

eISSN: 3115-7955

Research

# Reasons and consequences of nail implantation among women living in Qochan city

Hossein Ghodrati<sup>1</sup>, Elaheh Hashemi<sup>2</sup>, Shafieh Ghodrati<sup>1</sup>

1- Associate Professor, Department of Sociology, Hakim Sabzevari University, Razavi Khorasan, Sabzevar, Iran

2- Master of Science, Department of Sociology, Hakim Sabzevari University, Razavi Khorasan, Sabzevar, Iran

**Receive:**

03 May 2025

**Revise:**

10 June 2025

**Accept:**

27 July 2025

**Keywords:**

Nail implantation,  
Body industry,  
Beauty,  
Women

**Abstract**

**Purpose:** The purpose of this study was to sociologically examine and understand the practice of nail implantation among women living in the city of Quchan.

**Method:** The research was conducted using a qualitative approach and the grounded theory method. Semi-structured interviews were employed as the data collection tool. Interview participants were selected through purposive sampling, and theoretical sampling was used to determine the final number of participants. The study population consisted of women in Quchan who had experience with nail implantation. A total of 27 women aged 20 to 60 who had undergone nail implantation participated in the study.

**Findings:** The findings indicate that the causal conditions of this phenomenon include fear of social rejection and negative self-perception regarding the appearance of their hands. The central phenomenon of the study is the desire for beauty (and bodily expressiveness), which takes place within the context of social values and family conditions. Social restrictions and feelings of conflict, along with the influential role of advertising and encouragement from others, act as facilitating conditions for this practice. The consequences identified in the study include increased self-confidence, time savings, and economic savings.

**Conclusion:** In a changing society where women have limited social presence and face multiple constraints, the body becomes a highly effective medium for self-expression and self-presentation.

**Please cite this article as (APA):** Ghodrati, H., Hashemi, E. and Ghodrati, S. (2025). Reasons and consequences of nail implantation among women living in Qochan city. *Journal of Approaches in Sociology and Development*, 1(2), 44-61.



<https://doi.org/10.22034/jasd.2025.223979>



Authors retain the copyright and full publishing rights.  
Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business.  
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

**Publisher:** Arya Hyrkanian Press (AH.PRESS)

**Corresponding Author:** Hossein Ghodrati

**Email:** h.ghodrati@hsu.ac.ir

## دلایل و پیامدهای عمل کاشت ناخن در بین زنان ساکن شهر قوچان

حسین قدرتی<sup>۱</sup>، الهه هاشمی<sup>۲</sup>، شفیعه قدرتی<sup>۱</sup>

۱- دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه حکیم سبزواری، خراسان رضوی، سبزوار، ایران

۲- کارشناسی ارشد، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه حکیم سبزواری، خراسان رضوی، سبزوار، ایران

### چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر، بررسی و فهم جامعه‌شناسانه انجام کاشت ناخن در میان زنان شهر قوچان است.

**روش:** پژوهش با رویکرد کیفی و روش گراندد تئوری انجام شده است. ابزار استفاده شده برای گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه ساخت یافته بوده است. جهت انتخاب افراد مصاحبه شونده از روش نمونه‌گیری هدفمند و برای تشخیص تعداد افراد از نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. جامعه بررسی شده، زنان ساکن شهر قوچان‌اند که تجربه کاشت ناخن داشته‌اند. تعداد نمونه بررسی شده ۲۷ نفر از زنان ۲۰ - ۶۰ ساله است که تجربه کاشت ناخن داشته‌اند.

**یافته‌ها:** براساس یافته‌ها، شرایط علی این پژوهش، ترس از طردشدن و تصویر ذهنی منفی نسبت به دست‌هایشان بوده است. میل به زیبایی (وابرازگرایی بدنی) پدیده محوری پژوهش است که در بستر ارزش‌های اجتماعی و شرایط خانوادگی اتفاق افتاده است. محدودیت‌های اجتماعی و حس تعارض شرایط و مداخله‌گری تبلیغات و ترغیب دیگران به کاشت ناخن شرایط تسهیل‌گر این پدیده است. پیامدها و آثار مطالعه عمل کاشت ناخن در این پژوهش، افزایش اعتمادبه‌نفس، صرفه‌جویی در زمان و صرفه‌جویی اقتصادی است.

**نتیجه‌گیری:** در شرایط جامعه‌ای رو به تغییر که زنان چندان جایگاهی در امور اجتماعی ندارند و محدودیت‌های متعددی اعمال می‌شود، بدن یکی از ابزارهای بسیار مؤثر در ابراز و نمایش خود می‌گردد.

### تاریخ دریافت:

۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۴

### تاریخ بازنگری:

۲۰ خرداد ۱۴۰۴

### تاریخ پذیرش:

۰۵ مرداد ۱۴۰۴

### کلیدواژه‌ها:

کاشت ناخن،

صنعت بدن،

زیبایی،

زنان

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): قدرتی، حسین، هاشمی، الهه و قدرتی، شفیعه. (۱۴۰۴). دلایل و پیامدهای عمل کاشت ناخن در بین زنان ساکن

شهر قوچان. فصلنامه رهیافتی در جامعه‌شناسی و توسعه. ۱(۲). ۴۴-۶۱.



<https://doi.org/10.22034/jasd.2025.223979>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business.

This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0

International (CC BY 4.0)

ناشر: انتشارات آریا هیرکانی

نویسنده مسئول: حسین قدرتی

ایمیل: [h.ghodrati@hsu.ac.ir](mailto:h.ghodrati@hsu.ac.ir)



## مقدمه

با گسترش شهرنشینی، انسان‌ها بیشتر از گذشته در معرض تبلیغات مرتبط با بدن قرار می‌گیرند؛ تبلیغ کلاس‌های بدنسازی، کلینیک‌های زیبایی، کاشت مو، کاشت ناخن، انواع جراحی‌های بدن همانند جراحی بینی، لیوساکشن، بوتاکس، جراحی زیبایی گوش، برجسته‌سازی گونه و دستکاری‌های بسیار دیگر که همه نشان از رخداد و رویکردی جدید به بدن است و اینکه بدن و اجزای آن به دغدغه جدی آدمی بدل شده است. در دنیای مدرن، برداشت‌های تازه‌ای از زیبایی شکل گرفته است. زیبایی که در گذشته امری ذاتی و طبیعی تلقی می‌شد به تدریج به امری اکتسابی تبدیل شده است. بدن به یکی از درگیری‌ها و دل‌مشغولی‌های مهم آدمی، از زن و مرد و پیر و جوان، تبدیل شده است.

در گذشته، بدن واقعیتی طبیعی بود که فرد در هر شرایطی باید با آن می‌ساخت. امروزه، بدن در انواع و اقسام شکل‌هایی که می‌گیرد، به یکی از مؤلفه‌های بازاندیشی در هویت افراد تبدیل شده است. این حقیقت و تغییر بدن طبیعی به بدن مصنوعی با دستاوردهای صنعتی و پزشکی همراه بوده است. توجه به بدن در چارچوب‌های اجتماعی امری به‌هنگار است، اما در جوامع امروزی به علت تأکید بیش از حد بر بدن، این مسئله از حالت طبیعی و به‌هنگار خود فاصله گرفته است؛ تا جایی که بدن از حالت طبیعی خود خارج شده و حالت مصنوعی به خود گرفته است. در فرهنگ اسلامی و ایرانی، روح و پرداختن به روح اهمیت بسیار و جسم اهمیت پایین‌تری دارد، با وجود این آموزه‌ها، چه اتفاقی افتاده است که بدن در جامعه ایران تا این حد مهم شده است.

صنعت بدن به معنای دستکاری و بازآفرینی بدن است. صنعت بدن یعنی رویه‌هایی که به کمک آنها انسانی دیگر به مدد پیشرفت‌های علم پزشکی و فناوری جدید ساخته می‌شود که از فرق سر تا انگشت پا دستکاری شده و مصنوعی است؛ انسانی که جسمی طبیعی ندارد و در واقع شبه‌صناعی است [۱].

صنعت بدن به علاوه بر نوعی بازار دلالت دارد: بازاری که در آن تاجران صنایع پزشکی، جراحان و صنف آرایشگران فعال و ذینفعان‌اند. در ایران، محققان مختلف از تعبیر «مدیریت بدن» سخن گفته‌اند. واژه «مدیریت» اما بار مثبتی دارد و حاکی از نوعی خودسالاری و مواجهه‌ای آگاهانه با بدن خویش است. اما صنعت بدن به عملکرد عوامل و نیروهای این بازار و تبلیغات آن و فرایندهای مده‌سازی و فشارهای هنجارین آن وابسته است و درونمایه‌های خودسالارانه در آن چندان نمایان نیست. در صنعت بدن، بدن برساخته‌ای شخصی است شیئی گذرا و قابل دستکاری که می‌توان بارها بنا بر تمایل فرد تغییرش داد [۲].

با توجه به این فراگیری، در کشور ایران جراحی زیبایی، در بین زنان و مردان کاملاً مشهود است. طبق برآورد جامعه‌شناسان و دیگران، افزایش پدیده جراحی‌های زیبایی با گذشت زمان، بیشتر خواهد شد و اکثر افراد را به خود مشغول خواهد کرد. در اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ میلادی فوکو بحث‌های تازه‌ای را وارد ادبیات جامعه‌شناسی بدن کرد. او نشان داد که بدن به ذات خود می‌تواند دارای تاریخ باشد. کار فوکو مطالعات اجتماعی را از صرف یک نگاه زیستی بر بدن، به سمت پذیرفتن بدن به مثابه محصولی اجتماعی - تاریخی تغییر داد [۳]. مشاهدات واقعیت موجود نیز حکایت از فراگیری عمل دارد؛ به نحوی که روز به روز بر تعداد متقاضیان رینوپلاستی در کشور افزوده می‌شود [۴].

از آنجا که شاهد فراگیری هرچه بیشتر این پدیده در شهرهای مختلف ایران هستیم و هم اکنون نیز رتبه اول جراحی زیبایی بینی در جهان از آن ایران است، عمل کاشت ناخن نیز به عنوان یکی از عمل‌های زیبایی رایج در بین زنان شده است، در گذشته جریان دستکاری بدن ابتدا با هدف جراحی ترمیمی و برگرداندن شکل و عملکرد طبیعی بدن بوده، اما این امر امروزه جای خود را به جراحی زیبایی داده است. جراحی زیبایی می‌کوشد فرد را از حالت طبیعی فراتر ببرد. با توجه به مسئله شدن بدن در جامعه ایران، و به طور خاص بین زنان ایرانی، و درگیر شدن زنان به عنوان نیمی از جامعه با آن، این پژوهش به فرایند صنعت بدن به خصوص کاشت ناخن در بین زنان شهر قوچان پرداخته است. سؤال اصلی این پژوهش این است که دلایل و انگیزه‌های زنان از دستکاری ناخن‌های طبیعی خویش و انجام کاشت ناخن چیست؟ شرایط زمینه‌ای گسترش و توجه به بدن بین زنان کدام اند؟ شرایط مداخله‌گر عمل کاشت ناخن کدام اند؟ شرایط تسهیل‌گر عمل کاشت ناخن کدام اند؟ پیامدها و آثار عمل کاشت ناخن برای زنان چیست؟

### پیشینه تحقیق

بیشترین آثار علمی مرتبط با بدن در دهه ۱۳۸۰ تولید شده‌اند که تا حدود زیادی به جوان بودن این شاخه از جامعه شناسی در ایران و نیز در سطح جهانی مرتبط است. با روند روبه رشد و غیرطبیعی جراحی‌های زیبایی و استفاده بی‌رویه زنان از مواد و لوازم آرایشی و بهداشتی، توجه پژوهشگران ایرانی به جامعه شناسی بدن و آسیب‌های مرتبط با صنعت بدن جلب شد. در اواسط دهه ۱۳۸۰ و اوایل دهه ۱۳۹۰ پژوهش‌هایی مرتبط با بدن انجام شد. نتایج حاصله از تحقیقات داخلی که بیشتر با روش کمی انجام شده‌اند نشان می‌دهد که متغیرهایی همانند پایگاه اقتصادی اجتماعی، سبک زندگی، فرهنگ مصرف، جهانی سازی، مدرنیته، فشارهای ساختاری، پذیرش اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، چشم و هم چشمی و تقلید از دوستان، کسب هویت و منزلت فردی و اجتماعی و کسب تأیید دیگران با جراحی زیبایی بدن رابطه داشته است. در ذیل به مرور تعدادی از تحقیقات پیشین می‌پردازیم.

[۵] در پژوهشی به این نتیجه رسید که نوگرایی در جامعه ایران تأثیرات خود را در حساسیت جوانان به کنترل و انضباط بر بدن خویش و حساسیت بیشتر برای ارائه تصویری مطلوب از آن برجای گذاشته است. اعتمادی فرد و امانی [۶] در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که انگیزه زنان از انجام دادن عمل‌های زیبایی به دو دسته کلی انگیزه‌های شخصی (انگیزه‌های معطوف به خود) و انگیزه‌های فراشخصی (انگیزه‌های معطوف به فراخود) طبقه بندی می‌شوند. انگیزه‌های شخصی در سطح تحلیلی خرد طبقه بندی می‌شود. انگیزه‌های فراشخصی برحسب موقعیت و شرایطی که افراد در آن قرار می‌گیرند به دو سطح تحلیلی میانی و کلان طبقه بندی می‌شوند. در سطح میانی، خانواده و شرایط خانوادگی و در سطح کلان، شرایط اجتماعی به منزله منشأ ایجاد انگیزه برای انجام دادن جراحی زیبایی مؤثر واقع شده‌اند که برحسب موقعیت متفاوت‌اند. قادرزاده، خالق پناه و خزایی [۷] در پژوهشی نشان داده‌اند که زنان در مواجهه با دگردیسی هنجارهای زیبایی، بدل شدن زیبایی به امری اروتیک، ملال آوری زندگی روزمره، و تکثیر تصورات منفی از جسمانیت خویشان به جراحی زیبایی روی می‌آورند. بازسازی معنایی تجربه و درک زنان از کنش جراحی بر ابزاری شدن بدن اکتسابی شدن زیبایی و رسانه‌ای شدن بدن دلالت دارد.



گادنیه و مک کاتی [۱۵] در پژوهشی به موضوع طراحی زنان در بین زنانی که عمل جراحی زیبایی سینه انجام داده‌اند پرداختند. فرضیه این پژوهش آن است که انجام دادن عمل جراحی زیبایی الزام و فشاری اجتماعی است یا عملی اجتماعی که افراد آزادانه انتخاب می‌کنند. در این پژوهش، با ۱۵ زن که جراحی زیبایی سینه انجام داده بودند مصاحبه شد. نتایج این پژوهش نشان داد در انجام دادن جراحی زیبایی هم عاملیت فردی و هم اجتماع بزرگتر، که افراد را به پذیرش ملاکهای اجتماعی زیبایی مجبور می‌کنند، مهم‌اند. باکر پیتس [۱۶] در پایان نامه خود به بررسی معانی یا رابطه انتخاب زنان در مورد جراحی زیبایی از دیدگاههای فمینیستی و روانکاوی پرداخته است. نتایج بیانگر این است که در زمینه عینیت بخشی فرهنگی از بدن زنان، جراحی زیبایی نشان دهنده نوعی خودحفاظتی است. شرکت کنندگان به دنبال تأیید فرهنگی، شناخته شدن و رهایی از درد روحی و روانی بودند.

چو [۱۷] در پایان نامه خود به بررسی این مسئله می‌پردازد که با توجه به روابط بین هویت، خود، بدن و فرهنگ، زنان آسیایی-کانادایی چگونه تصمیم به انجام دادن جراحی زیبایی چشم و بینی می‌گیرند. نتایج بررسی نشان می‌دهد که فرهنگ مصرفی سرمایه داری غرب با ایجاد عاداتی (عادت‌ها و ارزشها و معیارهای طبقه متوسط و سفید پوست) که بر ظاهر افراد و سبک زندگی آنها به منزله شاخص هویت و جایگاه آنها اثر می‌گذارد، تصمیم‌های افراد را در جهت انواع خاصی از جراحی‌ها سوق می‌دهد. گیمیلین [۱۸] با این دید که بدن پروژه‌ای است که روی فعالیت‌هایی انجام می‌شود و این فعالیتها به بخش مرکزی هویت فردی تبدیل می‌شود، به مصاحبه با ۲۰ زن پرداخته که عمل جراحی زیبایی انجام داده بودند. افراد نمونه، زنان سفیدپوست و ساکن جنوب غرب انگلستان بودند که در گروه سنی ۲۳ - ۵۰ قرار داشتند. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان دهنده این است که ظاهر نامطلوب این افراد بین خود و بدن آنها فاصله ایجاد کرده است و برای برطرف کردن مشکلات بدن به جراحی زیبایی متوسل شده‌اند. براساس یافته‌ها، عمل جراحی زیبایی باعث می‌شود که جسم با حس خودباوری همسو و هم جهت شود. این روش همچنین باعث آرام کردن و تسکین اختلالات ظاهری جسم می‌شود. این تحقیق مشخص می‌کند که در دوره تجدد و مدرنیته، بدن به منزله مرکز هویت در نظر گرفته می‌شود.

شارپ و همکاران [۱۹] نیز در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که همه‌ی متغیرهای رسانه‌ای و دوستانه با نگرش مثبت نسبت به جراحی زیبایی رابطه معناداری داشتند. دیوید فدریک و همکاران [۲۰] در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که زنان آسیایی-آمریکایی فشارهای اجتماعی- فرهنگی را تجربه می‌کنند که می‌تواند ریسک نارضایتی آنها از بدن و صورتشان را افزایش دهد. گادمن و همکاران [۲۱] پژوهشی انجام دادند. این پژوهش بین ۱۲۰ نفر بود و یک گروه کنترل و یک گروه آزمایش وجود داشت. بیماران قبل از جراحی از تصویر بدنی خود و تصویر نامناسب از آلت جنسی خود ناراضی بوده‌اند و نیز رضایت جنسی کمتری داشته‌اند. اما بعد از جراحی، نارضایتی از تصویر بدنی و تصویر آلت جنسی از بین رفت و رضایت جنسی به شدت افزایش یافت.

نیکول و همکاران [۲۲] پژوهشی انجام داده‌اند. در این پژوهش، بیان شده است که زنان همواره در حال رقابت برای جذب جنس مخالف از طریق ارتقای مشخصات فیزیکی خود هستند و این در اواخر باروری فاز فولیکولی چرخه‌های قاعدگی آنها نمود بیشتری دارد و پذیرش جراحی زیبایی نیز در این دوران افزایش می‌یابد.

## ادبیات نظری

قبل از آنکه گرایش به نام جامعه‌شناسی بدن شکل بگیرد و جامعه‌شناسی مستقلاً به بدن توجه کند، دانشمندان علوم اجتماعی کمابیش به مسئله بدن و رفتارهای بدن و کنترل اجتماع بردن پرداخته بودند؛ مثلاً، می‌توان به مقاله‌ای از مارسل موس<sup>۱</sup> به نام «تکنیک‌های بدن» [۱۹۳۶] اشاره کرد. با اینکه مفهوم جامعه‌شناسی بدن را برای اولین بار برایان ترنر<sup>۲</sup> در دهه ۱۹۹۰ مطرح کرد و با کتاب جامعه و بدن برای اولین بار مستقلاً به جامعه‌شناسی بدن پرداخت [۲۳]، نباید نقش جریان‌های فکری همانند فمینیسم، پست مدرنیسم، مطالعات فرهنگی و روانشناسی را در ظهور و توسعه این رشته نادیده گرفت.

ترنر معتقد است ما به سوی یک جامعه کالبدی در حرکتیم. به این معنا که برخلاف نظام سرمایه داری صنعتی، که در آن تولید محور اصلی فعالیتها بود، در دوران جدید تنظیم بدن به میدان اصلی فعالیت‌های سیاسی و فرهنگی تبدیل شده است. از نظر او، هرچند بدن انسان بنیان اندامی دارد، همزمان برساختی اجتماعی نیز دارد. به زعم او، از دو منظر می‌توان به بدن نگریست: اول، بدن یک ماهیت و وجود جسمانی و دوم، بدن یک موجود زنده است. ترنر، به طور خاص، به تنظیم بدن جمعیت‌ها، یعنی شیوه‌های نظارت جامعه بر عملکرد بدن اعضای خود، توجه دارد. وی معتقد است نهادهای حقوق، مذهب و پزشکی، از ابتدای تولد تا هنگام مرگ، در حد درخور ملاحظه‌ای در تنظیم بدن نقش دارند. از نظر ترنر، بدن انسان چهار عملکرد اصلی بازتولید، تنظیم، مهار امیال و هیجان‌های درونی و نمایش خود را دارد و نظم اجتماعی از خلال ایفای هر یک از موارد یادشده تحقق می‌یابد. به طور خلاصه، ترنر معتقد است که در جوامع مدرن و صنعتی که فردیت اهمیت یافته و توجه به بدن‌ها هم زیاد شده است، بدن با هویت و مفهوم خود ارتباط یافته است. در این دوران، زیبایی بدن و متناسب بودن آن با یاری فناوری‌های پزشکی، مثل جراحی‌های پلاستیک و زیبایی، خلق می‌شوند. امروزه توجه تجاری و مصرفی به بدن به منزله نشانه‌ای از زندگی خوب و سالم و شاخصی از سرمایه فرهنگی در جوامع مدرن و پسا صنعتی است [۲۳].

گافمن<sup>۱</sup> نیز معتقد است که افراد به ناچار وارد اجتماع می‌شوند و باید به بهترین وجه ممکن در آن پیشرفت کنند. در این دیدگاه، اولویت تعیین کننده‌ای به ساختار اجتماعی داده شده است که در درون آن ارائه خود در زندگی هرروزه تشریفات و شعایر کنش متقابل تأثیرگذاری و شیوه‌های دیگر رخ می‌دهد که مردم با استفاده از آنها بیشتر زندگی اجتماعی را درمی‌نوردند [۸]. گافمن مفهوم مدیریت تأثیرگذاری<sup>۲</sup> را برای حفاظت از خود مطرح می‌کند. افراد در کنش متقابل جنبه‌ای از خود را به نمایش می‌گذارند که مورد پذیرش دیگران باشد. گافمن در کتاب داغ ننگ از سه نوع داغ ننگ صحبت می‌کند که زشتی‌ها و نواقص بدن یکی از انواع آن است. فرد داغ خورده که از زشتی رنج می‌برد، ممکن است در واکنش به این موقعیت با یک تلاش مستقیم آنچه را به منزله مبنای عینی نقصش محسوب می‌شود از بین ببرد؛ مثل اقدام به جراحی پلاستیک [۲۴].

فوکو<sup>۳</sup> نیز پیکر آدمی را در ارتباط با ساز و کارهای قدرت مورد تحلیل قرار داده و توجه خود را بیشتر بر ظهور «قدرت انضباطی» در متن جامعه جدید متمرکز کرده است. در این عصر، بدن انسان به صورت کانون قدرت درمی‌آید و این قدرت به جای آنکه همچون دوران ماقبل مدرن تجلی پیدا کند، تحت انضباط درونی ناشی از کنترل ارادی حرکات بدن قرار می‌گیرد. در مدل فوکو، قدرت مولد است؛ به این معنا که تأسیس کننده است و برای ایجاد انواع خاصی از



بدنها و ذهنها به شیوه‌هایی که از دید مدل قدیمی‌تر قدرت به مثابه حاکمیت پنهان مانده، عمل می‌کنند. قدرت متکثر است و از جاهای بیشماری اعمال می‌شود. دانش، و به ویژه دانش علوم اجتماعی، به شدت در تولید بدن‌ها و ذهن‌های مطیع دخالت دارد [۹]. به گفته فوکو، ساز و کارهای انضباطی به وجود آورنده بدن‌های مطیع‌اند [۱۰]. درحقیقت، فوکو به دنبال تکنیک‌هایی است که به واسطه آن بدن تحت انقیاد انضباط عقلانی درمی‌آید. او برای این کار به تحلیل گفتمان دانش و بدنهای مطیع می‌پردازد که به واسطه انضباط‌های ارتش، کارخانه، مدارس، بیمارستان‌ها و... فرمانبردار شده‌اند. از نظر فوکو، یکی از ابعاد جهان مدرن، انضباط است. همگام با ظهور جوامع مدرن، شیوه‌ها و روش‌هایی به منظور تنظیم رفتار و حالات افراد و روابط میان آنها به وجود آمده است که فوکو آن را با مفهوم انضباط بیان کرده، معتقد است که شهروند واقعی جامعه مصرفی باید در جریان مد باشد و سالانه، ماهانه و فصل به لحاظ پوشاک، اشیاء و اتومبیل فرایند بازیافت را طی کند. اگر او چنین نکند، شهروند واقعی جامعه مصرفی نیست. بودریار<sup>۴</sup> در میدان دستکاری نشانه‌هایی که مصرف را مشخص می‌کنند، بدن را زیباترین شیء قابل سرمایه‌گذاری فردی و اجتماعی می‌داند. که پس از یک هزاره تقواگرایی به موضوع رهایی بدل شده است که بدن به موضوع رهایی بدل شده است. گفتمان بدن تحت تأثیر اخلاق مصرفی جایگزین گفتمان روح شده است. نوعی الزام به لذت به صورت ناخودآگاه به کنشگر وارد می‌شود که وی را به سوی رفتارهای مصرفی لذت‌جویانه، بنا بر بازی نشانه‌ها، سوق می‌دهد. بدین ترتیب، بدن به مثابه محتوای یک جایگاه اجتماعی دچار گسست می‌شود. این فرایند ارزشیابی از خلال صحنه پردازی مؤثرترین نشانه‌ها در یک جو مقطعی، شکل ظریفی از کنترل اجتماعی است [۱۱].

بودریو<sup>۱</sup> نیز هدف از توجه به بدن را کسب منزلت و تمایز می‌داند و بدن را به صورت سرمایه فیزیکی بیان می‌کند. وی معتقد است، سرمایه جسمانی، مانند دیگر سرمایه‌ها، براساس طبقه اجتماعی تغییر می‌کند. از این رو، اعضای طبقه کارگر به بدن خود نگرش ابزارگرایانه دارند. برای آنها بدن در حکم وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف است، درحالی که برای اعضای طبقه متوسط، بدن به خودی خود اهمیت و ارزش دارد [۱۲]. گیدنز<sup>۲</sup> هم معتقد است که ما نه تنها مسئول طراحی خودمان هستیم، بلکه باید در ارتباط با خود بدن‌هایمان را نیز طراحی کنیم. ظاهر بدن و وضعیت جسمانی شایسته در موقعیت‌ها و جاهای مختلف برای ایجاد و حفظ بازاندیشانه خود بسیار اهمیت دارد. بدن همچنین در معرض انواع رژیم‌ها (مانند رژیم غذایی و برنامه‌های ورزشی‌ای) است که نه تنها افراد را در قالب ریزی بدن‌هایشان کمک می‌کنند، بلکه در بازاندیشی خود و نیز در بازاندیشی نوگرایی به معنای عام آن نقش دارند. در نتیجه، در جهان نوین در مورد بدن‌ها و خودهایمان وسواس داریم [۱۱].

فمینیست‌ها به درگیری زنان با صنعت زیبایی با چشم انداز انتقادی می‌نگرند. آن‌ها زیبایی را به صورت ستم و فشار بر زنان توصیف کرده‌اند و زنان را قربانیان هنجارهای زیبایی و ایدئولوژی زنانه‌ای می‌دانند که بر آنها وارد می‌شود. بر این اساس، آن‌ها رویه‌های زیبایی زنان را به فشارهای ساختاری سیستم زیبایی ربط می‌دهند و معتقدند رفتار زیبایی به آنها تلقین می‌کند که می‌توانند توسط رفتارهای زیبایی و مراقبت پیوسته بر بدن‌هایشان کنترلی بیشتر بر زندگی‌شان اعمال کنند. از نگاه فمینیست‌ها، پذیرفته شدن زنان در دنیای معاصر مشروط به بهره‌مندی هرچه بیشتر از استانداردهای مشخص لاغری، مد و زیبایی است. فمینیست‌های لیبرال به جامعه‌پذیری متفاوت دختران و پسران اشاره دارند و زنانگی را امری اجتماعی می‌دانند. آن‌ها معتقدند که جامعه و فرهنگ حاکم بر یک جامعه، به یک دختر از همان آغاز سنین

کودکی می‌آموزد که نسبت به ظاهر و زیبایی خود حساس باشد، خود را به معیارهای زیبایی نزدیک کند و خود را با ظاهر، به منزله اساسی‌ترین ویژگی و خصیصه زنانگی‌اش، تعریف کند [۱۳]. جراحی زیبایی از نگاه فمینیست‌ها یک تکنولوژی آزردهنده تلقی می‌شود که تمام و کمال بدن زنان را مستعمره خود کرده است تا با مداخله مستقیم، آن را طبق آخرین ایده آل‌های زیبایی زنانه تغییر دهد [۱۴]. از دید فمینیست‌ها، زنانی که صرفاً به دلیل زیبایی جراحی انجام می‌دهند، قربانیان ایدئولوژی پدرسالاری‌اند که در آن عزت نفس زنان به ظاهر فیزیکی‌شان بستگی دارد [۲۵]. با بررسی تحقیقات پیشین به این نتیجه می‌رسیم که در داخل کشور تحقیقات انجام شده، بیشتر به روش کمی می‌باشد و کمتر تحقیقات کیفی انجام شده است، همچنین کفه ترازو در پژوهش‌های خارج نیز به سمت روش‌های کمی و بررسی زنان سنگینی می‌کند. بیشتر این پژوهش‌ها در حوزه پزشکی است تا جامعه‌شناسی.

### روش تحقیق

این تحقیق با رویکرد کیفی و با استفاده از روش گراندد تئوری<sup>۱</sup> انجام شده است. جامعه بررسی شده، زنان ساکن شهر قوچان‌اند که تجربه کاشت ناخن داشته‌اند. جمع آوری داده‌ها از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه‌ها به صورت سازمان یافته تا اشباع نظری مقوله‌ها و همچنین شکل‌گیری مقوله‌های جدید ادامه یافت. تحلیل مصاحبه‌ها با اتخاذ روش تحلیل تفسیری اشتراوس و کوربین<sup>۲</sup> و انجام فرایند کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام پذیرفت و در کدگذاری باز نسخه پردازی‌های مربوط به مصاحبه‌ها خط به خط بررسی شد و براساس برداشت‌های محقق، هر خط در قالب یک مفهوم مرتبط کدگذاری شد. سپس در مرحله بعد، مفاهیمی که ایده مشترک داشتند در سطحی بالاتر دسته بندی شدند و مقولات اولیه را تشکیل دادند. در نهایت، براساس اشتراکاتی که میان مقولات اولیه وجود داشت، مقوله‌های اصلی یا مضامین شکل گرفتند و در الگوی پارادایم داده بنیاد صورت بندی شدند. در این تحقیق، از نمونه گیری هدفمند برای انتخاب افراد مصاحبه شونده و از نمونه گیری نظری<sup>۳</sup> برای تشخیص تعداد افراد استفاده شده است. نمونه گیری نظری با نمونه گیری‌های متعارف تفاوت دارد. این نوع نمونه گیری در ارتباط با شناسایی، خلق و مرتب کردن مفاهیم به یک دیگر مطرح می‌شود برخلاف سایر نمونه گیری‌ها در ضمن فرآیند پژوهش انجام می‌گیرد و نه قبل از آن.

نمونه گیری نظری براساس مفاهیمی صورت می‌گیرد که در خلال تحلیل آشکار می‌شوند با نظریه در حال شکل گیری تناسب دارد. هدف نمونه گیری نظری، به حداکثر رساندن فرصت‌ها برای مقایسه رویدادها با یکدیگر است تا تعیین شود که چگونه خصایص و ابعاد یک پدیده تغییر می‌کند (اشتروس و کوربین). نمونه پژوهش ۲۷ نفر از زنان قوچانی‌اند که کاشت ناخن انجام داده‌اند. که از این نمونه تعداد ۱۱ نفر مجرد ۱۵ نفر متأهل و ۱ نفر مطلقه هستند.

در روش شناسی نظریه زمینه‌ای جمع آوری و تحلیل داده‌ها به طور همزمان انجام می‌شود تا به پیدایش نظریه مستقر در داده‌ها کمک کند. تکنیک عمده مورد استفاده برای جمع آوری داده‌ها، مصاحبه عمیق است. طی فرآیند مصاحبه، بعد از این که مفاهیم و مقوله‌های اولیه آشکار شدند با استفاده از رویکرد راهنمای مصاحبه، مقوله‌ها و مفاهیم در فرآیند مصاحبه پیگیری شدند. این امر در راستای نمونه گیری نظری انجام شد که با ماهیت روش نظریه زمینه‌ای سازگاری



زیادی دارد. پس از اینکه خطوط کلی مصاحبه‌ها به وسیله مفاهیم و مقوله‌ها شکل گرفتند، سؤالات بازی طراحی شد و فرآیند مصاحبه و جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت

سه شیوه و مرحله کدگذاری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به کار گرفته شد. اولین مرحله کدگذاری، کدگذاری باز است و به فرآیند تحلیلی اطلاق می‌شود که طی آن، مفاهیم شناسایی شده، خصیصه‌ها و ابعادشان در داده‌ها کشف می‌شود. دومین مرحله کدگذاری، کدگذار محوری است. در واقع فرایند اتصال مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها «محوری» نامیده می‌شود، زیرا کدگذاری در حول محور مقوله‌ای صورت می‌گیرد که مقوله‌ها را در سطح خصیصه‌ها و ابعاد به هم مرتبط می‌سازد. سومین مرحله کدگذاری، کدگذاری انتخابی است. این نوع کدگذاری فرایند یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها در جهت خلق نظریه است. یکپارچگی مورد نظر در نتیجه تعامل تحلیل‌گر با داده بوجود می‌آید و یکی از دشوارترین مراحل کار است. محقق باید در داده‌ها غرق شود و به تعمق پردازد تا بتواند پیوند بین مقوله‌ها را یافته، آن‌ها را پالایش داده، باهم یکپارچه کرده و در نهایت، نظریه را استخراج کند. در واقع در کدگذاری انتخابی، محقق به نگرش خط داستان که مقوله‌ها را به یکدیگر متصل می‌سازد اقدام می‌کند. در این مرحله، قضایا و یا فرضیه‌ها ارائه و پیش‌بینی‌هایی بیان می‌شوند.

برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد (معادل اعتبار و روایی در تحقیقات کمی)، از دو تکنیک متعارف بسیار مرسوم استفاده شد که عبارت‌اند از: بررسی توسط اعضا - مقایسه‌های تحلیلی. در شیوه بررسی توسط اعضا از مشارکت کنندگان خواسته شد تا مضامین و مقوله‌ها را ارزیابی کرده، در مورد صحت آن‌ها نظر بدهند. در این مرحله تقریباً تمامی مقولات به تأیید مشارکت کنندگان رسید. در روش سوم؛ یعنی مقایسه‌های تحلیلی به داده‌ها رجوع شد و ساخت بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه شد تا از صحت نظریه به دست آمده اطمینان حاصل شود.

### داده‌ها و یافته‌ها

در این بخش، پس از کدگذاری باز، که در واقع همان مفهوم‌سازی است، به سمت کدگذاری محوری و مقوله بندی مفاهیم اولیه حرکت می‌کنیم. در انتها نیز با توجه به الگوی پارادایم اشتروس و کوربین، مدل نهایی عمل کاشت ناخن در زنان ارائه می‌شود. جدول زیر به ارائه ۹ مقوله اصلی این پژوهش پرداخته شده که از ۲۵ مفهوم اولیه به دست آمده است. در جدول زیر ویژگی‌های کلی زنان مصاحبه شونده بیان شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های کلی زنان مصاحبه شونده

شماره	سن	وضعیت تأهل	تحصیلات	وضعیت اشتغال	نوع خدمات زیبایی
۱	۲۸	مجرد	فوق دیپلم	خانه دار	کاشت ناخن
۲	۲۲	مجرد	لیسانس	کارمند	
۳	۲۳	مجرد	لیسانس	دانشجو	
۴	۲۱	مجرد	لیسانس	دانشجو	
۵	۴۵	متأهل	فوق لیسانس	فرهنگی	
۶	۵۰	مطلقه	دیپلم	منشی	
۷	۳۲	مجرد	فوق لیسانس	کارمند	
۸	۳۰	متأهل	لیسانس	خانه دار	
۹	۳۰	متأهل	دکتری	مدرس دانشگاه	
۱۰	۳۲	متأهل	فوق لیسانس	خانه دار	
۱۱	۴۲	متأهل	لیسانس	کارمند	
۱۲	۵۷	متأهل	دیپلم	خانه دار	
۱۳	۳۶	متأهل	لیسانس	کارمند	
۱۴	۳۰	مجرد	لیسانس	کارمند	
۱۵	۳۴	متأهل	دیپلم	خانه دار	
۱۶	۳۰	مجرد	فوق لیسانس	شغل آزاد	
۱۷	۴۷	متأهل	دیپلم	خانه دار	
۱۸	۳۰	مجرد	لیسانس	ازاد	
۱۹	۲۸	مجرد	فوق لیسانس	کارمند	
۲۰	۲۶	متأهل	دکتری	پزشک	
۲۱	۳۳	متأهل	فوق لیسانس	کارمند	
۲۲	۳۸	متأهل	فوق دیپلم	خانه دار	
۲۳	۳۵	متأهل	دیپلم	خانه دار	
۲۴	۴۸	مجرد	فوق دیپلم	کارمند	
۲۵	۳۲	متأهل	فوق لیسانس	کارمند	
۲۶	۳۴	مجرد	لیسانس	ازاد	
۲۷	۲۴	متأهل	دیپلم	خانه دار	

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌ها

مفاهیم	مقوله
کسب رضایت شوهر جذب جنس مخالف	ترس از طردشدن
خود زشت انگاری ترس از پیرشدن تحقیر شدن توسط دیگران	تصویر ذهنی منفی
میل به زیبایی دست‌ها و جذاب نشان دادن خود میل به تغییر احساس جوانی	ابرازگرایی بدنی
تأثیر گذاشتن تبلیغات روی ذهن تبلیغ توسط ارایشگاه‌ها و سالن‌های کاشت ناخن در فضای مجازی همراهی اطرافیان و دوستان اصرار فرزندان به زیباشدن و به روز بودن	تبلیغات و ترغیب دیگران
تأثیر محدودیت‌ها مثل مسائل دینی مخالفت همسر و اطرافیان	وجود محدودیت
تأیید اجتماعی تغییر ارزش‌ها و ارزشمند بودن ظاهر توجیه کردن عمل کاشت ناخن	هنجار و ارزش‌های اجتماعی
مقایسه خود با دیگران تأثیر تقلید از دیگران	رقابت با دیگران
محدودیت در خانواده اقتصادی تشویق و همراهی خانواده	شرایط خانوادگی
افزایش اعتماد به نفس ترک عادت جویدن ناخن زیباشدن دست‌هایی که ناخن‌هایشان ایراد دارد	فایده مندی

- ترس از طرد شدن

زنان مصاحبه شونده یکی از علت‌های انجام کاشت ناخن را نگه داشتن همسر و جذب و حفظ رابطه با جنس مخالف می‌دانند که از این مفاهیم مقوله ترس از طرد شدن به دست آمده است، مصاحبه شونده شماره ۱۵ می‌گوید: (من دوست دارم هیچ زنی زیباتر از من دور و بر شوهرم نباشد برای همین دوست دارم از همه لحاظ زیباترین باشم، دست‌ها و صورت جذابی داشته باشم، لباس‌هایم شیکترین باشه که هیچ کسی به چشم شوهرم نیاد. می‌خواهم نظر شوهرم رو همیشه جلب کنم. نمی‌خواهم شوهرم ولم کنه من که از خودم حقوقی ندارم و کاری ندارم، باید بتونم شوهرم رو نگه دارم و همیشه برای شوهرم جذاب باشم).

- تصویر ذهنی منفی

کولی می‌گوید، آگاهی هر شخص از خودش، بازتاب افکار دیگران درباره خودش است. اینکه دیگران درباره ظاهر ما چه قضاوتی می‌کنند روی احساس ما از خودمان تأثیر می‌گذارد. اگر از سوی دیگران تحقیر شده باشیم، تصویر ذهنی منفی از خود خواهیم داشت. داده‌های پژوهش حاکی از این است زنانی که از سوی دیگران تحقیر شده بودند، تصویر ذهنی منفی از خویش داشتند.

مصاحبه شونده شماره ۱۱ به مفهوم خودزشت انگاری اشاره کرده و می‌گوید: (حس خوب نسبت به دست‌انگشتانم چون ناخن‌هایم کوچک بود و شکل خوبی نداشت، انگشتانم دستم کوتاه هستند همیشه دوست داشتم انگشتانی کشیده داشته باشم برای همین ناخن بلند کاشتم تا دست‌هایم کشیده به نظر برسند).

مصاحبه شونده شماره ۱ در ارتباط با تحقیر از سوی دیگران می‌گوید: (خواهر شوهرم در روز خواستگاری از دست‌هایم عیب و ایراد گرفت و حتی داشت موفق می‌شد که رأی شوهرم رو بزنه و باعث بهم خوردن مراسم خواستگاریم بشه از اون موقع حس خوبی به دستام ندارم چون مفاصل انگشتانم کمی برآمده است به همین دلیل مدام سعی می‌کنم با کاشت ناخن و طراحی‌های مختلف روی ناخن‌هایم دست‌هایم را زیبا کنم).

مصاحبه شونده شماره ۵ درباره ترس از پیری می‌گوید: (آدم یهو باور نمی‌کنه چهل سالش شده و یه ذره احساس پیری بهش دست می‌ده انگار می‌خواهه مقابله کنه با پیری. یه ذره ترس برش میداره. برای همین به تب و تاب این میفته که یجوری علامت‌های پیری رو از بین بیره. سعی میکنه یه تغییری ایجاد کنه که ترس از پیری براش بزرگ نشه).

- میل به زیبایی و ابرازگرایی بدنی

میل به زیبایی، حسی درونی است. اما در جوامع امروزی این حس به وسواس زیبایی و همچنین جلوه‌گری و زیبا نمایی و ابرازگرایی بدنی تبدیل شده است.

مصاحبه شونده شماره ۱۴ درباره میل به زیبایی و تغییر می‌گوید: (من زیبایی را خیلی دوست دارم و همیشه به دنبال امتحان راه‌های متنوع و جدید برای افزودن به زیبایی‌هایم هستم به همین دلیل برای زیباتر شدن دست‌هایم کاشت ناخن رو امتحان کردم و خیلی راضی هستم).

مصاحبه شونده شماره ۲۴ درباره احساس جوانی می‌گوید: (وقتی به خودم می‌رسم احساس طراوت و تازگی می‌کنم، خصوصاً وقتی به دست‌هایم اهمیت می‌دهم و هر ماه یک طرح جدید برای ناخن‌هایم انتخاب می‌کنم احساس تنوع و دل‌زندگی می‌کنم، خیلی خوشحالم که با متد کاشت ناخن آشنا شدم).



### - تبلیغات و ترغیب دیگران

مصاحبه شونده شماره ۱۸ درباره تأثیر تبلیغات و رسانه‌ها می‌گوید: (با کاشت ناخن ابتدا در فضای مجازی ایسنستاگرام آشنا شدم پیج های کاشت ناخن به چشمم خورد و پست‌هایشان را دیدم ولی زمانی توجه ام بیشتر جلب شد که از نزدیک کاشت را روی ناخن دوستم دیدم و متوجه شدم که دستانش زیباتر شده است و خیلی جلوه خوب و به روزی به دستانش داده است من هم ترغیب شدم و به همراه دوستم برای کاشت ناخن اقدام کردم و راضی هستم).

مصاحبه شونده شماره ۱۲ درباره اصرار فرزندان می‌گوید: (دخترهایم چندوقتی است که کاشت ناخن انجام می‌دهند و به زیبایی ظاهری خود اهمیت می‌دهند به اصرار فرزندانم راضی شدم که کاشت ناخن بزنم مدل طبیعی متناسب با سنم، اولش برام عجیب بود و احساس راحتی نمی‌کردم ولی کم کم عادت کردم).

### - وجود محدودیت‌ها

مصاحبه شونده شماره ۱۵ درباره مخالفت همسر می‌گوید: (من خودم خیلی دوسدارم کاشت ناخن انجام بدم یکبار هم این کار را کردم ولی وقتی به خانه رفتم همسر با من برخورد کرد و مخالفت خودش رو قاطع اعلام کرد و گفت دیگه حق انجام این کار رو نداری).

مصاحبه شونده شماره ۶ درباره مسائل دینی می‌گوید: (من دوست دارم به دستانم اهمیت دهم و همیشه ناخن‌هایم را با کاشت ناخن زیبا و مرتب کنم ولی از آنجا که برخی علمای دینی می‌گویند وضو و غسل با داشتن کاشت ناخن امکان پذیر نیست نمی‌توانم همیشه این کار را بکنم و فقط برای مهمانی‌ها یا زمانی که می‌خواهم به مسافرت بروم کاشت ناخن می‌زنم و وقتی برگشتم آنها را ریمو می‌کنم).

### - هنجار و ارزش‌های اجتماعی

مصاحبه شونده شماره ۲۶ درباره تأیید اجتماعی و تغییر ارزش‌ها می‌گوید: (الان جامعه عوض شده و همه از روی ظاهر آدم رو قضاوت میکنن قبل از اینکه شروع به صحبت کنی لباس تنت مرتب بودن و ظاهرت جلب توجه میکنه و یکی از ملاک‌های ورود به جمع‌های دوستانه آینه که به روز باشی از هر لحاظ یکی از همین ملاک‌های به روز بودن که بین خانم‌ها رواج پیدا کرده کاشت ناخن هست).

مصاحبه شونده شماره ۲ درباره توجه کردن کاشت ناخن می‌گوید: (خودم که خیلی راضی هستم از کاشت ناخن و حس می‌کنم اطرافیانم هم خوششون میاد و باعث میشه که امروزی به نظر برسم).

### - رقابت با دیگران

مصاحبه شونده شماره ۳ درباره مقایسه خود با دیگران می‌گوید: (اکثر دوستانم و هم کلاسی‌هایم ناخن‌هاشون کاشت بود منم اوایل دنبال این چیزا نبودم ولی وقتی خودمو با اونا مقایسه کردم حس پایین تر بودن بهم دست داد نمیخوام از هم سن و سال هام عقب بمونم بخاطر همین رفتم کاشت ناخن انجام دادم).

مصاحبه شونده شماره ۲۷ درباره تأثیر تقلید از دیگران می‌گوید: (از بچگی هر کار که خواهر بزرگ‌ترم می‌کرد منم دوسداشتم همون کارو بکنم اخه همیشه جذاب به نظر میرسه و وقتی دیدم کاشت ناخن زده منم دلم خواست کاری که اون کرده انجام بدم).

### - شرایط خانوادگی

خانواده یکی از نهادهای مهمی است که فرد در آن رشد می کند. فرد در خانواده هم تشویق و هم محدودیت و تنبیه را تجربه می کند.

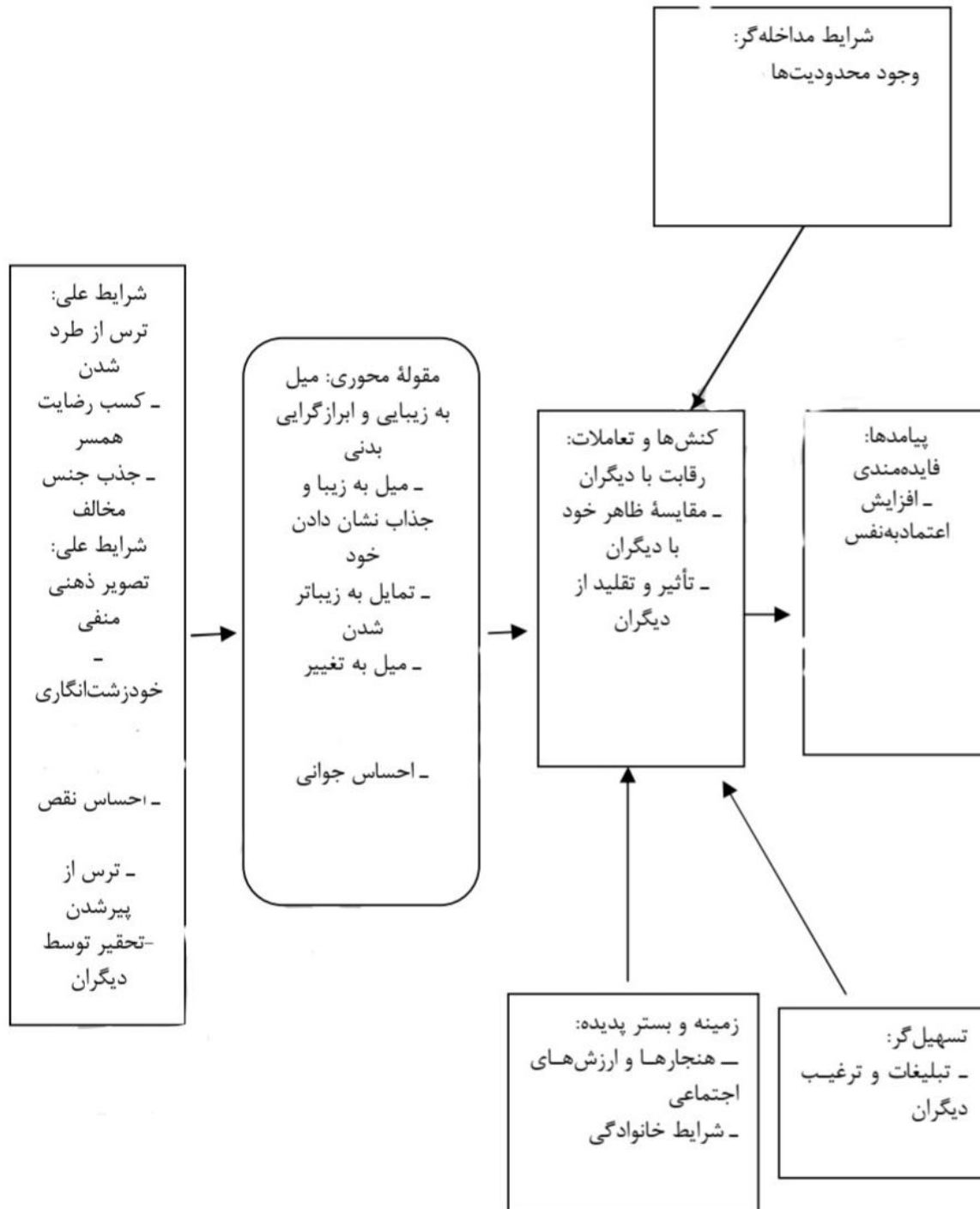
مصاحبه شونده شماره ۱۷ درباره محدودیت در خانواده می گوید: (خانواده پدری من خیلی سنتی هستن، من قبل از ازدواجم خیلی محدود بودم. ولی همون موقع ها هم با همه محدودیت ها زیرزیرکی کارهایی که دوست داشتم می کردم. همیشه وقتی محدودیت بیشتر باشه، آدم بیشتر میخواد اون کار رو بکنه.)

مصاحبه شونده شماره ۱۴ درباره محدودیت اقتصادی می گوید: (وقتی بیکار بودم نمیتونستم همه اون کارهایی که دوست دارم انجام بدم یادمه دوست داشتم کاشت ناخن بزوم ولی چون ماهانه باید بری و ترمیمش کنی پولم نمی رسید که اینقد هزینه کنم، ولی وقتی کارمند شدم و دستم به جیبم رفت فوری همه کارهایی که دوست داشتم انجام دادم.)

### - فایده مندی

مصاحبه شونده شماره ۱۸ درباره افزایش اعتماد به نفس می گوید: (از وقتی کاشت ناخن زدم حس می کنم اعتماد به نفسم بیشتر شده چون هم طبق مد پیش میرم هم اینکه ظاهر دستام خیلی قشنگ تر شده و میتونم طرح ناخنم رو با لباسم ست کنم برای مراسم های خاص طرح های خاص بزوم و وقتی به دستام نگاه می کنم لذت می برم.)

مصاحبه شونده شماره ۲ درباره ترک عادت جویدن ناخن می گوید: (خیلی از اینکه با این روش آشنا شدم خوشحالم چون زندگی منو تغییر داد من همیشه ناخن هامو می جویدم و خب بخاطر همین موضوع خیلی احساس بدی داشتم و گوشه نشین شده بودم تا حدی که ناخن هام خیلی کوچولو شده بود ولی الان همه مشکلاتم حل شده.)



شکل ۱. مدل پارادایمی عمل کاشت ناخن در بین زنان

## نتیجه‌گیری

این مطالعه به منظور بررسی فرایند تصمیم‌گیری زنان تحت عمل کاشت ناخن، با مشارکت ۲۷ نفر از زنان قوچانی که عمل کاشت ناخن را انجام داده‌اند، انجام شد. هدف از مطالعه این بود که معلوم شود زنان برای انجام دادن عمل کاشت ناخن چگونه تصمیم می‌گیرند.

براساس مدل طراحی شده، این سؤال بوجود می‌آید که «دغدغه اصلی مشارکت‌کنندگان چیست؟»

متغیر مرکزی مرتبط با آن که ارتباط دهنده همه طبقات با این نگرانی است، کدام است؟

آنچه در مدل پارادایمی مشهود است، ترس افراد از مورد تأیید و پذیرش قرارنگرفتن است و افراد علاوه بر داشتن دغدغه‌های ذهنی آزاردهنده و نداشتن منزلت اجتماعی کافی، احساس دیده نشدن نیز دارند. نگرانی از ظاهربینی در جامعه از دغدغه‌هایی است که باعث ایجاد نگرانی در افراد می‌شود و باعث می‌شود آنها شرایطی توأم با ترس، تردید و عدم اطمینان را تجربه کنند. با ادغام این نگرانی‌ها، دغدغه اصلی مشارکت‌کنندگان «میل به زیبایی و ابرازگرایی بدنی» شناسایی شد. مشارکت‌کنندگان برای مواجهه و حل نگرانی‌ها از راهکارهای مختلفی استفاده کردند که مجموع آنها راهبرد غالب یا همان متغیر مرکزی (یا هسته‌ای) را ساختند. تحلیل مقایسه‌ای و مداوم داده‌ها نشان داد که در همه راهکارهای به کار برده شده برای دستیابی به خود ایده آل از «میل به زیبایی و ابرازگرایی بدنی» استفاده شده است و این همان متغیر مرکزی است. این مفهوم واضح‌ترین مفهومی بود که در داده‌ها نمایان شد و انتزاعی‌ترین اصطلاحی بود که می‌توانست همه طبقات را دربر گرفته و به یکدیگر متصل کند.

افراد مورد مطالعه بدن را به منزله ابژه‌ای در نظر می‌گیرند که آن را از طریق دستکاری وارد بازار صنعت بدن می‌کنند. این بازاری است که کارگزاران خاص خود را دارد؛ کارگزارانی که در درون قلمرو وسیع اقتصاد بدن، شبکه‌ای به هم متصل می‌کنند یا به رقابت باهم می‌پردازند؛ از آرایشگر و ناخنکار تا جراح، از پزشک زیبایی تا فروشنده لوازم آرایشی و از مشاوران روانی تا کارگزاران رسانه‌ای و تبلیغاتی زیبایی. این بازار موسوم به «خدمات پزشکی و زیبایی» در ایران معاصر به شدت رونق گرفته است؛ به گونه‌ای که گفته می‌شود: «بازار جراحی‌های پلاستیک و زیبایی در ایران... گردش مالی آن رتبه نخست را در جهان برای ایران به همراه آورده است». بدین ترتیب، صنعت بدن در ایران امروزی، جایگزین گفتمان روح شده است.

در صنعت بدن، فرد نیازمند اعتماد به نفسی برای حضور اجتماعی در برابر ارزیابی دیگران است؛ چشمانی که نمره گذاری می‌کنند و امتیاز می‌دهند و از طریق خیره کردن آنان می‌توان فرصت‌هایی را شکار کرد یا دست کم تحسینی برانگیخت و کمبودی را جبران کرد. در اینجا دستکاری بدن، بالقوگی‌های بدن را آشکار می‌کند؛ فوران و جلوه‌گری همه جانبه آن چیزی که فرهنگ رسمی دینی آن را آمرانه سرکوب می‌کرد. نمایش بدن مؤلفه‌ای مهم در این بازار صنعت بدن است. لاجرم نوعی رقابت پنهان و اعلام نشده در میان نمایشگران بدن در جریان است. فشار هنجارین برای دستکاری بدن محصول این جریان است؛ مسابقه‌ای برنامه‌ریزی نشده به نفع کسانی که از رونق هرچه بیشتر این بازار سود می‌برند. کنش‌های منفرد زنان و مردان ایرانی برای زیباسازی بدن، پیامدهای اجتماعی سرب‌آورنده‌ای در قلمروهای خانواده، پزشکی و اقتصاد دارد که در جای خود باید بحث شود.

**منابع:**

- [۱] محدثی، حسن (۱۳۹۲). زن خودسالار به دلیل زن صنعت بدن: بازخوانی نظریه پردازی اجتماعی شریعتی درباره زن، مجله مهرنامه، ش ۲۹.
- [۲] داوید لو، بروتون (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی بدن، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: ثالث.
- [۳] ابادری، حمیدی (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای از مناقشات. پژوهش زنان، ۴(۶)، ۱۶۰-۱۲۷.
- [۴] انصاری، نراقی کلانترهرمزی، شهریاری (۱۳۸۹). ایران، رتبه اول جراحی بینی در دنیا! ماهنامه علم و ادب، ۵۶(۶)، ۹-۸.
- [۵] ذکایی، سعید (۱۳۸۶). «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب». فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی، ش ۱.
- [۶] اعتمادی فرد، سیدمهدی؛ امانی، ملیحه (۱۳۹۲). «مطالعه جامعه‌شناختی انگیزه زنان از گرایش به جراحی‌های زیبایی». پژوهش‌نامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ش ۲.
- [۷] قادرزاده، امید؛ خالق پناه، کمال؛ خزایی، سارا (۱۳۹۳). «تحلیل تجربه‌های زنان از جراحی زیبایی (مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی)». زن در توسعه و سیاست، ش ۴۴.
- [۸] کیوسیتو، پیترو (۱۳۸۶). اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- [۹] نش، کیت (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی سیاسی معاصر، جهانی شدن، سیاست، قدرت، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: کویر، چ ۵.
- [۱۰] گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- [۱۱] داوید لو، بروتون (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی بدن، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: ثالث.
- [۱۲] جواهری، فاطمه (۱۳۸۷). «بدن و دلالت‌های اجتماعی فرهنگی آن»، نامه پژوهش فرهنگی، ش ۱۱.
- [۱۳] ابوت، پاملا؛ والاس، کلر (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی زنان، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نی.
- [۱۴] قاسمی، سمیه (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر گرایش افراد در جراحی زیبایی با تأکید بر جنسیت، مطالعه موردی شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات زنان، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- [۱۵] Gadne, Patricia & Mcgaughey, Deanna (2002). "Designing women: Cultural hegemony and the exercise of power among women who have undergone elective mammoplasty". *Gender & Society*, 16.814-838.
- [16] Baker-Pitts, Catherine (2008). *Symptom or Solution: The Relational meaning of cosmetic surgery for women*. A thesis of doctor, New York university.
- [17] Chou, Elena (2007). "Altering Bodies, Constructing Identities: Asian-Canadian Women, Facial Cosmetic Surgery and Identity". Graduate Program in Sociology, York University, Toronto, Ontario.
- [18] Gimilin, Debra (2006). "The absent body project: Cosmetic surgery as a response a bodily dye-appearance". *Sociology*, 40.699-716.
- [۱۹] Sharp, Gemma., Tiggemann, Marika., & Matisse, Julia. (2014). The role of media and peer influences in Australian women's attitudes towards cosmetic surgery, *Body image*, 11.
- [۲۰] Frederick, David., Kelly, Mackenzie., Lanter, Janet (2016). "Body image and face image in Asian American and white women examining associations with surveillance, construal of self", perfectionism, and sociocultural pressures, *Body image*, 16. PP 113-125.

- [۲۱] Goodman, Michael., Placik, Otto., Matlock, David., Simopoulos, Alex., Dalton, Teresa., Veale, David., & Hardwick-Smith, Susan (2016). "Evaluation of body image and sexual satisfaction in women undergoing female genital plastic/ cosmetic surgery", *Aesthetic surgery journal*, 36(9), PP 1048-1057.
- [۲۲] Nicolas, Syllis., & Willing, Lisa (2017). "Womens acceptance of cosmetic surgery across the menstrual cycle", *Personality and individual differences*, 115, 99-102.
- [۲۳] Turner, Bryan (1996). *Body and society (Explorations in social theory)*, London. Sage.
- [۲۴] Goffman, Erving (1959). *The presentation of self in every day life*. Anchor books. United States.
- [۲۵] Negrin, Liewellyn (2002). "Cosmetic surgery and the eclips of identity". *Body & Society*, 8. PP 21-42.