: ۴-۶۶۲). رویکرد دیالکتیکی نخست، بدن را به عنوان اُبژه‌ای مادی در نظر می‌گیرد که در طبیعت قرار دارد اما موضوع تغییر اجتماعی نیز می‌باشد. دوم اینکه، بدن‌ها نه تنها توسط روابط اجتماعی برساخت می‌شوند بلکه به حوزه‌ی برساخت این روابط نیز نفوذ می‌یابند. سوم، اهمیت بدن در این ابعاد به واسطه‌ی توسعه‌ی تاریخی فاکتورهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی؛ هم تسهیل می‌یابد و هم محدود نیز می‌گردد. بنابراین شیلینگ معتقد است که گرچه رویکرد دیالکتیکی، جایگاه بدن را در طبیعت قرار می‌دهد اما بدن‌های مردانه و زنانه را به لحاظ طبیعی و در چارچوب شکل و سائزشان متفاوت نمی‌بیند و از این رو، از ذات‌گرایی رویکرد طبیعت‌گرایانه اجتناب می‌ورزد (همان: ۷-۶۶۶).

### بدن‌های فنی شده

شیلینگ به نقش تکنولوژی اشاره می‌کند و تاثیر آن را بر انطباق بدن با محیط پیرامون‌اش مورد سنجش قرار می‌دهد. "بدن‌های فنی شده"<sup>۳</sup> اصطلاحی است که او برای بدن‌های امروز به کار می‌-

1 Dialectic approach

2 Taste

3 Technologized bodies

گیرد که طی آن، زندگی مدرن به عرصه‌ای برای سوژه‌های تجسم یافته تبدیل می‌شود. شیلینگ بر تاثیر دو پیشرفتی که در ارتباط با بدن روی داد و به طور فزاینده‌ای بدن‌مندی را در کانون توجه قرار می‌داد، تکیه دارد؛ یکی رشد و توسعه‌ی فضای مجازی و دیگری ظهور جراحی زیبایی به عنوان ابزاری برای کنترل، ترمیم و جایگزینی اندامگان آسیب‌دیده و افزایش تجلی بدن در جامعه. او بر این باور است که به زعم بسیاری از نظریه‌پردازان، رشد و گسترش فضای مجازی و حضور گسترده‌ی افراد در این فضا، فرصت‌های فراوانی را برای آنان فراهم آورده که پروژه‌های تغییر بدنی خود را دنبال کرده و در پی تغییر و رشد هویت‌های خود برآیند، به طوری که هیچ‌گونه دغدغه و نگرانی‌ای از باب قیدوبندهای سنتی مرتبط با سوژه‌های بدنی آسیب‌پذیر در مقابل نظارت‌های سنتی نداشته باشند. از طرف دیگر، این دید نسبت به آینده این امکان را فراهم می‌کند که چنین فضایی تحت کنترل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی موجود درآمده و می‌تواند به عنوان امری برای بازسازی و بازتعریف هویت‌های بدنی سوژه‌ها، سازگار با هنجارهای اجتماعی مورد استفاده قرار گیرند (شیلینگ، ۲۰۰۵: ۵-۱۷۴). از نظر او، بدن مولفه‌ای مهم در پروژه‌ی خود به حساب می‌آید. با زوال روزافزون چارچوب‌های دینی سنتی که حول نگاه به فرد از بیرون قرار داشت و قطعیت‌های ذاتی و هستی‌شناختی برای بدن قائل بود، خیز برداشتن گسترده‌ی بدن در فرهنگ مصرفی دوران معاصر، ارزشی نمادین یافته است. افراد تمایل بیشتری دارند که به بدن‌های خود به مثابه‌ی جزء تشکیل‌دهنده‌ی خودهایشان اهمیت دهند. در این راستا، پیشرفت‌های زیادی در شهرت‌یافتن رژیم‌های بدنی حاصل گردیده است، رژیم‌هایی که افراد خود را به منظور ایجاد مطلوبیت در بدن‌هایشان و ایجاد یک حس رضایت در تعاقب، درگیر آنها می‌کند (همان: ۴۱۳). از نظر او، عوامل مهمی در اهمیت یافتن بدن و بدن‌مندی در جامعه‌شناسی معاصر دخیل هستند که یکی از مهم‌ترین این عوامل، پیشرفت‌های تکنولوژیکی است که سبب شکاکیت فزاینده‌ای نسبت به واقعیت بدن و اینکه آیا بدن‌مندی انسان روندی طبیعی را پیموده است یا نه، شد. پیشرفت‌هایی از قبیل جراحی پیوند عضو، پژوهش‌هایی در حوزه‌ی سلول‌های بنیادی و بسیاری تحقیقات دیگر، شرایط را برای کنترل هرچه بیشتر بر بدن هموار ساخت و سبب تضعیف مرزهای میان علم، تکنولوژی و بدن گردید. بدن اینک نشانگر قابل انعطاف هویت و منزلت انسان تلقی می‌شود و موضوع تخیلات مُدگرایانه برای نظریه‌پردازان فرهنگ مصرفی است. بدن، عرصه‌ای برای ترویج

گونه‌های خاصی از تجربه‌ی زیسته و پیوندی متعادل‌تر و بادوام‌تر با محیط بیرونی خود است (شیلینگ، ۲۰۰۷: ۹-۱۰).

### پیشینه تجربی پژوهش

**جعفری و همکاران** در پژوهشی با عنوان "جراحی زیبایی مردان در تهران؛ بررسی دیالکتیک عاملیت و ساختار مبتنی بر واقع‌گرایی انتقادی" که در سال ۱۳۹۹ از طریق داده‌های کمی استخراج‌شده از پیمایش‌های ملی پیشین و داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ی عمیق نیمه‌ساخت‌یافته با تعداد ۱۰ نفر از جراحان زیبایی و ۱۴ نفر از مردانی که خدمات زیبایی را دریافت کرده بودند، به این نتیجه دست یافتند که نارضایتی از تصویر بدنی، افزایش اعتمادبه‌نفس، تایید اجتماعی و ارتباطات اجتماعی فاکتورهای مشوق مردان برای دریافت خدمات زیبایی هستند. در کنار این فاکتورها، رشد زمینه و شرایط اجتماعی، کاهش اهمیت دین، بازار اقتصادی پُرونق جراحی زیبایی، تشویق و ترغیب زنان از عوامل انگیزش‌بخش برای روی-آوردن به جراحی زیبایی به حساب می‌آیند.

**ذوقی‌پایدار و همکاران** در پژوهش خود با عنوان "مقایسه‌ی اختلال تصویر تن، اختلال بدشکلی بدنی و گرایش به مُد در افراد متقاضی و غیرمتقاضی جراحی زیبایی" که در سال ۱۳۹۷ با روش علی-مقایسه‌ای انجام دادند به نتیجه دست یافتند که افرادی با اختلال تصویر تن و بدریختی بدنی که گرایش به مُد نیز دارند، بیشتر تمایل به تجربه‌ی جراحی‌های زیبایی برای فایز آمدن بر نقص‌های بدنی خودانگاشته‌شان هستند.

**محمودی و همکاران** در مطالعه‌ی خود تحت عنوان "مطالعه‌ی جامعه‌شناختی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی زنان و مردان ساکن شهر تهران" که در سال ۱۳۹۶ با رویکرد کیفی و روش گراند تئوری انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که پیامدهای و آثار جراحی زیبایی برای مردان، احساس رضایت از خود و تایید دیگران و برای زنان، افزایش اعتمادبه‌نفس، صرفه‌جویی در زمان و صرفه‌جویی اقتصادی است.

آل سَوپ و لنون<sup>۱</sup> در مطالعه‌ی خود تحت عنوان "جراحی زیبایی و بدن‌نمایشی" که در سال ۲۰۱۷ با روش توصیفی-تحلیلی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که اعمال خاصی که برای تغییر و اصلاح فیزیکی بدن صورت می‌گیرد، در چارچوب یک رابطه‌ی مضاعف میان یک بدن اُبژه‌شده که "خود" از آن بیگانه گشته و یک بدن فعال که خود با آن ارتباط صحیح‌تری دارد نیست، بلکه در عوض، تغییر بدنی به منظور برجسته‌ساختن مقوله‌ی "بدن‌نمایشی" است.

ری‌سیاردلی و کلاو<sup>۲</sup> در مطالعه‌ی خود تحت عنوان "مردها، ظاهر، و جراحی زیبایی: نقش عزت نفس و آرامش بر بدن" که در سال ۲۰۰۹ با رویکرد کیفی و روش تحلیل روایت انجام دادند به این نتیجه رسیدند که هیتاس فرد نقش مهمی در شکل‌دهی به چگونگی برداشت او از خود و میزان جذابیت‌اش دارد. از این رو، نگرش و نقطه‌نظر مردها نسبت به بدن‌هایشان تا حد زیادی، بازتابی از هیتاس آنهاست، به طوری که نارضایتی از ظاهر بدن می‌تواند تحقیر نفس و به تبع آن بالا رفتن انگیزه برای اعمال تغییرات بدنی از جمله جراحی زیبایی را به همراه داشته باشد.

اتکینسون<sup>۳</sup> در مطالعه‌ی خود تحت عنوان "کاوش زنانگی مردانه در بحران: مردان و جراحی زیبایی" که در سال ۲۰۰۸ با روش مردم‌نگاری و مصاحبه انجام داد به این نتایج دست یافت که اشتیاق جمعی مردان به تجربه‌ی مداخله‌های جراحی برای دنبال‌کردن بدن‌های جوان‌تر، پرتراوت‌تر، جذاب‌تر و خوش‌قیافه‌تر، دال بر این است که حساسیت‌های جمعی و هیتاس‌های آنها در حال تغییر است و اینکه چگونه مردان در برهه‌ی کنونی برسر پارامترهای هویت سنتی مردانه مباحثه کرده و این مباحثه در نهایت به کردار بدنی زیبایی منجر می‌شود.

پژوهش حاضر سعی در انعکاس روایت مردان از کردارهایی دارد که به آن دست یازیده‌اند، محقق سعی دارد سوژه‌های خود را از میان جامعه‌ای برگزیند که به نوعی بلا تکلیفی میان سنت و مدرنیته گرفتار شده است، در چنین جامعه‌ای که ایدئولوژی مسلط سعی در قُبح نشان دادن کردارهای زیبایی‌شناسانه برای مردان دارد، مردان جوان زیادی بدن‌های خود را به تیغ‌های جراحان زیبایی می‌سپارند تا به زعم خودشان، بیشتر دیده شوند و جایگاه مسلط مردانه‌ی خود

---

1 Alsop & Lennon  
2 Ricciardelli & Clow  
3 Atkinson



را بازباند. لذا محقق با مخاطب قرارداد این مردان، روایت‌های آنان را از تجربه‌ی جراحی‌های زیبایی حکایت کرده و از میان این روایات به مقولات مهم خود دست می‌یابد. پژوهش‌هایی اینچنین در کشور، بیشتر در خصوص زنان بوده و اندکی پژوهشی یافت می‌شود که به حوزه‌ی مردان پرداخته باشد و این در حالی است که روی آوردن به جراحی‌های زیبایی در میان مردان به شدت در حال افزایش است. خلاء پژوهش‌های انجام‌گرفته در این خصوص، حول این واقعیت است که به تدریج جراحی زیبایی در مردان نیز به نوعی افراط‌گرایی در تغییر بدنی و تمایل روزافزون به بازنمایی خود در هویتی زنانه پیش می‌رود، به طوری که شاهد جراحی‌هایی خارج از عَرَف بر روی اندامگان و جوارحی هستیم که حتی هنجارهای نو در جامعه ما نیز از آن تبری می‌جویند و زنان هم که مشوق اصلی مردان برای جراحی زیبایی هستند، اینگونه کردارها را خوشایند نمی‌دانند. از این رو در این پژوهش، کوشیده شده تا کاستی‌های پژوهش‌های پیشین در این زمینه مرتفع گردد.

### روش‌شناسی پژوهش

رویکرد اتخاذ شده در پژوهش حاضر، کیفی و روش مورد استفاده نیز تحلیل روایت است. تحلیل روایت از مطالعه‌ی اظهارات و اعمال افراد در متن موضوع شروع می‌شود و همراه با شکل خاصی از نظم زنجیره‌ای است، یعنی عبارت منفردی که قصد تفسیر آن را دارید (فلیک، ۱۳۸۷: ۳۶۸). روایت‌ها به وسیله‌ی مصاحبه‌ی روایی گردآوری می‌شوند تا بتوان براساس آنها فرایند زندگی افراد را بازسازی کرد (هرمانس، ۱۹۹۵: ۱۸۵-۱۸۲). اولین گام در تحلیل مصاحبه‌های روایی، تحلیل صوری متن است که با حذف تمامی عبارت‌های غیرروایی و سپس تقطیع متن پالایش‌شده به منظور تحلیل صوری آن انجام می‌گیرد. در مرحله‌ی بعد، توصیف ساختاری محتویات انجام می‌گیرد. به لحاظ تکنیک نیز، از تکنیک تحلیل تماتیک (مضمونی) استفاده می‌شود که در آن، سعی بر استفاده از مضامین یا کُد از طریق کُدگذاری محتوای مصاحبه‌های انجام‌شده است (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰: ۱۲۳). در میان شیوه‌های مختلف تحلیل روایت، دو شیوه‌ی تحلیل مضمونی و تحلیل ساختاری بیشترین کاربرد را دارند. تحلیل مضمونی به ما این امکان را می‌دهد تا تم‌های مستخرج از مجموعه داده‌ها را ببینیم و با استفاده

از یک دیدگاه پنهان، بتوانیم ایده‌های اساسی را شناسایی و بررسی کنیم. پس از پیاده‌کردن متن مصاحبه‌ها، مصاحبه برای بار اول خوانده می‌شود و کدگذاری برای یافتن بخش‌های اصلی و عناصر ساختاری مربوط به هر داستان (درآمد، آشنایی، مساله‌ی روایت، ارزیابی، حل مساله و پایان‌بندی) انجام می‌گردد. سپس داستان توسط پژوهشگر بازنویسی و طبقات اصلی آن استخراج و در یک جدول وارد می‌شود. سپس تحلیل موضوعی استقرایی به منظور یافتن تم اصلی و ساب تم‌ها در متن هر مصاحبه صورت می‌گیرد (نعمتیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۲).

در پژوهش حاضر، جامعه‌ی آماری شامل مردانی است یکی از انواع جراحی زیبایی را تجربه کرده و در زمان انجام پژوهش ساکن شهر سنندج بوده‌اند. برای یافتن نمونه‌ها و مصاحبه با آنها نیز روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی ۱ که چهارمین نوع نمونه‌گیری در روش غیراحتمالی است مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول شماره ۱: مشخصات مردان مصاحبه‌شونده

مردان مورد کردارهای جراحی زیبایی						
ردیف	نام	سن	وضعیت تاهل	میزان تحصیلات	شغل	نوع کردار پزشکی
۱	مصاحبه‌شونده ۱	۴۱	متاهل	کارشناسی ارشد	کارمند	کاشت موی سر
۲	مصاحبه‌شونده ۲	۳۳	مجرد	کارشناسی ارشد	مغازه‌دار	کاشت موی سر
۳	مصاحبه‌شونده ۳	۳۶	متاهل	فوق دیپلم	کارمند	کاشت موی سر
۴	مصاحبه‌شونده ۴	۳۷	متاهل	فوق دیپلم	کارمند	کاشت موی سر
۵	مصاحبه‌شونده ۵	۳۲	متاهل	لیسانس	کارمند	کاشت موی سر
۶	مصاحبه‌شونده ۶	۳۱	متاهل	دیپلم	کارمند	کاشت موی سر
۷	مصاحبه‌شونده ۷	۲۹	متاهل	دیپلم	کارمند	کاشت موی سر
۸	مصاحبه‌شونده ۸	۳۴	متاهل	کارشناسی ارشد	کارمند	کاشت موی سر
۹	مصاحبه‌شونده ۹	۲۵	مجرد	فوق دیپلم	سرباز	جراحی بینی
۱۰	مصاحبه‌شونده ۱۰	۲۶	متاهل	دیپلم	مغازه‌دار	جراحی بینی
۱۱	مصاحبه‌شونده ۱۱	۲۱	مجرد	دیپلم	آزاد	جراحی بینی

ادامه جدول شماره ۱: مشخصات مردان مصاحبه‌شونده

مردان مورد کردارهای جراحی زیبایی						
ردیف	نام	سن	وضعیت تاهل	میزان تحصیلات	شغل	نوع کردار پزشکی
۱۲	مصاحبه‌شونده ۱۲	۳۴	مجرد	دیپلم	مغازه‌دار	جراحی بینی
۱۳	مصاحبه‌شونده ۱۳	۲۵	متاهل	لیسانس	بازیگر تئاتر	جراحی بینی
۱۴	مصاحبه‌شونده ۱۴	۲۶	مجرد	فوق‌دیپلم	سرباز	جراحی بینی
۱۵	مصاحبه‌شونده ۱۵	۳۳	متاهل	فوق‌دیپلم	کارمند	بوتاکس، سه مرحله
۱۶	مصاحبه‌شونده ۱۶	۲۴	مجرد	لیسانس	سرباز	بوتاکس، ۱ مرحله
۱۷	مصاحبه‌شونده ۱۷	۲۶	مجرد	فوق‌دیپلم	آزاد	بوتاکس، سه مرحله
۱۸	مصاحبه‌شونده ۱۸	۴۱	متاهل	دیپلم	پیمانکار	بوتاکس و جراحی بینی
۱۹	مصاحبه‌شونده ۱۹	۲۷	مجرد	لیسانس	پیمانکار	لیزر موی صورت
۲۰	مصاحبه‌شونده ۲۰	۲۷	متاهل	لیسانس	کارمند	لیزر موی صورت

جدول شماره ۲: مشخصات پزشکان پوست، مو و زیبایی

ردیف	تخصص	شهر محل کلینیک	سابقه‌ی کار
۲۱	پوست و لیزر	سنندج	۹ سال
۲۲	پوست، مو، زیبایی	سنندج	۳ سال
۲۳	پوست، مو، زیبایی	سنندج	۱۴ سال
۲۴	پوست	سنندج	۱۱ سال

### یافته‌های پژوهش

پس از مطالعه‌ی دقیق داده‌ها و با استفاده از رویه‌ی طرح پرسش و مقایسه‌کردن و مراجعه‌ی مکرر به داده‌ها، داده‌های خام به مفاهیم تبدیل شدند. سرانجام، در این مرحله تعداد ۸ مفهوم اصلی، ۲۴ مقوله‌ی محوری، ۹۷ مقوله‌ی عمده استخراج گردید.

جدول شماره ۳: مفاهیم اصلی، مقولات محوری و مفاهیم عمده

مفاهیم اصلی	مفاهیم محوری	مفاهیم عمده
ساخت بازاندیشانه‌ی خود	بدن به مثابه‌ی نمود هویت	خلق شخصیت از خلال بدن، بدن به عنوان ابزاری هویت‌یت ایده‌آل در گرو بدنی ایده‌آل، تعیین‌کننده‌بودن بدن در شاخص‌های گزینشی
	خروج از شرم ناشی از اندام خویش	فرار از برچسب‌خوردن، دوری از سرخوردگی عاطفی، رهایی از معیارهای سنتی حاکم بر زیبایی ظاهری، خروج از محدودیت‌های رواداشته شده بر بدن مردانه
	خود منطبق با معیارهای کنونی جامعه	سازگاری با شاخص‌های کنونی زیبایی، بازخوردگیری اجتماعی، تغییر نگاه به بدن مردانه و لزوم انطباق با شاخص‌های موجود
بازنمایی بدن	خودشیفتگی	رضایت از خود، مغرور شدن، قائل به تاثیر بر اطرافیان، انتظار پذیرش از جانب دیگران، ایجاد نوعی احساس فرادست نسبت به دیگران
	بدن، سرمایه‌ای تجسم یافته	نمودی‌بودن بدن، دسترس‌پذیری بدن، سرمایه‌انگاشتن بدن، نمود بدن‌مندانه،
	اشتراک چهره	نمایش صورت و ظاهر، بازخورد دیگران، نقش محوری فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، بازنمایی رُخ ایده‌آل
مدیریت تأثیر‌گذاری	بیان خود	نمایش خود به میانجی صورت و قیافه، خود فرد در قاب صورت، قابلیت عرضه‌داشتن
	مدیریت ظاهر	ساخت ظاهر، تناسب ظاهر با انتظار، بدن‌آرایی هنجارمند و عام-پسند
	بدن کارزماتیک	جذاب کردن بدن، دلربایی، موقعیت‌آفرینی، مورد قضاوت مثبت-بودن
معاشرت‌پذیری	ارتقا روابط اجتماعی	ارتقا تعاملات با گروه‌های اجتماعی، حضور در حلقه‌های دوستان، معاشرت با افراد از قشرهای مختلف
	دوری از برچسب خوردن	فرار از تنهایی، حفظ تعاملات اجتماعی با افراد و گروه‌ها، غلبه بر فرایند طرد شدن اجتماعی

ادامه جدول شماره ۳: مفاهیم اصلی، مقولات محوری و مفاهیم عمده

مفاهیم اصلی	مفاهیم محوری	مفاهیم عمده
	کسب جایگاه اجتماعی	دستیابی به حس پذیرفته‌شدن، تاثیرگذار بودن، دستیابی به منزلت اجتماعی
خلق تکنولوژیک بدن	دستکاری بدن	اعمال تغییر، نقص‌زدایی، فرم‌بخشی، ایجاد صورت عروسکی
	اندامگان رایانه‌ای	رشد تکنولوژی‌های زیبایی، ایجاد بدن مصنوعی، تقلید از بدن سلبریتی‌ها
	استتار مصنوعی بدن	جلوگیری از پیرپوستی، پوشاندن نقص ظاهری، ایجاد جذابیت مصنوعی، جوان‌گرایی ظاهری
رویت‌پذیری	خودخوارانگاری	نفی خود، عدم اهمیت دادن به خود، زوال عزت نفس، خودداغ‌زنی
	خودبیزاری	تفر از خود و بدن خود، تحقیر نفس، نفرت از وضع موجود، تلاش برای تغییر خود
	اعتماد به نفس	بالا بردن روحیه، حضور در ملاء عام، ابراز وجود کردن
مردانگی هژمونیک	زوال مردانگی سنتی	سنت‌زدایی از مردانگی، رنگ‌باختن اقتدار پیشین، نفی هژمونی مردانگی سنتی، جایگزین شدن ویژگی‌های مردانگی
	تنظیم مجدد بدن مردانه	امکان ایجاد مردانگی دلخواه، مردانگی قابل انعطاف، قابلیت تغییر در ویژگی‌های مردان
	ملاک‌های نوین مردانگی	رویش ملاک‌های جدید تعریف مرد و مردانگی، ساخت مجدد مردانه، ساخت هویت نوین مردانه
مُدگرایی	خنثی‌سازی تاثیر گذر زمان	جوان‌سازی پوست، شادابی، فرار از پیرپوستی، حفظ جذابیت ظاهری، پوشاندن نشانه‌های نقص و پیری
	یک‌جورسازی	هم‌شکل شدن، تقلید کردن، الگوبرداشتن، الگوساختن برای دیگران
	زنانگی مردانه	هم‌ذات‌پنداری، جنسیت‌زدگی، دگرجنس‌نمایی، میل به جنس مخالف

### تحلیل و تفسیر یافته‌های می‌دانی

#### ساخت بازاندیشانه‌ی خود

ساخت بازاندیشانه‌ی خود که در کانون توجه گیدنز قرار داشت، حول‌گریز از یک هویت ساخته و پرداخته شده برای ما به صورت کورکورانه عمل کرده و در پی ایجاد هویتی متأثر از شرایط موجود و تعاملات و مناسبات آن دارد. در اینجا، تصویر کلی، تصویر مثبت آدم‌هایی

است که برای پرورش خود و دستیابی به یک نوع تحققِ نفس<sup>۱</sup> از منابع فرهنگی فعالانه استفاده می‌کنند (اسمیت و رایلی، ۱۳۹۴: ۲۶۰-۲۵۹).

مصاحبه‌شونده ۱۸، ۴۱ ساله، متأهل، کارمند و دارای سابقه‌ی کاشت موی سر می‌گوید: "به نظرم در جامعه‌ی امروز، ظاهر هرکسی برایش مثل ویتترین عمل می‌کنه. همه اول قیافه رو نگاه می‌کنند و سپس در مورد شخصیت آدم اظهارنظر می‌کنند. یعنی قیافه، صورت و ظاهر بدن به ابزاری برای نشان‌دادن هویت همان فرد به افراد پیرامون‌اش تبدیل شده است.

مصاحبه‌شونده ۱۵، ۳۳ ساله، متأهل، کارمند و دارای سابقه‌ی بوتاکس می‌گوید:

"خانواده‌ی من به صورت ارثی همیشه چین و چروک‌هایی توی پیشانی‌شان بوده و این ربطی به سن و سال نداشته و ندارد. منم از نوجوانی این چین و چروک‌ها رو داشتم. بعد از اینکه ازدواج کردم و پام به خونگی پدرخانمم باز شد، بعد از مدتی تصادفی شنیدم که خواهر خانمم داره پیش زخم، چین و چروک‌های پیشانیم رو مسخره می‌کنه، منم به روشون نیاوردم ولی از اون روز دیگه همیشه توی آینه خودم رو نگاه می‌کردم و توی فکر می‌رفتم. سعی می‌کردم توی جمع خیلی نخندم چون واقعاً چروک پیشانیم قیافم رو زشت می‌کرد تا اینکه تصمیم به بوتاکس گرفتم. الان صورتم خیلی عالی شده و توی هیچ جمعی، خنده‌ام رو پنهان نمی‌کنم."

مصاحبه‌شونده ۲۴، متخصص پوست با ۱۱ سال سابقه‌ی پزشکی می‌گوید:

"این طبیعی است که همه دوست داشته باشند که زیبا باشند، این زیبایی نوعی احساس خوشایند و انرژی در افراد ایجاد می‌کند. وقتی فردی از ظاهر خود احساس رضایت نداشته باشد، به تدریج به یک دغدغه در او تبدیل می‌شود، مخصوصاً هنگامی که در معرض قضاوت‌های گاه و بیگاه دیگران نیز قرار گیرد. شرایط مسلط بر جامعه اوضاع را به گونه‌ای رقم می‌زند که فرد نسبت به ظاهر خود و به ویژه صورت، احساس دغدغه کرده و از ترس برجسب خوردن از طرف سایر افراد، به دستکاری صورت‌اش بپردازد تا خود را با معیارهای موجود در جامعه سازگار کند. گاهاً وسواس ناشی از این کار، خطرات جبران‌ناپذیری برای بدن‌های افراد به همراه دارد."

رشد فردگرایی در جامعه شرایط را به گونه‌ای رقم زده که بدن هر فرد، ابتدایی‌ترین و در دسترس‌ترین ابزار برای ارزیابی هویت او تلقی می‌شود. در واقع هرگونه تغییر و دگرگونی در

بدن سبب بروز تغییرات در هویت فرد شده و این نشان می‌دهد که نقش او در هویت‌بخشی به خودش بسیار حائز اهمیت است. از طرفی، شرم ناشی از داشتن اندام یا چهره‌ی بدشکل در بسیاری از مواقع افراد را از ورود به روابط اجتماعی با اطرافیان‌شان باز می‌دارد. بسیاری از بدشکلی‌هایی که امروزه به ویژه در سر و صورت افراد هویداست به عنوان بازدارنده‌ای عمل می‌کنند که به لحاظ روانی و اجتماعی فرد را به خاطر ترس از دریافت انگ از سوی دیگران، از ورود به گروه‌های اجتماعی باز می‌دارد. در جوامع سنتی این گونه بدشکلی‌ها در صورتی که خللی در فعالیت‌های فیزیکی افراد ایجاد نمی‌کرد، پذیرفتی بود. اما امروز به سبب رشد و پیشرفت دانش پزشکی و به طور ویژه جراحی پلاستیک، می‌توان بر این شرم غلبه کرد و به خود ایده‌آل در جامعه دست یافت. از این رو، با انطباق خودهایمان با خودهای مورد پسند جامعه از طرد و انزوای اجتماعی رها می‌گردیم.

### بازنمایی بدن

بازنمایی<sup>۱</sup> نوعی عمل دلالت‌گر است که منعکس‌کننده‌ی واقعیت بیرونی می‌باشد. در واقع، بازنمایی نوعی تصویر دستکاری‌شده از واقعیت بیرونی است. ساده‌ترین تعبیر از بازنمایی که برگرفته از واژه‌نامه‌ی آکسفورد است، بازنمایی را این گونه تعریف می‌کند؛ "عمل نمایش دادن کسی یا چیزی به شیوه‌های خاص".

مصاحبه‌شونده ۱۱، ۲۱ ساله، مجرد با سابقه‌ی جراحی بینی می‌گوید:

"قبلاً همه بهم می‌گفتند بینی‌ات خیلی تو چشم می‌زنه، چرا کاریش نمی‌کنی؟ اینطور شد که به فکر جراحی بینی افتادم. الان خیلی خوب شدم، احساس غرور می‌کنم از قیافه‌ام، فکر می‌کنم از همه سرترم. جراحی بینی خیلی روی جذب دختران تاثیر داره، انگار آهن‌ریا با خودت داری، البته باید بگم که به جز بینی‌ام، مشکل دیگری توی صورتم نداشتم و صورتم از دید خودم و اطرافیانم خیلی جذاب است. حتی بعد از اینکه عمل کردم، توی اینستاگرام دو بار بهم پیشنهاد مدلینگ رو دادند. بهم می‌گفتند که قادت بلنده، پوستت بوره، صورتت جذابه، ولی من قبول نکردم چون پول کافی نمی‌دادند".

مصاحبه‌شونده ۲۱، متخصص پوست و زیبایی، با ۹ سال سابقه پزشکی می‌گوید:

"نُحْبُ بدن انسان و به ویژه صورت چیزیه که همه می‌بینند و متاسفانه جامعه‌ی ما هم طوره که صورت در روابط بین افراد از تاثیرگذاری بالایی برخوردار است. مثلاً یه سری به من مراجعه می‌کنند و می‌گویند که ما دانشجو هستیم، همش تو چشم هم‌کلاسی‌هامون هستیم، صورت‌مان جوش داره، مو داره، لطفاً با لیزر بردارید و از این خواسته‌ها. مردانی هم هستن که به باور خودشان، ریش به آنها می‌آید، لذا می‌خواهند خط ریش دایمی براشون بزنن. به نظر من افرادی که به طور بیمارگونه دنبال این کارها می‌روند، چیز دیگه‌ای برای عرضه ندارند، فقط این صورت رو دارند که به روش‌های مختلف به طوری که توی جمع دیده شوند، آن را دستکاری می‌کنند، بدن برای این‌گونه افراد یک سرمایه تلقی می‌شود."

مصاحبه‌شونده ۲۲، متخصص پوست، مو و زیبایی، با ۳ سال سابقه پزشکی می‌گوید:  
 "فضای مجازی شرایط رو به گونه‌ای رقم زده که به راحتی می‌توان تصاویری از خود را در این فضا به دیگران نشان داد. عکس‌هایی که از خود می‌گیریم، به راحتی به اشتراک درمی‌آیند، اگر این عکس‌ها زیبا باشند، به راحتی مخاطبان را تحت تاثیر قرار داده و جذب می‌کند. به نظرم عمل‌هایی که صرفاً به جهت بالابردن زیبایی و ظرافت فرد انجام می‌گیرد، اگر جنبه‌ای افراطی نداشته باشد؛ مشکلی ندارد. در کل، اعمال زیبایی اگر برای فرد از لحاظ سلامتی مشکلی نداشته باشد، خوب است. هم روحیه را بالا می‌برد و هم برای اعتماد به نفس خیلی خوب است. در ضمن فضای شهرمان نیز زیباتر می‌شه، و آدم‌های زیباتر بیشتری می‌بینیم. اگه عوارضی نداشته باشه، تجویزش می‌کنم."

روابط و سازوکارهای اجتماعی در جهان معاصر ما، به سان صحنه‌ی نمایش گامبن (۱۹۵۹) عمل می‌کند. هر آنچه که روی صحنه و جلوی چشم افراد عرضه می‌شود، نهایت تاثیرگذاری لازم را به همراه دارد. سرمایه‌بودن بدن نه از این لحاظ که خود یک هدف است، بلکه به این خاطر که ابزاری برای رسیدن به هدف است، به حساب می‌آید. امروزه داشتن بدنی ایده‌آل به طوری که مجذوب جامعه باشد، فرصت‌های زیادی از جمله دستیابی به سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را برای فرد دارنده‌ی آن به همراه دارد. بدن از جانب بسیاری، سرمایه‌ای نمودی تلقی می‌شود که بدون نیاز به تعریف، خود؛ معرف خود است و به بهترین شکل ممکن تاثیر خود را بر مخاطب پیش‌رو می‌گذارد. در واقع، بدن به عنوان یک سرمایه‌ی تجسم یافته، عرصه‌ی خودنمایی‌ها و صحنه‌پردازی‌های خود محسوب می‌گردد. از طرفی، دسترسی به شبکه‌های اجتماعی از طریق بستر اینترنت و فضای مجازی و تمایل انسان‌ها به هرچه بهتر دیده-



شدن، اشتراک چهره را به اولویتی برای غالب افراد و به ویژه کاربران تبدیل کرده است. کسب بازخوردهای مثبت از مخاطبان در قالب لایک و کامنت‌گذاری سبب بالا رفتن روحیه‌ی این افراد شده و نوعی سرخوشی و سرزندگی موقتی را برای آنها به همراه می‌آورد. با توجه به اینکه صورت فرد اولین جای قابل روئیت او قلمداد می‌شود، نمایش هرچه بهتر و ایده‌آل آن می‌تواند پیامدهای مثبتی هم در فضای مجازی و متعاقباً در فضای حقیقی برای او به همراه داشته باشد.

### مدیریت تاثیرگذاری

این مفهوم به شکنندگی بسیاری از کُنش‌های بشری و بررسی ماهیت دفاع از خود در کُنش متقابل با دیگران اشاره دارد. برای حفظ این کُنش‌ها از سوی کُنشگران، تمهیداتی اندیشیده می‌شود که به فنون تاثیرگذاری یا مدیریت تاثیرگذاری معروف هستند. کُنش‌گر با استفاده از این فنون می‌خواهد بهترین تاثیر را بر مخاطبان خود داشته باشد (گافمن، ۱۳۸۶).

مصاحبه‌شونده ۱۳، ۲۵ ساله، متاهل و با سابقه‌ی جراحی لازک چشم و جراحی بینی

می‌گوید:

"من کار سینما انجام می‌دهم. بیشتر اوقات پشت صحنه هستم و زیاد از ما عکس می‌گیرند. بینی‌ام و مخصوصاً جای عینکی که روی بینی‌ام می‌ماند، قیافه‌ام رو ضایع می‌کرد، هرکاری می‌کردم مثل دستکاری موی سر و ریشم، نمی‌توانستم عیب بینی‌ام را از بین ببرم. از این رو، سعی می‌کردم خیلی کم توی عکس‌ها ظاهر بشم و بیشتر خودم را به کارهای تدارکاتی مشغول می‌کردم؛ تا اینکه به اصرار زن و مادرم عمل جراحی بینی انجام دادم. الان صورتم خیلی بهتر شده، هرکسی می‌بینه، ازم تعریف می‌کنه. الان دیگه راحت حتی سر صحنه هم حاضر میشم و تقریباً توی تمامی سکانس‌ها و قسمت‌ها از اینکه ازم فیلم یا عکس بگیرن هراسی ندارم".

مصاحبه‌شونده اول، ۴۱ ساله، متاهل و دارای سابقه‌ی کاشت موی سر می‌گوید:

"امروز جامعه‌ی ما طوری شده که باطن انسان‌ها و تمام صفات خوبی که یک انسان ممکن است داشته باشد، دیده نمی‌شود. مردم به راحتی با نگاه به ظاهر همدیگر، در مورد هم قضاوت می‌کنند و بر اساس این قضاوت‌های ظاهری نیز تصمیم‌گیری می‌کنند. یک فرد ممکن است چندین توانمندی در وجودش باشه و یا ظرفیت بالایی در بسیاری از کارها داشته باشه، اما چون ظاهرش مورد پسند جامعه نیست، در موردش قضاوت منفی می‌کنند.

البته کسانی هم هستند که ظاهر زیبایی ندارند، اما مورد پسند جامعه هستند، ولی من به فرد عادی‌ام، چاره‌ی دیگری ندارم باید به ظاهرم برسیم و به نوعی افسارش رو در دست داشته باشم تا بتوانم در جمع عرضه اندامی بکنم. به نظرم کاشت مویی که انجام دادم برام خوب بوده و تونستم تغییری در خود ایجاد کنم هرچند بازم لازمه که ادامه بدم".

مصاحبه‌شونده ۲، ۳۳ ساله، مجرد و دارای سابقه‌ی کاشت مو می‌گوید:

"بعد از اینکه موی سرم رو کاشت کردم، احساس می‌کنم قیافه‌ام برای همه جذاب شده. به بار توی تاکسی بودم، کنارم یه زن و شوهر میانسال هم نشسته بودند. مرده کچل بود، زنه همش بهش گیر می‌داد که از من بپرسه کجا کاشت کردم و آدرس اونجا رو از من بگیرن تا شوهرش هم بره کاشت کنه. خیلی به خودم می‌بالیدم که کاشت موی سرم به این خوبی جواب داده و قیافه‌ام به قدری جوان شده که دیگه مثل قبل بهم طعنه نمی‌زنند".

دستیابی به فناوری‌های مختلف پزشکی و رشد روزافزون تخصص‌های جراحی پلاستیک و زیبایی به گونه‌ای شده که می‌توان در صورت استطاعت مالی، ظاهر را به بهترین و جذاب‌ترین وجه ممکن مدیریت کرد. در واقع هدف از این کار غالباً تأثیرگذاری بر افراد پیرامون و دستیابی به اهدافی است که در ذهن می‌پرورانیم. بخش عمده‌ای از مدیریت ظاهر به ویژه در فرهنگ ما، به صورت برمی‌گردد زیرا با توجه به اینکه غالب اعضا و جوارح بدن تحت پوشش لباس قرار دارد، صورت بهتر و تأثیرگذارتر خود را می‌نمایاند. از این رو در کانون انواع تغییرات و دستکاری‌ها به منظور تحقق مدیریت ظاهر قرار دارد. داشتن صورتی زیبا و دلربا از نگاه بسیاری از انسان‌ها سبب می‌شود تا فرد جرأت بیشتری در بیان حرف‌هایش داشته باشد.

### معاشرت‌پذیری

از نظر زیمل، بدن سرچشمه‌ی معاشرت‌پذیری است، همان‌گرایش بنیادی که می‌خواهد بدون هرگونه مقصودی فراتر از خود تعامل، با دیگران بازی‌گوشانه تعامل کند. در واقع بدن اصلی‌ترین ابزار برای معاشرت‌پذیری میان افراد تلقی می‌شود. شکل و ریخت بدن‌ها قاعدتاً در نوع و میزان معاشرت‌پذیری افراد با هم نقش اساسی داشته و به میانجی همین بدن است که افراد سطح معاشرت‌پذیری خود را می‌توانند ارتقا بخشند. جایگاه زیبایی در میان افراد جامعه به گونه‌ای است که غالباً به صورت و اندامگان ظاهری محدود می‌گردد، لذا داشتن صورتی زیبا می‌تواند سطح معاشرت افراد را نیز بالا برد (اسمیت و رایلی، ۱۳۹۴: ۴۹۳).

مصاحبه‌شونده ۱۵، ۳۳ ساله، متاهل و دارای سابقه‌ی بوتاکس می‌گوید:

"من به غیر از کار اصلی خودم، بعدظهرها بازاریابی محصولات پزشکی می‌کنم. اغلب سروکارم با مطب‌ها و کلینیک‌هاست. حتماً می‌دونید که اغلب منشی‌ها هم دختر هستند. خُب من به خاطر اینکه بتوانم محصولاتم رو تبلیغ کنم باید بتوانم رابطه‌ی خوب و صمیمی با آنها برقرار کنم. اولین چیزی که اونا بهش اهمیت میدن، زیبایی صورته. بعضی وقت‌ها شاید اصلاً به محصولی رو هم داشته باشند، اما به خاطر اینکه بتوانند بیشتر با من در ارتباط باشند، همان محصول رو سفارش می‌دهند. مسلماً آگه صورت جذابی نداشته باشم، بهم محل هم نمی‌گذارند".

مصاحبه‌شونده ۱۴، ۲۶ ساله، مجرد و دارای سابقه‌ی جراحی بینی می‌گوید:

"چند وقتی می‌شه که قصد ازدواج دارم، با به خانمی نامزد کردم که خودش دندان‌پزشکه و بینی خودش تازه جراحی کرده. بینی من از همان بچگی کج بود و البته دوستان و بچه‌های فامیل و آشنا نیز خیلی دستم می‌انداختند. نامزدم بهم گفت که بهتره جراحی کنم تا خدای نکرده در آینده، توی مراسم عروسی و توی فامیل خودش و من کسی چیزی نگه. من هم علی‌رغم مخالفت‌های پدر و مادرم رفتم و بینی‌ام را جراحی کردم. خداروشکر الان قیافه‌ام خیلی قشنگ شده، همه از جمله نامزدم راضی هستن ولی خودم از عوارض‌اش خیلی زجر می‌کشم".

مصاحبه‌شونده ۶، ۳۱ ساله، متاهل و دارای سابقه‌ی کاشت موی سر می‌گوید:

"به نظر من زیبایی و جذابیت قیافه ارتباط مستقیمی با اعتبار فرد در میان اطرافیان‌اش دارد. عمل کاشت موی من طوری بوده که هر جا میرم، قبل از من، خانواده‌ام از من اینقدر تعریف کرده‌اند که حس می‌کنم فامیل و آشناها خیلی تحویل‌ام می‌گیرند. به نظر خودم، زیبایی برای زن هست و خوش‌تیپی برای مرد. این کاشت موی سر برای من به گونه‌ای بوده که احساس می‌کنم بیشتر از قبل تحویل‌م می‌گیرند و به حرف‌هام گوش می‌دهند".

افراد با قرارگرفتن در گروه‌های اجتماعی همواره در پی بالابردن تعاملات خود با سایر افراد بوده تا از این طریق بتوانند حداقل، نیازهای خود را مرتفع سازند. این نیازها گاهاً روانی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سایر انواع نیازها نیز هستند. بدن ابتدایی‌ترین ابزار برقراری ارتباط میان انسان‌ها تلقی می‌شود. انسان‌ها به میانجی بدن‌هایشان با هم ارتباط دارند و بدون بدنی فیزیکی، ارتباط معنایی ندارد، حتی ارتباطات مجازی نیز در نهایت مستلزم حضوری بدن‌مندانه هستند. امروزه غالب تصورات بر این است که بهره‌مندی از بدنی پذیرفته و جذاب از نگاه

دیگران، می‌تواند سبب بالا رفتن روابط فردی و گروهی افراد با همدیگر شود. از خلال همین روابط اجتماعی است که انسان‌ها به بسیاری از فرصت‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و غیره دست پیدا می‌کنند. نقص عضو ظاهری در بدن به گونه‌ای که قابل روئیت باشد همواره برچسب‌هایی را برای افراد دارنده‌ی آن به همراه دارد. وجود چنین نقایصی غالباً زندگی فردی و اجتماعی افراد را تحت‌الشعاع قرار داده و پیامدهای بسیاری از جمله مسایل و مشکلات روانی، انزوای اجتماعی و طرد از جانب گروه‌های اجتماعی را به همراه دارد. لذا افراد برای غلبه بر این پیامدها تصمیم به توسل به تغییر به میانجی ابزارها و تکنولوژی‌های در دسترس برای رفع مشکل برمی‌آیند.

### خلق تکنولوژیک بدن

مقصود ما از تکنولوژی، آن دسته از تکنولوژی‌هایی است که به میانجی آنها جراحی‌های زیبایی و دستکاری‌های بدنی در جوامع ما را ممکن ساخته است. این واقعیت که جراحی زیبایی از همان آغاز با الزام‌های فرهنگی زیبایی و جذابیت زنانه مرتبط بوده، در مورد بافت اجتماعی جامعه‌ی امروزی نیز چیزهای زیادی برای گفتن به ما دارد. پیشرفت روزافزون فناوری‌های پزشکی در حوزه‌ی جراحی زیبایی به گونه‌ای است که می‌توان از بدن انسان، بدنی دلخواه و مورد پسند ساخت (سولیوان، ۲۰۰۴: ۲۹).

مصاحبه‌شونده ۱۲، ۳۴ ساله، مجرد و دارای سابقه‌ی جراحی زیبایی بینی و گوش می‌گوید:

"من خودم خواستم که بینی و گوشم رو عمل زیبایی کنم چون واقعاً تو ذوق می‌زدند، ولی بعضی از افراد را می‌بینم که آنچنان قیافه‌شون رو تغییر داده‌اند که صورت‌شان شکل عروسک شده است، بینی سربالا، صورت استخوانی و خیلی چیزهای دیگه. امروز می‌توانی هر بلایی سر قیافه‌ات بیاری. علم پزشکی خیلی پیشرفت کرده، حتی طوری شده که وقتی برای جراحی بینی به یک کلینیک می‌روی، عکس یک هنرپیشه‌ای را جلویت می‌گذارند و بهت می‌گن دوست داری بینی‌ات شبیه بینی او دربیاید؟".

مصاحبه‌شونده ۲۳، متخصص پوست، مو و زیبایی با ۱۴ سال سابقه‌ی پزشکی می‌گوید:

"تکنولوژی در صنعت جراحی زیبایی تا بدان جا رشد داشته است که هر کسی می‌تواند فرم دلخواه خود را در صورت‌اش ایجاد کند. گاهی برخی افراد به صورت بیمارگونه به این گونه

اعمال زیبایی روی می‌آورند و بدن دلخواه خود را به میانجی جراحی‌های پیشرفته‌ی پلاستیک و زیبایی ایجاد می‌کنند."

مصاحبه‌شونده ۲۱، متخصص زیبایی و لیزر پوست با سابقه‌ی ۱۰ سال فعالیت پزشکی می‌گوید: "با بالا رفتن سن انسان، پیریوستی به وجود می‌آید. بعضی‌ها به این مسئله اهمیتی نمی‌دهند. ولی امروزه با رشد و گسترش استفاده از کرم‌های پوششی پوست، کرم‌های لایه‌بردار و رشد تکنولوژی‌های مربوط به لیزر پوست صورت، بسیاری مراجعه می‌کنند تا موهای زائد را از صورت‌ها و حتی سایر اعضای بدن‌شان بزدایند یا اگر جای زخم یا جوشی بر صورت و بدن‌شان هست، با مواد خاصی آن را بپوشانند."

دستکاری بدن در خدمت خلق بدن ایده‌آل و متناسب با هنجارهای اجتماعی پیش می‌رود. پیش‌تر دستکاری بدن حول از میان برداشتن ضایعه‌هایی بود که سبب اختلال در زندگی فیزیکی و سلامتی جسمی افراد می‌شد. اما امروزه دست زدن به دستکاری‌های بدنی به میانجی جراحی‌های متنوع و پیشرفته‌ی پلاستیک و زیبایی بیشتر صبغه‌ی روانی-اجتماعی دارد که طی آن فرد می‌کوشد به اقتناع درونی از خلال کردارهای فرهنگی زیبایی دست یابد. انسان امروزی به سمت مصنوعی‌بودن و استتار مصنوعی بدن‌اش پیش می‌رود. همه آدم‌ها شبیه هم می‌شوند. بینی‌ها کوچک و سر بالا، گونه‌ها برجسته و لب‌ها بزرگ می‌شوند؛ البته این افراد برای آنچه که به آن زیبایی می‌گویند به مصنوعات چنگ‌اندازی کرده‌اند. این گونه زیبایی‌های مصنوعی را فقط می‌توان از طریق جراحی‌های مختلف، پرهزینه و پرخطر تحقق بخشید.

### روئیت‌پذیری

روئیت‌پذیری<sup>۱</sup> یعنی اینکه یک داغ ننگ چگونه حک شده است تا به دیگران اطلاع دهد که فرد، حامل آن داغ ننگ است. روئیت‌پذیری یک داغ ننگ را باید از آگاهی داشتن از آن تفکیک نمود. زمانی که داغ ننگ یک فرد بسیار آشکار است، صرف برقراری تماس با دیگران منجر به شناخته‌شدن آن خواهد شد. روئیت‌پذیری را باید از یکی از ویژگی‌های اصلی‌اش یعنی، میزان مزاحمت متمایز کرد. یک داغ هرچند هم بی‌درنگ قابل مشاهده باشد، باز هم این مسئله را به قوت خود باقی می‌گذارد که به چه میزان قادر است در جریان گُنش متقابل افراد اختلال ایجاد کند (گافمن، ۱۳۸۶: ۷۵-۷۴).

مصاحبه‌شونده ۱۱، ۲۱ ساله، مجرد و دارای سابقه‌ی جراحی بینی می‌گوید:

"راستش برای من، نظر دخترا در مورد قیافه‌ام خیلی مهم بود. دوستانم وقتی می‌گفتن بینی‌ات خیلی بزرگه، بهشون محل نمی‌گذاشتم، ولی باور کنید هربار به دختری این رو بهم می‌گفت، تا مدت‌ها حرفش از یادم نمی‌رفت، خودخوری می‌کردم و احساس می‌کردم خیلی جلو دوستانم خوار و خفیف شدم. تازه اون وقت‌ها در اوج بلوغ هم بودم و بینی‌ام نیز علی‌رغم اینکه خودش خیلی بزرگ بود، ورم هم کرده بود. اما شکر خدا الان معنای جذابیت رو می‌فهمم، الان کاملاً از این صورت و قیافه‌ی خودم رضایت دارم. این جراحی بینی خیلی به نفعم تمام شد".

مصاحبه‌شونده ۱۰، ۲۶ ساله، متأهل و دارای سابقه‌ی جراحی بینی می‌گوید:

"قبل از جراحی بینی‌ام، صورتم خیلی بد ریخت نشان می‌داد. راستش همه مسخره‌ام می‌کردند و می‌گفتند این چیه دیگه؟ مثل یک تیکه خمیر نان روی صورتت افتاده! خیلی بهم بر می‌خورد و از خودم متنفر می‌شدم تا اینکه گفتم باید حتماً جراحی کنم و شر این بینی خلاص بشم. الان که جراحی کردم، دوستانم و آشنایان خیلی ازش تعریف می‌کنند. مخصوصاً تا مدتی که اون چسب روی بینی‌ام بود، هر دختری رو که از کنارم رد می‌شد، بهم زل می‌زد. بعد عمل تا مدتی که توی پادگان بودم، طوری دیگه اذیت می‌شدم و مسخره‌ام می‌کردند. سایر کادری‌های پادگان بهم تیکه می‌انداختند و می‌گفتند مثل دخترا شدی، سوسول شدی!".

مصاحبه‌شونده ۳، ۳۶ ساله، متأهل و دارای سابقه‌ی کاشت موی ترکیبی می‌گوید:

"از نظر من هرکسی، رو به این کارهای جراحی پلاستیک و کاشت مو می‌پاره، اعتماد به نفس‌اش پایینه. نُب وقتی اعتماد به نفس نداشته باشی، راحت نمی‌تونی هرجایی حضور داشته باشی، همش فکر می‌کنی راجع به تو حرف می‌زنند، همش فکر می‌کنی عیب تو رو برای هم بازگو می‌کنند. من که خودم اینطور فکر می‌کردم، هر جا می‌رفتم احساس می‌کردم دارند در مورد کچلی من حرف می‌زنند. ولی وقتی این عیب رو رفع می‌کنی، انگار از همه سرتری و هر جوری بخوای می‌توانی نظر بدی. واقعاً اعتماد به نفس را بالا می‌برد".

پنداشت افراد از خود، هیچگاه بی‌ارتباط با بازخوردی که از دیگران دریافت می‌کنند نیست. افراد با نمایشی که همواره در بافت جامعه از خود بروز می‌دهند، دائماً در معرض ارزیابی دیگر افراد قرار دارند. هنگامی که تشخیص داده شود که فردی از عیب یا نقصی برخوردار است که زندگی اجتماعی او را تحت تاثیر قرار داده است، نوعی خودخوارانگاری در افراد به وجود

می‌آید. در واقع بیزاری از خود و خودخوارانگاری نتیجه‌ی قابل روئیت بودن عیب و نقص ظاهری بدن است و از طرفی، زیبایی و دلربایی ایجادشده در ظار افراد نیز به میانجی همین روئیت‌پذیری خود را نشان می‌دهد.

### مردانگی هژمونیک

مردانگی هژمونیک<sup>۱</sup> گونه‌ای از مردانگی است که برای نخستین بار کانل بدان توجه نشان داد. مردانگی هژمونیک شکلی آرمانی شده از مردبودن در یک فرهنگ یا جامعه است که بیش از آنکه در افرادی واقعی در جامعه نمود پیدا کند، وجودی نمادین دارد. این مردانگی مثلاً در آثار ادبی و هنری و فرهنگ عامیانه و سایر اشکال موجود در گفتمان فرهنگی یک جامعه در برهه‌ای از تاریخ بروز می‌کند و نقشی کمال‌گرایانه دارد (عابدینی‌فرد، ۱۳۹۲: ۳-۲).

مصاحبه‌شونده ۲۳، متخصص پوست و مو با ۱۱ سال سابقه پزشکی می‌گوید:

"اگه یادتون باشه یه سریالی به اسم پدرسالار از تلویزیون پخش می‌شد خیلی سال پیش، در واقع اون سریال نمادی از مردانگی سنتی تو اون برهه از تاریخ بود. الان وقتی شرایط اون دوره را با امروز مقایسه می‌کنی، می‌بینی که خیلی چیزها عوض شده. تعاریف و ویژگی‌هایی که اون دوره از مردان می‌شد و عمدتاً نیز مورد پسند زن‌های اون دوره بود، هم اینک دیگر رنگ باخته است. همان ویژگی‌های مردانگی را در آن زمان، حتی مردان امروزی نیز قبول ندارند، چه برسد به زنان".

مصاحبه‌شونده ۴، ۳۷ ساله، متأهل و دارای سابقه‌ی کاشت موی سر می‌گوید:

"مرد بودن فقط این نیست که صبح تا شب کار کنی و هرچی درمی‌آری، خرج خانواده کنی، بعد مدتی خواهی فهمید که خانواده‌ات نیز از تو انتظار دارند که مثل شوهرهای امروزی یا مثل پدرهای امروزی باشی و رفتار کنی. هیچ بچه‌ای و هیچ زنی دوست ندارد شوهرش یا پدرش مثل مردهای قدیم، دستانی با پوست سخت، قیافه‌ای شلخته با لباس‌های کهنه و وارفته داشته باشه. مرد هم باید خودش رو با معیارهای حاضر جامعه وفق بده، باید به خودش برسه، برای خودش فرصت عرضه اندام کردن فراهم کند".

مصاحبه‌شونده ۹، ۲۵ ساله، مجرد و دارای سابقه‌ی جراحی بینی می‌گوید:

"قبل از اینکه برم خدمت سربازی، تو یه اداره‌ای در یکی از شهرستان‌های استان کار می‌کردم. هر مراجعه‌کننده‌ای رو می‌دیدم که موی سرش را کاشت کرده بود یا بینی‌اش را

جراحی کرده بود و مخصوصاً اگر چسب بر روی بینی‌اش بود، تا جایی که می‌توانستم سعی می‌کردم راه ندم. حتی به خودم اجازه می‌دادم که با این سن و سال اندکم، نصیحت‌شان کنم که این کارها زنانه است و در شأن یک مرد نیست. اما بعد از اینکه به خدمت آمدم و خیلی از دوستانم رو دیدم و با خیلی‌ها معاشرت داشتم، دیدم من اشتباه می‌کردم. مرد بودن به این چیزها نیست و داشتن مردانگی به این معنا نیست که زندگی را به کام بقیه تلخ کرد. حالا به نظر خودم مردانگی و مرد بودن به اخلاق خوب داشتن است نه اینکه سیبیل یا ریش داشته باشی یا مثل لات‌ها حرف بزنی".

ویژگی‌های سنتی مردان نظیر شجاع، مبارز، غیور، نترس، راد و غیره امروز دیگر در تعریف مرد ایده‌آل معاصر آنچنان به کار نمی‌آید. در تعریف از مرد، مردانگی و جایگاه آن در جامعه‌ی امروز، هرگز نمی‌توان از دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات زنان غافل ماند. از نظر بسیاری، برخورداری از شخصیتی اجتماعی، داشتن پرستیژ حرفه‌ای، داشتن تحصیلات عالی، خوش‌فرم و خوش‌قیافه-بودن، با اخلاق بودن، اهل معاشرت‌بودن و بسیاری ویژگی‌های دیگر نیز به طور یکسان می‌تواند از دغدغه‌های مردان و زنان نسبت به خود و حتی جنس مخالف‌شان (در قالب همسر، نامزد و یا دوست اجتماعی) باشد. خیلی از فاکتورها در کنار پیشرفت علم و تکنولوژی باعث شده تا امروزه مردان نیز بیش از پیش به ساختن بدن‌های ایده‌آل‌شان دست بزنند. حتی در بسیاری مواقع، تنظیم مجدد بدن مردانه آن چنان پیش رفته است که بسیاری از تابوها را در جامعه‌ی ما زیر پا گذاشته و با تقلیدی سراسیمه‌وار، مسیر روبه جلوی خود را می‌پیماید. داشتن بدنی مردانه به معنای ورزشکاربودن، بدنی عضلانی، و در یک معنا، جذاب؛ از ایده‌آل‌های بدن مردانه در برهه‌ی کنونی است. بدین خاطر است که امروزه کلینیک‌های جراحی پلاستیک و زیبایی مملو از مردانی است که صرفاً برای جذابیت ایجادکردن در بدن‌هایشان بدان جاها می‌روند.

### مُدگرایی

مُد در لغت به معنای سلیقه، روش و اسلوب بکار برده می‌شود و در اصطلاح عبارت از روش و شیوه‌ای موقتی که براساس ذوق و سلیقه افراد یک جامعه، سبک زندگی را تنظیم می‌کند. یکی از نشانه‌هایی که نظام معنایی جسمانیت خود را در آن بازتولید کرده و بدین وسیله کارکرد مشخص مادی خود را نیز حفظ و توجیه می‌کند پدیده مُد است.

مصاحبه‌شونده ۲۲، متخصص پوست، مو و زیبایی با سابقه‌ی ۳ سال پزشکی می‌گوید:



"بسیاری از افرادی که به من مراجعه می‌کنند، این درخواست را دارند که موهای زائد بدن‌شان را توسط لیزر به صورت دائمی بردارم. حین انجام این کار، بسیار مشاهده می‌کنم که دغدغه‌ی پوست صورت‌شان را دارند. در واقع دوست دارند هرطوری که شده اثرات پیری یا احیاناً جوش‌های صورت‌شان را بردارند. مردان زیادی نیز مراجعه می‌کنند و می‌خواهند یا موهای ریش، یا زیربغل یا سایر نقاط بدن‌شان را بردارند البته آنکاره کردن خط ریش یا زیر گردن و یا حتی برداشتن کلی موی صورت و زیر بغل برای مردان از نظر من، مشکلی ندارد ولی گاهی بعضی مردهای نوجوان و جوان مراجعه می‌کنند و می‌خواهند تا موهای بسیاری دیگر از جاهای بدن‌شان را لیزرسوز کنند که البته من دلیل‌اش را از آنها نمی‌پرسم ولی برای خودم نیز جای سوال دارد".

مصاحبه‌شونده ۱۴، ۲۶ ساله، مجرد و با سابقه‌ی جراحی بینی می‌گوید:

"وقتی به این پسرهای نسل امروزی نگاه می‌کنم، حالم از این دوران به هم می‌خوره، درسته که من هم خودم رفتم جراحی بینی کردم، به خودم رسیدم، به حرف‌های پدر و مادرم گوش نکردم. ولی من مجبور بودم، واقعاً بینی‌ام زشت بود، نمی‌توانستم با دختر مورد علاقه‌ام نامزد کنم. ولی الان خیلی‌ها دیگه زیاده‌روی می‌کنند. یه دوستی دارم توی صدا و سیما کار می‌کنه، رفته‌گونه گذاشته. هرچه بیشتر می‌ریم جلو، دخترها و پسرها بیشتر به هم شبیه می‌شوند".

مصاحبه‌شونده ۱۲، ۳۴ ساله، مجرد و با سابقه‌ی جراحی زیبایی گوش و بینی می‌گوید:  
"امروزه دیگه زن و مرد تقریباً شبیه هم می‌شن، حتی در خیلی از جاها به نظر من جاهاشون عوض شده. شیوه‌ی لباس پوشیدن، به‌خودرسیدن، موبرداشتن و خیلی از ادا و اطوارها را از بعضی پسرها می‌بینی، حالت بهم می‌خوره. آخه پروتز لب برای یک پسر می‌تونه چه مزیت‌هایی داشته باشه؟ من حتی شنیدم توی تهران پروتز باسن هم می‌کنند یا موهای تمام بدن‌شان را برمی‌دارند. خب این غیراز کارهای خلاف عُرْف و شأن مردانگی می‌تونه چه معنایی داشته باشه؟".

رشد فناوری‌های پزشکی در حوزه‌های مختلف جراحی پلاستیک و زیبایی و همچنین رشد گرایش به استفاده از فناوری لیزرسوزی توسط پزشکان برای از بین بردن موهای زائد بدن و به نوعی لایه‌برداری پوست سبب شده تا به تعداد افرادی که تمایل به انجام این گونه کردارهای غیرجراحی دارند، افزوده شود. به طور قطع مردان نیز از این قاعده مستثنی نبوده و برای انجام اینگونه اعمال، هزینه‌های سنگین را به دفعات پرداخت کرده تا به باور خود، تنوعی در

صورت‌هایشان ایجاد کنند. گرایش بیمارگونه به ایجاد زیبایی در بدن سبب می‌شود تا زمان و هزینه بیشتری را در این مسیر خرج نمود. در بسیاری مواقع، فرد به اقناع لازم دست پیدا نمی‌کند و در پی انجام کردارها و جراحی‌های بیشتر و حتی خطرناک‌تر برمی‌آید که متأسفانه بسیاری از پزشکان نیز برخلاف اخلاق پزشکی‌شان به این عطش‌های زیبایی و زیبایی‌سازی بدنی دامن زده و فرد مبتلابه را در معرض آسیب‌های جدی قرار می‌دهند. امروز بیش از گذشته با مردانی روبرو هستیم که ظاهری زنانه را بر خود می‌پسندند و این در حالی است که خود زنان نیز چنین ظواهری را برای مردان مورد پسندشان روا نمی‌دارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

کردارهای زیبایی و به ویژه جراحی‌های زیبایی در مسیر ایجاد یک بدن ایده‌آل و مورد پسند جامعه پیش می‌روند تا از این طریق بتوان فرصت‌ها و مزیت‌های بیشتری برای افراد چه در حوزه روابط اجتماعی و چه در دیگر حوزه‌ها ایجاد کرد. امروز همه در پی بازنمایی خود هستند و می‌کوشند به گونه‌ای، در روابط اجتماعی خود با دیگران، خود را عرضه نمایند. مردان در صدد دستیابی به استیلای مجدد خود در جامعه و به ویژه در قیاس با زنان هستند. گاه‌آ این استیلا و سلطه به واسطه‌ی برخورداری سرمایه‌ی اقتصادی یا سرمایه فرهنگی و یا هر دو باهم ایجاد می‌گردد، اما باید اذعان داشت که در صورت نبود هیچ یک از این سرمایه‌ها، سرمایه‌ی بدنی می‌تواند جایگزین بهتر و آسان‌تری باشد. برخورداری از فرصت‌های اجتماعی نظیر شغل، ازدواج، مشارکت فعال در گردهمایی‌های سیاسی و اجتماعی، حضور در کمپین‌های انتخاباتی و بسیاری گروه‌ها و حلقه‌های اجتماعی دیگر مستلزم تایید شدن اولیه به لحاظ ظاهری است. حتی کردارهای زیبایی در حالت متعارف نیز مورد تاکید بسیاری از ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی قرار می‌گیرند. بسیاری از این سازمان‌ها برای آراستگی کارکنان‌شان نیز دستورالعمل‌ها و قوانینی تدوین نموده‌اند که عدول از آنها را مساوی با تخلف تلقی می‌کنند. امروز ساختارهای اجتماعی به گونه‌ای در جامعه‌ی ما عمل می‌کنند که ظاهر و در رأس آن، صورت در اولویت بسیاری از ارزیابی‌ها قرار داشته و اولین چیزی که بر مبنای آن در مورد شخصیت افراد قضاوت می‌شود، ظاهر است. لذا ساختارهای مسلط اجتماعی، دستکاری در بدن را به منظور رشد و ترقی فرد در

جامعه، به صورت مستقیم و غیرمستقیم روا دانسته و هرگونه تغییری را به شرطی که مورد قبول عُرف جامعه باشد، می‌پذیرد و از آن استقبال می‌کند.

در کل می‌توان ادعا کرد که دو عامل در سوق دادن مردان به سمت جراحی‌های زیبایی از اهمیت بالایی برخوردار هستند: زنان در نقش همسر یا دوست و فضای مجازی شامل شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های ماهواره‌ای. امروز زنان در انتخاب‌های خود از استقلال و آزادی بیشتری برخوردار هستند. زیبایی و دل‌ربایی معیاری اولیه و مقدماتی برای انتخاب دوستی از جنس مخالف، همسر، و انواع دوستی‌های اجتماعی نوین است. طبیعتاً بدن و به ویژه وجه ظاهری آن در کانون اصلی این معیار برای انتخاب قرار دارد. مردان نیز به این امر واقف هستند که دیگر معیارهای پیشین مردانگی در جلب دوستان و شریکان زندگی‌شان در آینده رنگ باخته و رنگ و لعابی امروزی به خود گرفته است. لذا برای جلب رضایت زنان، بهترین اقدام را در ایجاد دستکاری‌های زیبایی‌مآبانه در ظاهر و به ویژه در سر و صورت خود می‌بینند. این گونه است که به موازات حضور زنان در کلینیک‌های زیبایی، شاهد حضور شمار زیادی از مردان نیز هستیم که برای ایجاد نوعی زیبایی زن‌پسندانه، اقدام به کردارهای زیبایی می‌نمایند.

از طرف دیگر نباید از نقش رسانه‌های فعال در فضای مجازی شامل شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های ماهواره‌ای غافل ماند. جوامع به لحاظ فرهنگی، تاثیرپذیری بالایی از هم دارند و امر زیبایی و پرداختن بدن نیز از این ژمره جدا نیست. نمایش بدن‌های جذاب مردانه در فیلم‌ها و تاثیر حضور سلبریتی‌های خوش فرم به لحاظ بدنی در انواع گروه‌ها و پارتی‌های اجتماعی تاثیر بالایی در سوق دادن مردان به سمت بدن‌های زیبا برای دستیابی به برخی فرصت‌های اجتماعی تاثیرگذار دارد. برنامه‌های ماهواره‌ای با اختصاص کانال‌های مُدل مردانه و شوهای تبلیغاتی در ترغیب مردان به سمت انجام کردارهای زیبایی اثرگذار بوده، در این میان؛ پخش میان‌برنامه‌هایی با هدف تبلیغ محصولات زیبایی برای زنان و مردان و تلاش در جهت محوری‌نشان‌دادن اهمیت پرداختن به ظاهر بیش از هرچیزی در کُنش‌های زیبایی‌مآبانه‌ی مردان تاثیر داشته است. در مجموع می‌توان گفت، گرچه شاهد تعریفی جدید از مردانگی در جامعه‌ی نسبتاً سنتی‌سندج هستیم، اما همین تعریف جدید نیز به شدت زیر سایه‌ی نوعی سنت‌گرایی قرار دارد که هرگونه تخطی از آن به سان تابویی اجتماعی تلقی می‌شود که برچسب‌هایی را برای مرتکب‌اش به همراه دارد. البته هرگز نمی‌توان برای این گونه تغییرات در نگاه به مردانگی، مرزبندی مشخصی قایل شد،

زیرا اثرات مدرنیته به گونه‌ای بوده که سراسر جهان را دربر گرفته و مردانگی را در هر فرهنگ و قلمرو جغرافیایی دستخوش تغییر قرار داده است.

## منابع

- اسمیت، فیلیپ و رایلی، الگزنر (۱۳۹۴). نظریه‌ی فرهنگی، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- ترنر، برایان (۱۳۸۷). شرق‌شناسی، پست‌مدرنیسم و جهانی‌شدن، ترجمه‌ی غلامرضا کیانی، تهران: فرهنگ گفتمان.
- جعفری، زین‌العابدین؛ موحد، مجید؛ زاهدانی، سیدسعیدزاهد؛ غفاری‌نسب، اسفندیار (۱۳۹۹). جراحی زیبایی مردان در تهران؛ بررسی دیالکتیکی عاملیت و ساختار مبتنی بر واقع‌گرایی انتقادی، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۱۱، شماره اول، بهار ۱۳۹۹، ۱-۳۱. <http://dx.doi.org/10.30465/SCS.2020.5182>
- ذوقی‌پایدار، محمدرضا؛ کرمی، افسانه؛ نبی‌زاده، صفدر (۱۳۹۷). مقایسه‌ی اختلال تصویر تن، اختلال بدشکلی بدن و گرایش به مُد در افراد متقاضی و غیرمتقاضی جراحی زیبایی، فصلنامه علمی-پژوهشی روانشناسی سلامت، ۷(۲۶): ۲۴-۷.
- عابدینی‌فرد، مصطفی (۱۳۹۲). مردانگی هژمونیک و داغ جسمیت‌های ناکام: جنسیت و ناهنجارمندی جسمی در آبیجی خانم و داوود گوژپشت، نشریه‌ی ایران نامه، ۲۸(۱): ۲۰-۳۹.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه‌ی هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- کریگان، کیت (۲۰۰۶)، "جامعه‌شناسی بدن: نظریه‌های مدرن، پست مدرن و پساساختارگرایانه"، ترجمه‌ی محسن ناصری راد، تهران، نشر ونگار، ۱۳۹۶.
- گافمن، اروینگ (۱۳۸۶). داغ ننگ: چاره‌اندیشی برای هویت ضایع‌شده، ترجمه‌ی مسعود کیانپور، تهران: نشر مرکز.
- لوبروتون، داوید (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی بدن، ترجمه‌ی ناصر فکوهی، تهران: نشر ثالث.
- محمودی، یسری؛ محدثی‌گیلواپی، حسن؛ تاج‌الدین، محمد باقر (۱۳۹۶). مطالعه‌ی جامعه‌شناختی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی زنان و مردان ساکن شهر تهران، فصلنامه‌ی شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ۲۰(۷۷): ۱۶۷-۱۳۹.
- موسوی، سید ابوالفضل؛ پورحسین، رضا؛ زارع‌مقدم، علی؛ موسویان‌حجازی، سید اسد؛ گمنام، اعظم (۱۳۹۵). تصویر بدن در دیدگاه‌ها و مکاتب روان‌شناسی، نشریه‌ی رویش روان‌شناسی، ۵(۲): ۲۶۶-۲۰۹.

- نعمتیان، ساره؛ نوغانی، محسن؛ اصغرپور، احمدرضا (۱۳۹۴)، "چیستی و چرایی روش تحلیل روایت"، تهران، سومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی.
- Alsop, R. and Lennon, K. (2017), *Aesthetic Surgery and the Expressive Body*, Los Angeles, SAGE Journal Publication.
  - Atkinson, M. (2006). *Masks of Masculinity: (Sur)passing Narratives and Cosmetic Surgery*, London, Ash gate
  - Atkinson, M. (2008). *Exploring Male Femininity in the Crisis: Men and Cosmetic Surgery*, Los Angeles, SAGE Publication
  - Goffman, E. (1959). *The presentation of self in Everyday life*, NewYork, Anchor
  - Hermanns, H. (1995). Narrative Interview in U. Flick, E, V, Kardorff, H, Keupp, L, V, Rosenstiel and *Handbuch Qualitative Sozialfoeschung*, 2<sup>nd</sup> edition, Munich, Psychologie, Verlage Union, pp. 182-185.
  - Ricciardelli, R. and Clow, K. (2009). *Men, Appearance and Cosmetic Surgery: The Role of Self-esteem and Comfort with the Body*, Toronto, Canadian Journal of Sociology
  - Shilling, Ch (2003). *The body and Social Theory*, London, Sage
  - Shilling, Ch (2007). *Sociology and The Body: Classical Traditions and New Agendas*, Editorial Organization, The Editorial Board of the Sociological Review. Blackwell Publishing, Oxford.
  - Shilling, Ch. (1991), *Educating The Body: Physical Capital and the Production of Social Inequalities*, Sage Social Sciences Collections, November 1991, Vol 25, No 4, 653-672
  - Shilling, Ch. (2005). *The Body in Culture, Technology and Society*, London, Sage
  - Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, London. Sage.
  - Sullivan, D. (2004). *Cosmetic Surgery: The Cutting Edge of Commercial Medicine in America*, New Brunswick, Rutgers University Press
  - Waskul, D. and Vannini, Ph. (2006). *Body/Embodiment: Symbolic Interaction and the Sociology of the Body*, Ash gate Publishing Company, Burlington, USA