

رویکردی اجتماعی، فرهنگی
به مدیریت بدن

www.ketab.ir

به نام خالق پیدا و پنهان
که پیدا و نهان داند به یک سان

سرشناسه	: بابایی فرد، اسداله، ۱۳۵۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: پرویکردی اجتماعی - فرهنگی به مدیریت بدن/ نویسنده: اسداله بابایی فرد
مشخصات نشر	: تهران: تپا ساغر مهر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۴ ص؛ جدول، نمودار؛ ۲۱/۵×۱۴/۵.
فروست	: کتاب انسان شناسی - ۷۳
شابک	: ۸۲۹۰۰۰ ریال؛ 978-622-226-200-9
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۲۶۳
یادداشت	: واژه نامه
موضوع	: جراحی پلاستیک - جنبه های روان شناسی
موضوع	: Surgery, Plastic -- Psychological Aspects
موضوع	: جراحی پلاستیک - جنبه های اجتماعی
موضوع	: Surgery, Plastic -- Social Aspects
موضوع	: فرهنگ ظاهرآرایی
موضوع	: بدن انسان
رده بندی کنگره	: ۱۴۰۰ ر ۳ ب ۱۱۸/۵ RD
رده بندی دیویی	: ۶۱۷/۹۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۶۵۵۳۹۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا

www.ketab.ir

رویکردی اجتماعی - فرهنگی به مدیریت بدن

نویسنده: دکتر اسداله بابایی فرد

چاپ یکم: زمستان ۱۴۰۰

شماره نشر: ۲۹۲

ویراستار: مرضیه جعفری ملک آبادی

صفحه آرا: حورا اشجعی

لیتوگرافی: البرز نوین، چاپ: عطا، صحافی: ساغر مهر

ناظر فنی چاپ: سعید صادقی

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۸۲۹۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۲۳-۲۰۰-۹

پیشگفتار ۱۳

فصل یکم: مطالعات اجتماعی و فرهنگی در حوزه بدن ۲۹

۱. رابطه متغیرهای اجتماعی و فرهنگی با بدن ۲۹

۱-۱. فرایند متمدن شدن و مدیریت بدن ۳۳

۱-۲. بحران هویت و فرهنگ در دنیای معاصر و مدیریت بدن ۳۶

۱-۳. سیاست، قدرت، فرهنگ و مدیریت بدن ۴۰

۱-۴. آگاهی، تفسیر فرهنگی و مدیریت بدن ۵۶

۱-۵. نابرابری، هویت و بدن ۵۹

۱-۶. رویکرد گفتمانی به مدیریت بدن ۶۲

۱-۷. زنان و موضوع مدیریت بدن ۶۶

۲. زمینه‌های شکل‌گیری جامعه‌شناسی بدن ۷۴

۲-۱. تغییرات درون جامعه‌شناسی ۷۷

۲-۲. تغییرات علمی در حوزه پزشکی ۷۷

۲-۳. تغییرات و تحولات اجتماعی ۷۸

فصل دوم: رویکردهای فلسفی، دینی و فقهی و ادبی به جراحی زیبایی ۸۱

۱. رویکرد فلسفی به بدن ۸۱

۲. رویکرد دینی و فقهی به جراحی زیبایی ۱۰۰

۳. رویکرد به بدن و زیبایی در ادبیات ۱۰۹

فصل سوم: دیدگاه‌های جامعه‌شناختی در مورد مدیریت بدن و جراحی زیبایی ۱۱۵

۱. زمینه‌های نظری، اجتماعی و فرهنگی پژوهش درباره بدن ۱۱۵

۲. جامعه‌شناسان کلاسیک و معاصر و مدیریت بدن ۱۲۰

۱. امیل دورکیم: فردگرایی مدرن و مدیریت بدن ۱۲۰

۲. گنورگ زیمل: فلسفه مد و مدیریت بدن ۱۳۶

۳. ماکس وبر: گروه منزلتی و مدیریت بدن ۱۴۷

۴. تورستین ویلن: منزلت اجتماعی و مدیریت بدن ۱۵۳

۵. چارلز هورتون کولی: پذیرش اجتماعی و مدیریت بدن ۱۶۳

۶. اروینگ گافمن: نمایش خود و مدیریت بدن ۱۶۷

۷. میشل فوکو: نظام‌های مراقبتی مدرن و مدیریت بدن ۱۷۶

۸. پیر بوردیو: تمایز و مدیریت بدن ۱۸۲

۹. ژان بودریار: مصرف افراطی و مدیریت بدن ۱۹۸

۱۰. یورگن هابرماس: الزام سرمایه‌دارانه و مدیریت بدن ۲۱۰

۱۱. آنتونی گیدنز: مدرنیته و مدیریت بدن ۲۱۸

۱۲. برایان ترنر: هویت مدرن و مدیریت بدن ۲۴۵

گفتار پایانی ۲۵۱

کتابنامه ۲۶۳

واژه‌نامه ۲۷۳

پیشگفتار

امروزه مدیریت بدن، هم در جهان اجتماعی و فرهنگی و هم در حوزه‌های آکادمیک به یک موضوع بسیار مهم تبدیل شده است. مدیریت بدن، طیف گسترده‌ای از امور مربوط به آراستگی ظاهر و تغییرات در بدن جسمانی، مانند استفاده از پوشش، لوازم آرایش و محصولات از همه، جراحی زیبایی است. داده‌های تاریخی نشان می‌دهند که انسان‌ها در طول تاریخ به شیوه‌های گوناگون بر بدن خود اعمال مدیریت می‌کرده‌اند. اما در جوامع مدرن، به‌ویژه در دهه اخیر، مدیریت بدن وارد مرحله پیچیده خود شده است. اصولاً در عصر جدید، زیبایی و زیبایی‌شناسی وارد مرحله ویژه‌ای شده که در گذشته بی‌سابقه بوده است. گرایش به مدیریت بدن در زمینه‌ها و عوامل اجتماعی و فرهنگی گوناگونی ریشه دارد و مسلماً در این زمینه، گرایش تاریخی بشر به زیبایی نقشی بنیادی دارد. در گستره تاریخ، انسان‌ها در جوامع گوناگون به شیوه‌های مختلف و با بهره‌گیری از مواد و ابزارهای مختلف درصدد بوده‌اند ظاهر خود را آراسته کنند؛ هرچند مسلماً معیارهای زیبایی‌شناختی افراد، گروه‌ها، اقوام و جوامع گوناگون در این زمینه تفاوت‌های بارز و مهمی باهم داشته‌اند. در هر حال، با وجود تمامی چنین تفاوت‌هایی و حتی با وجود آنکه معیارهای زیبایی‌شناختی یک گروه، قوم یا جامعه ممکن بود از دیدگاه گروه، قوم یا جامعه دیگر مطرود بوده باشد، ولی قضیه بنیادی در این زمینه این است که

انسان‌ها در گستره تاریخ اهمیت زیادی به زیبایی ظاهری و جسمانی می‌داده‌اند. در ادیان مختلف، چه توحیدی و چه غیرتوحیدی، هرچند به میزان‌های مختلف بر زیبایی ظاهری تأکید شده است، با این حال، می‌توان گفت در اغلب ادیان بشری آراسته شدن بشر به نیکویی‌های اخلاقی و به عبارت دیگر، زیبایی‌های اخلاقی، روحی و معنوی، بیشتر مورد تأکید بوده است. ادیان بشری، گذشته از اختلاف‌ها در نوع آموزه‌ها، بیشتر از آن که به دنبال ساخته و پرداخته کردن ظاهر و زیباسازی آن باشند به دنبال ساختن انسان ایدئال و جامعه ایدئال هستند. به نظر می‌رسد فرهنگ‌های گوناگون در جوامع بشری در طول تاریخ به اشکال مختلف و به میزان‌های مختلف، متأثر از ادیانی هستند که در آن جوامع رواج یافته‌اند؛ از این رو، به نظر می‌رسد در حوزه زیبایی‌شناسی نیز افراد، گروه‌ها و جوامع بشری عمیقاً متأثر از آموزه‌های دینی خود هستند. با این حال، و علاوه بر این، زیبایی و زیبایی‌دوستی مقوله‌ای است که گویا در نهاد بشری ریشه دارد. هیچ انسان متعارف و بهنجار به لحاظ روحی و روانی وجود ندارد که مخالف زیبایی باشد یا حتی نسبت به آن اکراه و تنفر داشته باشد. آنچه به‌طور کلی اهمیت دارد این است که نوع آموزش و پرورش انسان در نوع زیبایی‌شناسی و زیبایی‌دوستی وی تأثیرات بنیادی‌ای بر جای می‌گذارد. به بیان دیگر، انواع سرمایه در دسترس انسان، به‌ویژه سرمایه فرهنگی، در این زمینه بسیار مؤثر هستند.

گذشته از استدلال‌ها و مباحث تاریخی و نظری فوق، آنچه در این بحث مقدماتی برای ما اهمیت دارد این است که زیبایی، زیبایی‌دوستی و زیبایی‌شناسی در عصر جدید وارد مرحله خاصی شده است. به نظر می‌رسد در عصر جدید، نسبت به گذشته، زیبایی اهمیت بسیار فزاینده‌ای پیدا کرده است. اگر در گذشته انسان‌ها تلاش می‌کردند ظاهر خود را زیبا و آراسته کنند بدون آنکه دلیلی برای آن داشته باشند یا پشتوانه‌ای فکری برای آن فراهم کنند، چون زیبایی‌دوستی برای آن‌ها امری طبیعی می‌نمود، در عصر جدید زیبایی‌دوستی صرفاً امری طبیعی و تمایل بشری صرف نیست بلکه امری ضروری است که دارای پشتوانه‌های فکری، فلسفی و زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی پیچیده است. بشر

عصر مدرن برای داشتن یا نداشتن و پذیرفتن یا نپذیرفتن هر چیزی متوسل به دلایل و استدلال‌های پیچیده‌ای می‌شود و البته این مقوله بیشتر ویژه متفکران و فلاسفه عصر جدید است اما عامه مردم، نه صرفاً بر اساس تمایل‌های درونی‌شان بلکه غالباً بر اساس نیروها و جریان‌های اجتماعی و فرهنگی پیرامون‌شان دست به کنش و کنش متقابل می‌زنند. از ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی دنیای مدرن کنش‌های متقابل گسترده در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی میان انسان‌هاست و چنین پدیده‌ای به دنبال جهان‌گستر شدن وسایل ارتباط جمعی و ظهور پدیده جهانی شدن رخ داده است. با وجود آن که امروزه شاهد تفاوت‌های مهمی در ویژگی‌های فرهنگی، و به‌طور کلی، سبک زندگی مردم در جوامع گوناگون هستیم، اما پدیده جهانی شدن نقشی بنیادی در نزدیکی جوامع و فرهنگ‌ها به همدیگر بازی کرده و شباهت‌های چشمگیری در زمینه سبک زندگی مردم در سراسر کره زمین ایجاد کرده است. البته یادآور می‌شوم که از نظر من، ایجاد چنین شباهت‌هایی به‌هیچ‌روی به معنای یکسان‌سازی فرهنگی جهان نیست بلکه در معنای الگوگیری مردم مناطق مختلف جهان از مؤلفه‌های فرهنگی و به‌طور کلی، سبک‌های زندگی مردم در جوامع دیگر است. از سوی دیگر، این گفته که در این الگوگیری فرهنگ و تمدن مدرن به‌ویژه غربی، نقشی مهم دارد قابل انکار نیست ولی باید یادآور شوم که جهانی شدن، بنا به شواهد گوناگون و استدلال‌های صاحب‌نظران این حوزه، یک پدیده پیچیده است که تمامی جوامع را چه مدرن و چه سنتی و توسعه‌نیافته، در یک گردونه پیچیده قرار داده است. هرچند جهانی شدن در معنای امروزی آن در غرب و مدرنیته ریشه دارد اما خود جوامع مدرن به میزان‌های گوناگون درگیر پیامدهای مثبت و منفی آن هستند. به بیان دیگر، به گفته جامعه‌شناسانی مانند آنتونی گیدنز، جهانی شدن چیزی نیست که مرکز و مدار خاصی، همچون غرب، داشته باشد بلکه فرایند پیچیده‌ای است که همه جوامع، مدرن یا غیرمدرن در آن درگیر هستند. رویارویی‌های متفاوت و حتی متعارض، با پدیده جهانی شدن در خود جوامع مدرن، غربی یا شرقی نشان از آن دارد که همچنان برای بخش مهمی از جوامع منافع ملی از منافع منطقه‌ای و جهانی اهمیت بیشتری دارد.