فصل‌نامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه
Journal of Approaches in Sociology and Development
https://www.jasd.ir
دوره ۱، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۴، صفحات ۴۴ تا ۶۱

eISSN: 3115-7955
Research

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

Hossein Ghodrati[1], Elaheh Hashemi[2], Shafieh Ghodrati[1]

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

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.

Keywords:
Nail implantation,
Body industry,
Beauty,
Women

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 Raz Nahan Publishing.
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Raz Nahan Publishing (RN.PUB)

Corresponding Author: Hossein Ghodrati
Email: h.ghodrati@hsu.ac.ir

فصل‌نامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه

https://www.jasd.ir

دوره ۱، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۴، صفحات ۴۴ تا ۶۱

پژوهشی

eISSN: 3115-7955

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

حسین قدرتی[۱]، الهه هاشمی[۲]، شفیعه قدرتی[۱]

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

۲- کارشناسی‌ارشد، گروه جامعه شناسی، دانشگاه حکیم سبزواری، خراسان رضوی، سبزوار، ایران

تاریخ دریافت:
۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۴
تاریخ بازنگری:
۲۰ خرداد ۱۴۰۴
تاریخ پذیرش:
۰۵ مرداد ۱۴۰۴

کلید واژه‌ها:
کاشت ناخن،
صنعت بدن،
زیبایی،
زنان

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، بررسی و فهم جامعه شناسانه انجام کاشت ناخن در میان زنـان شهر قوچان اسـت.

روش: پژوهش با رویکرد کیفی و روش گراندد تئوری انجام شده است. ابزار استفاده شده برای گردآوری داده‌ها، مصـاحبه نیمه ساخت یافته بوده است. جهت انتخاب افراد مصاحبه شونده از روش نمونه گیری هدفمند و برای تشخیص تعداد افراد از نمونه گیری نظری استفاده شده است. جامعه بررسی شده، زنان ساکن شهر قوچان‌اند کـه تجربه کاشت ناخن داشته‌اند. تعداد نمونه بررسی شده ۲۷ نفر از زنان ۲۰ ـ 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 بـوده اسـت. میل بـه زیبایی (وابرازگرایی بدنی) پدیده محوری پژوهش است که در بستر ارزش‌های اجتماعی و شـرایط خـانوادگی اتفـاق افتـاده است. محدودیت‌های اجتماعی و حس تعارض شرایط و مداخله گری تبلیغات و ترغیب دیگـران بـه کاشت ناخن شـرایط تسهیل گر این پدیده است. پیامدها و آثار مطالعه عمل کاشت ناخن در این پژوهش، افزایش اعتمادبه نفس، صـرفه جـویی در زمان و صرفه جویی 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.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): قدرتی، حسین، هاشمی، الهه و قدرتی، شفیعه. (۱۴۰۴). دلایل و پیامدهای عمل کاشت ناخن در بین زنـان سـاکن شهر قوچان. *فصلنامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه*. (۲)۱. ۴۴-۶۱.

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

Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Raz Nahan Publishing.
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: انتشارات راز نهان

ایمیل: h.ghodrati@hsu.ac.ir

نویسنده مسئول: حسین قدرتی

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، لیپوساکشن، بوتاکس، جراحی زیبایی گوش، برجسته سازی گونه و دستکاری های 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 دل مشغولی‌های 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 به هنجار است، اما در جوامع امروزی به علت تأکید بیش از حد بر بدن، این مسئله از حالت طبیعی و به هنجار 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 درواقع شبه صناعی 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 مدسازی و فشارهای هنجارین آن وابسته است و درونمایه های 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 توجّه به این فراگیری، در کشور ایران جرّاحی زیبایی، در بین زنان و مردان کاملاً مشهود است. طبق برآورد جامعه شناسان و دیگران، افزایش پدیدهٔ جراحی‌های زیبایی با گذشت زمان، بیشتر خواهد شد و اکثر افراد را به خود مشغول خواهد کرد. در اوایل دههٔ ۱۹۸۰ میلادی فوکو بحث‌های تازه‌ای را وارد ادبیات جامعه شناسی 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 ازفراگیری 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 درگیرشدن 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 مداخله گر عمل کاشت ناخن کدام اند؟ شرایط تسهیل گر 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 وغیرطبیعی جراحی‌های زیبایی و استفاده بی رویه زنان از مواد و لوازم آرایشی و بهداشتی، توجه پژوهشگران ایرانی به جامعه شناسی بدن و آسیب‌های مرتبط با صنعت بدن جلب شد. دراواسط دهۀ ۱۳۸۰ و اوایل دهۀ ۱۳۹۰ پژوهش‌هایی مرتبط با بدن انجام شد. نتایج حاصله ازتحقیقات 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، سرمایۀ فرهنگی، سرمایۀ اجتماعی، سرمایۀ اقتصادی، چشم وهم 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.

ذکایی [۵] در پژوهشی به این نتیجه رسید که نوگرایی در جامعۀ ایران تأثیرات خود را در حساسیت جوانان به کنترل و انضباط بر بدن خویش و حساسیت بیشتر برای ارائۀ 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 تحلیلیِ میانی و کلان طبقه بندی می‌شوند. در سطح میانی، خانواده و شرایط خانوادگی و در سطح کلان، شرایط اجتماعی به منزلۀ 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 آوربودن زندگی روزمره، و تکثیر تصورات منفی از جسمانیت خویشتن 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. فرضیهٔ 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 مجبورمیکنند، مهم‌اند. باکر پیتس [۱۶] در پایان نامه خود به بررسی معانیِ یا رابطه انتخاب زنان درمورد 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 دهند ۀ 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 عادتهایی (عادت‌ها و ارزشها و معیارهای طبقهٔ متوسط و سفید پوست) که بر ظاهر افراد و سبک زندگی آنها به منزلهٔ شاخص هویت و جایگاه آنها اثر می‌گذارد، تصمیم‌های افراد را درجهت 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 ــ ۵۰ قرار داشتند. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان دهنده این است که ظاهر نامطلوب این افراد بین خود وبدن 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 رابطهٔ 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 ازجراحی 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 ازبین 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 گرایشی به نام جامعه شناسی بدن شکل بگیرد و جامعه شناسی مستقلاً به بدن توجه کند، دانشمندان علوم اجتماعی کمابیش به مسئله بدن و رفتارهای بدن و کنترل اجتماع بربدن پرداخته بودند؛ مثلاً، می‌توان به مقاله‌ای از مارسل موس [۱] به نام «تکنیک‌های بدن» [۱۹۳۶] اشاره کرد. با اینکه مفهوم جامعه شناسی بدن را برای اولین بار برایان ترنر [۲] در دههٔ ۱۹۹۰ مطرح کرد و با کتاب جامعه و بدن برای اولین بار مستقلاً به جامعه شناسی بدن پرداخت [۲۳]، نباید نقش جریان‌های فکری همانند فمنیسم، پست مدرنیسم، مطالعات فرهنگی وروانشناسی را در ظهور و توسعهٔ این رشته نادیده گرفت.

ترنر معتقد است ما به سوی یک جامعهٔ 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 وهیجان های درونی و نمایش خود را دارد و نظم اجتماعی از خلال ایفای هریک 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 منزلهٔ نشانه‌ای اززندگی خوب و سالم و شاخصی از سرمایهٔ فرهنگی در جوامع مدرن و پسا صنعتی است [۲۳].

گافمن [۱] نیز معتقد است که افراد به ناچار وارد اجتماع می‌شوند و باید به بهترین وجه ممکن درآن 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 وشیوه های دیگر رخ می‌دهد که مردم با استفاده از آنها بیشتر زندگی اجتماعی را درمی نوردند [۸]. گافمن مفهوم مدیریت تأثیرگذاری [۲] را برای حفاظت از خود مطرح می‌کند. افراد درکنش متقابل جنبه‌ای از خود را به نمایش می‌گذارند که مورد پذیرش دیگران باشد. گافمن درکتاب 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 منزلهٔ مبنای عینی نقصش محسوب می‌شود از بین ببرد؛ مثل اقدام به جراحی پلاستیک [۲۴].

فوکو [۳] 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 جامعهٔ جدید متمرکز کرده است. در این عصر، بدن انسان به صورت کانون قدرت درمی آید 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 مثابهٔ حاکمیت پنهان مانده، عمل می‌کند. 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 گفتهٔ فوکو، ساز و کارهای انضباطی به وجودآورندهٔ بدن‌های مطیع‌اند [۱۰]. درحقیقت، فوکو به دنبال تکنیک‌هایی است که به واسطهٔ آن بدن تحت انقیاد انضباط عقلانی درمی آید. او برای این کار به تحلیل گفتمان دانش و بدنهای مطیع می‌پردازد که به واسطهٔ 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 جامعهٔ مصرفی باید در جریان مد باشد و سالانه، ماهانه و فصل به لحاظ پوشاک، اشیا و اتومبیل فرایند بازیافت را طی کند. اگر او چنین نکند، شهروند واقعی جامعهٔ مصرفی نیست. بودریار [۴] در میدان دستکاری نشانه‌هایی که مصرف را مشخص می‌کنند، بدن را زیباترین شیء قابل سرمایه گذاری 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 لذت جویانه، بنا بر بازی نشانه‌ها، سوق می‌دهد. بدین ترتیب، بدن به مثابهٔ 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].

بوردیو [۱] نیز هدف از توجه به بدن را کسب منزلت و تمایز می‌داند و بدن را به صورت سرمایهٔ فیزیکی بیان می‌کند. وی معتقد است، سرمایهٔ جسمانی، مانند دیگر سرمایه‌ها، براساس طبقهٔ اجتماعی تغییر می‌کند. از این رو، اعضای طبقهٔ کارگر به بدن خود نگرش ابزارگرایانه دارند. برای آنها بدن در حکم وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف است، درحالی که برای اعضای طبقهٔ متوسط، بدن به خودی خود اهمیت و ارزش دارد [۱۲]. گیدنز [۲] 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 بازاندیشانهٔ 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. درنتیجه، در جهان نوین در مورد بدنها و خودهایمان وسواس داریم [۱۱].

فمنیست ها 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 بربدنهایشان کنترلی بیشتر بر زندگیشان اعمال کنند. از نگاه فمنیست ها، پذیرفته شدن زنان دردنیای معاصر مشروط به بهره مندی هرچه بیشتر از استانداردهای مشخص لاغری، مد و زیبایی است. فمنیست های لیبرال به جامعه پذیری 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 منزلهٔ اساسی‌ترین ویژگی و خصیصهٔ زنانگی‌اش، تعریف کند [۱۳]. جراحی زیبایی از نگاه فمنیست ها یک تکنولوژی آزاردهنده تلقی می‌شود که تمام و کمال بدن زنان را مستعمره خود کرده است تا با مداخلهٔ مستقیم، آن را طبق آخرین ایده آل‌های زیبایی زنانه تغییر دهد [۱۴]. از دید فمنیست ها، زنانی که صرفاً به دلیل زیبایی جراحی انجام می‌دهند، قربانیان ایدئولوژی پدرسالاری‌اند که در آن عزت نفس زنان به ظاهرِ 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 کفهٔ ترازو در پژوهش‌های خارج نیز به سمت روش‌های کمی و بررسی زنان سنگینی می‌کند. بیشتر این پژوهش‌ها در حوزهٔ پزشکی است تا جامعه شناسی.

روش تحقیق

این تحقیق با رویکرد کیفی و با استفاده از روش گراندد تئوری [۱] 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 شکل گیری مقوله‌های جدید ادامه یافت. تحلیل مصاحبه‌ها با اتخاذ روش تحلیل تفسیری اشتراوس و کوربین [۲] 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 درمرحله بعد، مفاهیمی که ایده مشترک داشتند در سطحی با انتزاع بالاتر دسته بندی شدند و مقولات اولیه را تشکیل دادند. درنهایت، براساس اشتراکاتی که میان مقولات اولیه وجود داشت، مقوله‌های اصلی یا مضامین شکل گرفتند و در الگوی پارادایم داده بنیاد صورت بندی شدند. دراین تحقیق، از نمونه گیری هدفمند برای انتخاب افراد مصاحبه شونده و از نمونه گیری نظری [۳] 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 دیگرمطرح 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 حداکثررساندن 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 نفرمتاهل و ۱ نفر مطلقه هستند.

در روش شناسی نظریهٔ زمینه‌ای جمع آوری و تحلیل داده‌ها به طورهمزمان انجام می‌شود تا به پیدایش نظریه مستقر در داده‌ها کمک کند. تکنیک عمده مورد استفاده برای جمع آوری داده‌ها، مصاحبهٔ 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 نظریهٔ زمینه‌ای سازگاری

زیادی دارد. پس از اینکه خطوط کلّی مصاحبه‌ها به وسیله مفاهیم و مقوله‌ها شکل گرفتند، سؤالات بازی طرّاحی شد و فرآیند مصاحبه و جمع آوری داده‌ها تا مرحلۀ 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. درواقع فرایند اتصال مقوله‌ها به زیرمقوله ها «محوری» نامیده می‌شود، زیرا کدگذاری در حول محور مقوله‌ای صورت می گیرد که مقوله‌ها را در سطح خصیصه‌ها و ابعاد به هم مرتبط می‌سازد. سومین مرحله کدگذاری، کدگذاری انتخابی است. این نوع کدگذاری فرایند یکپارچه سازی و پالایش مقوله‌ها در جهت خلق نظریه است. یکپارچگی مورد نظر در نتیجه تعامل تحلیل گر با داده بوجود می اید و یکی از دشوارترین مراحل کار است. محقق باید در داده‌ها غرق شود و به تعمق بپردازد 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 می کند. در این مرحله، قضایا و یا فرضیه‌ها ارائه و پیش بینی‌هایی بیان می‌شوند.

برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد (معادل اعتبار و روایی در تحقیقات کمّی)، از دو تکنیک متعارف بسیار مرسوم استفاده شد که عبارت‌اند از: بررسی توسط اعضا – مقایسه‌های تحلیلی. در شیوۀ بررسی توسط اعضا از مشارکت کنندگان خواسته شد تا مضامین و مقوله‌ها را ارزیابی کرده، در مورد صحّت 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 صحّت نظری‌ه به دست آمده اطمینان حاصل شود.

داده‌ها و یافته‌ها

در این بخش، پس از کد گذاری باز، که درواقع همان مفهوم سازی است، به سمت کد گذاری محوری و مقوله بندی مفاهیم اولیه حرکت می کنیم. 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 ازاد	
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

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

- 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 ازطردشدن 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. نمیخوام شوهرم ولم کنه من که از خودم حقوقی ندارم و کاری ندارم، باید بتونم شوهرم ر و 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، تصویرذهنی منفی از خویش داشتند.

مصاحبه شونده شماره ۱۱ به مفهوم خودزشت انگاری اشاره کرده و می‌گوید: (حس خوب نسبت به دستانم نداشتم چون ناخن‌هایم کوچک بود و شکل خوبی نداشت، انگشتان 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: (خواهرشوهرم 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 ازاون 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 میخواد مقابله کنه با پیری. یه ذره ترس برش میداره. برای همین به تب و تاب این میفته که یجوری علامت‌های پیری رو از بین ببره. 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 جلوه گری 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 دل زندگی می‌کنم، خیلی خوشحالم که با متد کاشت ناخن اشنا شدم.)

- تبلیغات و ترغیب دیگران

مصاحبه شونده شماره ۱۸ درباره تأثیر تبلیغات و رسانه‌ها می‌گوید: (با کاشت ناخن ابتدا در فضای مجازی اینستاگرام اشنا 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 همسرم 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 انجا 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 انها 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 بودنت 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 توجیه 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 ناخن هاشون کاشت بود منم اوایل دنبال این چیزا نبودم ولی وقتی خودمو با اونا مقایسه کردم حس پایین‌تر 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 هرکار 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 می‌کند. فرد در خانواده هم تشویق و هم محدودیت و تنبیه را تجربه می‌کند.

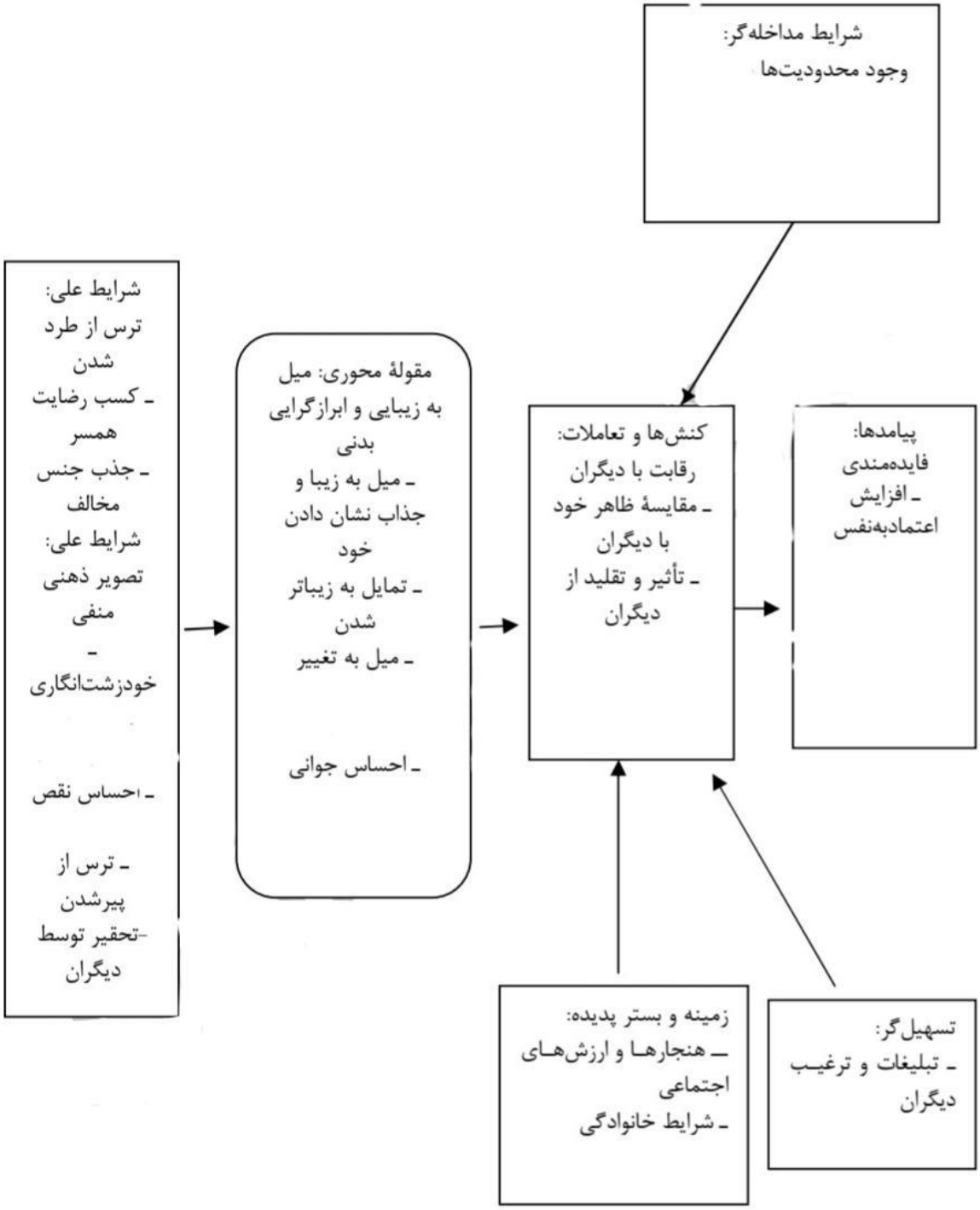
مصاحبه شونده شماره ۱۷ درباره محدودیت در خانواده می‌گوید: (خانواده پدری من خیلی سنتی هستن، من قبل از ازدواجم خیلی محدود بودم. ولی همون موقع ها هم با همه محدودیت‌ها زیرزیرکی کارهایی که دوستداشتم می‌کردم. همیشه وقتی محدودیت بیشتر باشه، آدم بیشتر میخواد اون کار رو بکنه.)

مصاحبه شونده شماره ۱۴ درباره محدودیت اقتصادی می‌گوید: (وقتی بیکار بودم نمیتونستم همه اون کارهایی که دوستدارم انجام بدم یادمه دوسداشتم کاشت ناخن بزنم ولی چون ماهانه باید بری و ترمیمش کنی پولم نمی‌رسید که اینقد هزینه کنم، ولی وقتی کارمند شدم و دستم به جیبم رفت فوری همه کارهایی که دوستداشتم انجام دادم.)

- فایده مندی

مصاحبه شونده شماره ۱۸ درباره افزایش اعتماد به نفس می‌گوید: (از وقتی کاشت ناخن زدم حس می‌کنم اعتماد به نفسم بیشتر شده چون هم طبق مد پیش میرم هم اینکه ظاهر دستام خیلی قشنگ‌تر شده و میتونم طرح ناخنم رو با لباسم ست کنم برای مراسم‌های خاص طرح‌های خاص بزنم و وقتی به دستام نگاه می‌کنم لذت می‌برم.)

مصاحبه شونده شماره ۲ درباره ترک عادت جویدن ناخن می‌گوید: (خیلی از اینکه با این روش اشنا شدم خوشحالم چون زندگی منو تغییر داد من همیشه ناخن هامو می‌جویدم 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

نتیجه گیری

این مطالعه به منظور بررسی فرایند تصمیم گیری زنان تحت عمل کاشت ناخن، با مشارکت ۲۷ نفراز 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 می گیرند.

براساس مدل طراحی شده، این سؤال بوجود می آید که «دغدغه اصلی مشارکت کنندگان چیست؟»

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

آنچه درمدل 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 مشارکت کنندگان «میل به زیبایی و ابرازگرایی بدنی» شناسایی شد. مشارکت کنندگان 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 متغیرمرکزی است. این مفهوم واضح‌ترین مفهومی بود که در داده‌ها نمایان شد و انتزاعی‌ترین اصطلاحی بود که می‌توانست همه طبقات را دربرگرفته و به یکدیگر متصل کند.

افراد مورد مطالعه بدن را به منزلهٔ ابژه‌ای در نظر می گیرند که آن را از طریق دستکاری وارد بازار صنعت بدن می کنند. 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 فروشندهٔ لوازم آرایشی و از مشاوران روانی تا کارگزاران رسانه‌ای و تبلیغاتی زیبایی. این بازارِ 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 رتبهٔ 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 می کنند 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 جلوه گری همه جانبهٔ آن چیزی که فرهنگ رسمی دینی آن را آمرانه سرکوب می‌کرد. نمایش بدن مؤلفه‌ای مهم در این بازارصنعت بدن است. لاجرم نوعی رقابت پنهان و اعلام ناشده در میان نمایشگران بدن در جریان است. فشار هنجارین برای دستکاری بدن محصول این جریان است؛ مسابقه‌ای برنامه ریزی نشده به نفع کسانی که از رونق هرچه بیشتر این بازار سود می‌برند. کنش‌های منفرد زنان و مردان ایرانی برای زیباسازی بدن، پیامدهای اجتماعی سربرآورنده ای 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 دربارهٔ زن، مجلهٔ مهرنامه، ش ۲۹.

[۲] داوید لو، بروتون (۱۳۹۳). جامعه شناسی بدن، ترجمعهٔ ناصر فکوهی، تهران: ثالث.

[۳] اباذری، حمیدی (۱۳۸۷). جامعه شناسی بدن و پاره‌ای از مناقشات. پژوهش زنان، ۴ (۶)، ۱۶۰- ۱۲۷.

[۴] انصاری، نراقی کلانترهرمزی، شهریاری (۱۳۸۹). ایران، رتبهٔ اول جراحی بینی در دنیا!. ماهنامه علم و ادب، ۵۶ (۶)، ۹-۸.

[۵] ذکایی، سعید (۱۳۸۶). 《جوانان، بدن و فرهنگ تناسب》 . فصل نامهٔ تحقیقات فرهنگی، ش ۱.

[۶] اعتمادی فرد، سیدمهدی؛ امانی، ملیحه (۱۳۹۲). 《مطالعهٔ جامعه شناختی انگیزهٔ زنان از گرایش به جراحی‌های زیبایی》 . پژوهش نامهٔ زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ش ۲.

[۷] قادرزاده، امید؛ خالق پناه، کمال؛ خزایی، سارا (۱۳۹۳). 《تحلیل تجربه‌های زنانه از جراحی زیبایی (مطالعهٔ کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی)》 . زن در توسعه و سیاست، ش ۴۴.

[۸] کیوسیتو، پیتر (۱۳۸۶). اندیشه‌های بنیادی در جامعه شناسی، ترجمهٔ منوچهر صبوری، تهران: نی.

[۹] نش، کیت (۱۳۸۵). جامعه شناسی سیاسی معاصر، جهانی شدن، سیاست، قدرت، ترجمهٔ محمدتقی دلفروز، تهران: کویر، چ ۵.

[۱۰] گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). تجدد و تشخص، ترجمهٔ ناصر موفقیان، تهران: نی.

[۱۱] داوید لو، بروتون (۱۳۹۲). جامعه شناسی بدن، ترجمهٔ ناصر فکوهی، تهران: ثالث.

[۱۲] جواهری، فاطمه (۱۳۸۷). 《بدن و دلالتهای اجتماعی فرهنگی آن》 ، نامهٔ پژوهش فرهنگی، ش ۱۱.

[۱۳] ابوت، پاملا؛ والاس، کلر (۱۳۸۳). جامعه شناسی زنان، ترجمهٔ منیژه نجم عراقی، تهران: نی.

[۱۴] قاسمی، سمیه (۱۳۸۹). 《عوامل مؤثر بر گرایش افراد در جراحی زیبایی با تأکید بر جنسیت، مطالعهٔ موردی شهر تهران》 ، پایان نامهٔ کارشناسی ارشد رشتهٔ مطالعات زنان، دانشکدهٔ 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.,&Mattiske,Julia. (2014). The role of media and peer influences in Australian womens 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, Sylis., & 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), Londen.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.