

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مجلس شورای اسلامی
سازمان پژوهش‌های فقهی

به نام خدا

مشور اخلاق پژوهش

بیاری از خداوند سبحان و اعتماد بر این که عالم محضر خداست و همواره نمبر بر احوال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش و پژوهش و نظریه‌ایست
باجایگاه دانشگاه و اسلامی فرهنگ و تمدن بشری، ما دانشمندان و اصحاب بیات علمی و اصحابی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد می‌گردیم اصول زیر را در انجام
حیثیت‌های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن تخطی نکنیم:

- ۱- اصل برانت: التزام بر برانت جهانی از حرکت ز قیاد غیر خرد ای و اعلام موضع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شایه‌های غیر علمی می‌آلایند.
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت: تمهید به اجتناب از حرکت جانب داری غیر علمی و محافظت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۳- اصل ترویج: تمهید به رواج دانش و ابداع نتایج تحقیقات و انتقال آن به همکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام: تمهید به رعایت حریم با حرمت با افراد انجام تحقیقات در رعایت جانب تقدیر خودداری از حرکت حرمت شکنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهشگران (انسان، حیوان و نبات) و سایر مباحث حق.
- ۶- اصل رازداری: تمهید به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد سازمان، دانشجو و کلیه افراد و نهادی مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل حقیقت‌جویی: تلاش در راستای پی‌جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از حرکت پنهان‌سازی حقیقت.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تمهید به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه همکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تمهید به رعایت منافع ملی و در نظر داشتن پیشبرد توسعه کشور و کلیه مراحل پژوهش.



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی
پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)
گرایش: مردم شناسی

عنوان:

شناخت و تحلیل مردم شناختی ملاک های زیبایی صورت
(مطالعه موردی دختران و پسران ۲۰-۳۰ ساله منطقه ۱۵ تهران)

استاد راهنما:

دکتر عسگری خانقاه

استاد مشاور:

دکتر محمد صادق فرید

پژوهشگر:

طاهره مهربد

تابستان ۱۳۹۱

معصومیت نگاه مادرم که تابش نیایشش هماره لحظاتم را
یاور بوده

و
نثار بی کرانگی عشق پدرم که انعکاس حضور همیشه عاشقش
پشتیبان
باورم بوده

آبی نیلگون دریا از آن شما
سرو باشید و سبز

تشکر و سپاس فراوان:
از زحمات بی دریغ اساتید محترم
جناب آقای دکتر اصغر عسگری خانقاه و جناب آقای دکتر
محمد صادق فرید
که مرا در این امر مهم یاری نمودند

تعه‌دنامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب طاهره مهربد دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد در رشته مردم شناسی که در تاریخ ۱۳۹۱/۴/۲۶ از پایان نامه خود تحت عنوان بررسی و تحلیل مردم شناسختی ملاکهای زیبایی صورت (مطالعه موردی دختران و پسران ۲۰-۳۰ ساله ی منطقه ۱۵ تهران) با کسب نمره ۱۹ و درجه عالی دفاع نموده ام بدین وسیله متعهد می شوم :

- ۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه ، کتاب ، مقاله و...) استفاده نموده ام . مطابق ضوابط و رویه های موجود ، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.
- ۲- این پایان نامه قبلا برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح ، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است .
- ۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل ، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب ، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم ، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم .
- ۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود ، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت .

نام و نام خانوادگی : طاهره مهربد

تاریخ و امضاء: ۹۱/۷/۱

بسمه تعالی

در تاریخ: ۱۳۹۱/۴/۲۶

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای/ خانم طاهره مهرداد از پایان نامه خود دفاع
نموده و با نمره ۱۹ بحروف نوزده و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	چکیده
	تعریف مفاهیم تحقیق
۱	مقدمه
فصل اول: کلیات تحقیق	
۶	بیان مسئله
۸	اهمیت و ضرورت پژوهش
۹	اهداف تحقیق
۹	سوالات تحقیق
۹	روش تحقیق
۱۰	قلمرو تحقیق
۱۲	جامعه آماری و حجم آن
۱۲	پیشینه تحقیق
فصل دوم: ادبیات تحقیق	
۱۵	مرور تاریخی بر ملاک های زیبایی و اقدامات زیبایی در جهان و ایران
۱۸	تاریخچه آرایش و زیبایی در جوامع مختلف (آفریقا، اروپا، آسیا، آمریکا)
۱۸	مصر
۲۰	یونان
۲۰	روم
۲۱	ژاپن
۲۱	چین
۲۱	هند
۲۲	پاکستان
۲۴	برزیل
۲۵	تاریخچه آرایش و زیبایی در ایران
۳۱	انواع لوازم آرایش در ایران
۳۲	سرمه
۳۲	سرخاب و سفیدآب
۳۲	وسمه
۳۳	نگار
۳۳	خال

۳۳	زرك
۳۳	قليا
۳۵	آرايش و زيبايي در ايران امروز
۳۶	بند انداختن، اپيلاسيون ايراني
۳۶	تتو يا «تاتوايچ»
۳۷	خالكوبي و خال گذاري
۳۸	جراحی بينی
۳۹	برنزه کردن پوست
۳۹	برجسته سازی گونه
۳۹	برجسته سازی لب
۴۰	ملاك های زيبايي در ادبيات فارسي
۴۴	مرور نظری (بررسی نظریات مربوط به بدن و زيبايي)
۴۵	مارسل موس
۴۵	مري داگلاس
۴۷	كالبد
۴۷	مارگارت ميد و شخصيت
۴۸	رويکرد جامعه شناسانه
۴۸	اروينگ گافمن
۵۲	آنتوني گيدنز

فصل سوم: روش تحقيق

۵۶	پژوهش كيفي
۵۸	روشهای مشاهده

فصل چهارم: يافته های پژوهش

۶۱	مقدمه
۶۲	سوالات و نمودارها
۸۷	آرايش
۹۱	بنداندازی و اپيلاسيون
۹۴	خالكوبي و خال گذاري
۹۶	بینی و جراحی بينی

فصل پنجم: نتیجه گیری

۱۰۸	نتیجه گیری
-----	------------

مشکلات تحقیق ۱۱۲

فهرست منابع و مآخذ

منابع فارسی ۱۱۴

منابع لاتین ۱۲۰

پیوست: طرح چهره ها

فهرست نقشه ها

صفحه	عنوان
۱۱.....	نقشه ۱-۱ شهرداری منطقه ۱۵

چکیده

زیبایی مفهومی نسبی و مبتنی بر سلیقه است و متناسب با فرهنگ و شرایط اجتماعی گوناگون تعریف شده است. پژوهش حاضر در صدد بررسی و تحلیل مردم شناختی معیار ها و ملاک های زیبایی صورت نزد جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله ی منطقه ۱۵ تهران بوده و برای نیل به این هدف ابتدا به بررسی سیر تحول تاریخی زیبایی پرداخته و سپس این مفهوم در جغرافیای گوناگون مورد مذاقه قرار گرفته است. مهمترین نظریات مربوط به حوزه بدن و توجه به بدن به مثابه امری فرهنگی، شامل نظریاتی در حوزه انسان شناسی از اندیشمندانی چون: مارسل موس، مری داگلاس و مارگارت مید، در حوزه جامعه شناسی از اندیشمندانی چون اروینگ گافمن و آنتونی گیدنز به اختصار سخن گفته و در قسمت روش، از رویکرد مردم شناسی ژرفانگر بهره برده ایم. فنون مورد استفاده در این تحقیق نیز مشاهده و مصاحبه ی عمیق است. همچنین در کنار استفاده از روش مردم شناسی ژرفانگر، جهت بدست آوردن ملاک های زیبایی صورت از سوال های تحقیق نیز استفاده شده است.

این پژوهش در ناحیه پنج منطقه پانزده انجام شده. جامعه مورد بررسی سی و شش نفر که هفت نفر از پسران و بیست و نه نفر از دختران انتخاب شده و سوالات طرح شده پژوهش از آنها پرسیده شده است یافته های حاصل در فصل چهار مورد استفاده قرار گرفته است.

نتایج حاصل نشان می دهد که راه های دست یابی به زیبایی امروزه گسترش یافته است و افراد برای زیبا شدن تقریباً دست به هر عملی می زنند. زیرا امروزه زیبایی تنها یک مفهوم صرف نیست بلکه بعد نمادین نیز یافته است. افراد دیگر حاضر به پذیرش بی چون و چرای کالبد خویش نیستند، بلکه تمایل دارند آن را در جهت کامل شدن دگرگون کنند و با تصویری که از کالبد خود در ذهن ساخته اند مطابق سازند و همچنین هم نوایی آنان را می توان راه حلی عقلانی در جهت فرار از داغ ننگ خوردن به شمار آورد. زیبایی و توجه به بدن به عنوان عاملی برای کسب منزلت اجتماعی و همچنین عامل موثر در اعتماد به نفس به کار گرفته می شود.

واژگان کلیدی: ملاک های زیبایی صورت، آرایش، جراحی زیبایی

تعریف مفاهیم تحقیق

زیبا (beautiful)

«از: زیب + ا. صفت مشبیه زیبنده.» (معین، ۱۳۸۲، ج ۲ ص ۱۷۶۷)

«صفت فاعلی شایسته، زیبنده. نیکو، جمیل.» (همان)

آرایش (cosmetic)

«(ی. امص.) ۱ - زیب و زینت. ۲ - آماده شدن و صف کشیدن سپاه. ۳ - تصنع،

ظاهر - سازی. ۴ - زیبا کردن چهره.» (معین، ۱۳۸۲، ج ۱ ص ۴۱)

فرهنگ (culture)

«فرهنگ، مجموعه ای از آگاهیها (شناختها) و رفتار های فنی، اقتصادی، آیینی (شعائر)،

مذهبی، اجتماعی و ... است که یک جامعه انسانی را مشخص می کند. انسان بدون فرهنگ

وجود ندارد.» (پانوف و پرن، ۱۳۸۹، ص ۸۷)

فرهنگ و شخصیت (Culture and Personality)

«این واژگان که برای مکتب مردم شناختی آمریکایی به کار برده می شود بسیار تحت تاثیر

کار های روانشناسی و روانکاوی مقایسه ای است و توجهش روی شخصیت اعضای یک

جامعه ی شناخته شده، به مثابه ی نتیجه ی غایی و در عین حال چهره ی مشخص و ویژه ای از

فرهنگ بررسی شده، متمرکز شده است. کاردینر، بندیکت، لیتون و مارگارت مید از بزرگان

این مکتب به شمار می روند.» (همان، ص ۸۸)

فنون استفاده از بدن (Using techniques of body)

«مجموعه ای از شیوه های خاص هر جامعه که به کودک منتقل می شود و بدین ترتیب

کودک طرز استفاده از جسمش را در ارتباط با هنجار های فرهنگی یاد می گیرد.» (همان،

ص ۲۸۱)

شخصیت اساسی (basic personality)

«مجموعه ای از عناصر تشکیل دهنده یک شخصیت است که اعضای یک جامعه معین به

طور مشترک واجد آندند. کاردینر و لیتون از مروجان این واژه بوده اند.» (همان، ص ۲۳۵)

هویت (Identity)

«هویت به ویژگی هایی اشاره دارد که موجب تشخیص فرد می گردد. واژه هویت یا

Identity در زبان لاتین از Identitas اخذ شده که ریشه آن Idem یعنی "مشابه و یکسان"

می باشد. این واژه در عربی از کلمه هو به معنی او (ضمیر غایب) اخذ شده و به معنی اتحاد

بالذات یا انطباق بالذات است. بنابراین، هویت هر پدیده ای، بیانگر هیئت و ماهیت وجودی ذات

آن است.» (الطایی، ۱۳۸۲، ص ۳۴)

«این کلمه در یک معنا به ویژگی یکتایی، فردیت و تفاوت های اساسی ای که یک شخص را

از همه افراد دیگر متمایز می کند، اشاره دارد.» (جنکینز، ۱۳۸۱، ص ۵)

هویت اجتماعی (Identity Social)

«مجموعه‌ای از خصوصیات و مشخصات اجتماعی، فرهنگی، روانی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسانی است که بر یگانگی یا همانندی اعضای آن دلالت می‌کند و آن را در یک ظرف زمانی و مکانی معین، به طور مشخص، قابل قبول و آگاهانه، از سایر گروه‌ها متمایز می‌سازد.» (جولیوس، ۱۳۸۴، ص ۲۹)

«هویت اجتماعی در وسیع‌ترین معنا، هر نوع رفتار یا نگرشی است که از طریق تجربه حال یا گذشته، از رفتار سایر مردم تأثیر پذیرفته باشد؛ یا اشاره به رفتاری است که به سوی سایر مردم جهت‌گیری شده باشد. در برخی موارد، به همکاری یا کنش گروهی سازمان‌یافته می‌هدفمند، محدود می‌شود. گاهی هم دلالت ضمنی اخلاقی دارد و به کنشی اشاره دارد، که به سوی رفاه کل جامعه و یا اعضای محروم آن جهت‌گیری شده است. البته در اغلب موارد، بدون هیچ صبغه اخلاقی لازمی، برای اشاره به آگاهی از احساس‌ها و نگرش‌های دیگران و برای اشاره به رفتاری که متأثر از چنین آگاهی باشد، به کار برده می‌شود.» (همان)

منزلت اجتماعی (social status)

«منزلت اجتماعی قضاوتی است که به موجب آن، جامعه، حیثیت و محبوبیت بیشتری به فلان موقعیت یا به فلان پایگاه اجتماعی می‌دهد و به طور کلی آنها را به هر دلیلی به موقعیت‌ها و به پایگاه‌های اجتماعی دیگر ترجیح می‌دهد.» (ملوین، ۱۳۷۳، ص ۲ و ۵۸)

«منزلت اجتماعی، یک ارزیابی است که بر پایه معیارهای ارزش اجتماعی معتبر در جامعه از موقعیت یک شخص در ذهن دیگران به عمل می‌آید و نشان می‌دهد که موقعیت یک شخص نسبت به اشخاص دیگر در «فضای اجتماعی» کجاست.» (همان)

نظام شخصیت: (Personality system)

«نظام شخصیت به وسیع‌ترین معنی روانشناسی آن یعنی سازمان کلیه جنبه‌های رفتاری یک سازواره واحد و رفتار سازمان یافته حاصل از آن. جامعه‌شناسان و روانشناسان اجتماعی این تعریف را با منحصر کردن دامنه آن به رفتاری که از تجربه اجتماعی تکامل می‌یابد یا رفتاری که متضمن انتخاب هدف‌ها و هنجارهایی بر اساس تجربه گذشته باشد محدود ساخته‌اند.» (گولد، جولیس، کولب، ویلیام ل، ۱۳۷۶، ص ۸۴۸)

مقدمه

زیبایی، میل به زیبایی و زیبا سازی، دغدغه بزرگ بشریت در طول تاریخ بوده است. لکن خود تاریخ نیز شاهدهی است بر نسبی بودن مفهوم زیبایی. به عبارتی «آنچه به عنوان زیبایی اطلاق می شود تحت تاثیر ملل و فرهنگ های مختلف تفاوت می کند ولی با این حال وجود تمایل به زیبایی یک امر همگانی و جهانی است» (عباسی، ۱۳۸۱ ص ۴)

زیبایی را صرفاً باید در بستر زمان و مکان درک کرد. در واقع، عوامل اجتماعی و فرهنگی، نژادی و قومی و نیز باورهای مذهبی از مهم ترین عوامل تعیین معیارهای زیبایی بوده است. آنچنان که «خالکوبی در شرق دور کاری هنری است یا در میان گروه های نازی، دار و دسته های خیابانی و زندان های امروزی نشان لابلایی گری است.» (جزایری، ۱۳۸۳ ص ۵۰) این مصادیق می بایست در متن فرهنگ و جامعه قرار گیرد تا زیبایی معنا یابد. فرهنگ نقش اصلی را در شکل دادن و تاثیر بر این ملاک ها داشته است.

امروزه، فرایند جهانی شدن و نزدیکی به فرهنگ غربی وضعیت متفاوتی را به وجود آورده است. معیارهای زیبایی و استاندارد های بدنی همگی غربی اند و متعلق به گروه مسلط جهانی. مکانیسم فرهنگ جهانی، یک مدل از زیبایی را برای همه جهان ضروری می سازد. به عبارتی، بسیاری از معیارها، معیارهای غربی اند و حتی ملاک ها و معیارهای زیبایی چهره و اندام در ایران نیز هر روز به معیارها و استانداردهای تعریف شده غربی نزدیک تر می شوند. مکتوبات، دیوان ها و سفرنامه هایی که صفت های زیبایی برای زنان در گذشته را بیان می نمودند، امروزه بسیاری دور از تصور می نمایند.

در شاهنامه به عنوان سند ملی ایرانیان، صفت های زیبایی زنان و دختران اینگونه ذکر شده است:

«مشک مو، مشک بوی، موی بافته، زلف مجعد، رخ چون بهار، گل اندر بهار، بارنگ و بوی، درخشا چو خورشید، میان همچو غرور (میان باریک)، پری رخ، رخ انابی، پاکیزه چهر، ماهرو، سر و بالا، عبیر مو، رفتن تندرو، چو آفتاب، سر و قد، سر و سیمین، خوب رو، جعد کمو، ماهرخ.» (علوی، ۱۳۷۷ ص ۱۵)

و تقریباً هزار سال بعد در دوره قاجار، چاقی و فربهی، یکی از معیارها و ملاک های زیبایی به شمار می رفت و زنان از داشتن اندام چاق و فربه به خود می بالیدند.

کارلا سرنا در شرح احوال زنان دوره ناصرالدین شاه می نویسد: «در ایران تنها زنان چاق خاصه آن هایی که شکل خربزه را پیدا کرده اند مقبول هستند. آن هایی که از نعمت چاقی مورد نظر بهره مند نیستند، به درمان و دواهای مختلف متوسل می شوند. چون لاغری برای زنان ایرانی، نوعی مایه ننگ و سرشکستگی است و گاه شوهرها به این بهانه، آن ها را طلاق می دهند.» (مهرآبادی، ۱۳۷۹، ص ۲۸)

در سال های اخیر به واسطه نزدیکی با فرهنگ غرب و فرایند جهانی شدن و مدرنیزاسیون- معیارهای استانداردهای غربی به معیارها و ملاک های جهان شمول و همگانی

تبدیل شده و کشور ما نیز که در مسیر توسعه گام برمی دارد، فارغ از این تأثیرات نیست. البته بسیاری را عقیده بر این است که «جامعه ایران در حال تجربه روند مدرنیزاسیون است اما سیر تکوینی روند مدرنیزه شدن جامعه ایران تنها در ظاهر جامعه خلاصه شده است. رشد آماری تعداد جراحی های زیبایی و همچنین آمار بالایی مصرف لوازم آرایش در ایران، نشانگر آن است که مدرن شدن ظاهری یک ارجحیت اجتماعی را بر مدرن شدن مناسبات اجتماعی در ایران دارد.»

(منافی، ۱۳۹۰ به نقل از surgery.irwww.cosmetic)

امروزه ما آنچنان در محاصره رسانه ها- مجلات، فیلم ها، تابلوهای تبلیغاتی و ... هستیم که گریزی از آنچه که بر ایمان تعریف کرده اند، متصور نیستیم. آن ها به ما ملاک های زیبایی نه اینکه زیبا کیست و زیبایی چیست و همچنین این که چگونه باید زیبا بود را تحمیل می کنند. ما تحت تأثیر آنها قرار می گیریم.

«امروزه ما آنچنان با بمباران تصاویر افراد روبرویم که به استانداردهای زیبایی نزدیک اند که ناخودآگاه خودمان هم می خواهیم یکی از آن ها باشیم. لذا در جهت دستیابی و رسیدن به آن تلاش می کنیم.» (قاضی سعیدی، ۱۳۸۲، ص ۴)

مهم ترین فاکتور در درک زیبایی هر چیزی تجربیات قبلی ما می باشد و حافظه سال های اولیه زندگی ما نقش مهمی در قضاوت زیبایی دارد. ما که عروسک باربی را رفیق دوست داشتیم کودکی خود می دانستیم، امروزه می خواهیم خود باربی باشیم. بلند قامت و لاغر اندام، با پوستی سفید و شفاف موهای بلوند و چشمانی روشن به سان یک عروسک باربی. ابزار نیز فراهم است. لوازم آرایش، جراحی زیبایی، صنعت زیبایی.

گویای این یک دستور است. «همه باید باربی باشند و فرقی هم نمی کند که تو یک شرقی باشی و یک سیاه یا یک سرخ» (شوستر، ۱۳۷۹، ص ۸۴)

و البته باید اندام ایده آل هم داشته باشی. نمی دانم چرا اما وقتی موضوع اندام پیش می آید کلمه ایده آل نیز به ذهن می آید. لذا همه افراد برای تطابق با این ایده آل معرفی شده، رنج می کشند، هزینه می کنند و وقت می گذارند، این را یافته های بسیاری نشان داده است. آنچنان که تنها از نظر مادی «ارزش تجارت صنایع زیبایی در جهان را ۱۶ میلیارد دلار در سال، تخمین می زنند» (شهابی، ۱۳۸۴ به نقل از www.ksabz.net) و اگر نباشند آنچه که باید باشند، تحقیر می شوند و خجالت زده. غافل از آن که این ایده آل معرفی شده مطلوب جامعه غربی است و شاید ویژگی های نژادی و خصوصیات ژنتیکی فرد به او اجازه دستیابی به ایده آل معرفی شده را ندهد. این روزها چهره و ظاهر مهم ترین مسئله است و عدم تناسب بزرگترین دغدغه. لذا «آنان که خود را به درجه ای از استانداردهای جذابیت نرسانده اند بروند دنبال کارشان» (مک اروین ابولابان، ۱۳۸۱، ص ۷۰)

این پژوهش در ۵ فصل به ارائه مطالب و یافته های خود می پردازد. در فصل اول به کلیات تحقیق شامل: بیان مساله، اهداف و سوالات تحقیق، ضرورت و اهمیت تحقیق و مسائلی از این دست می پردازد. در فصل دوم که مربوط به ادبیات موضوع مورد مطالعه است نگارنده به

مروری تاریخی بر آرایش و ملاک های زیبایی در جهان و ایران، در جوامع مختلف و وضعیت آرایش در ایران امروز می پردازد. همچنین در این فصل نظریات مربوط به حوزه ی مورد بررسی از دو حوزه ی انسان شناسی و جامعه شناسی مورد بررسی قرار می گیرد. در فصل سوم به روش مورد استفاده در پژوهش پرداخته می شود.

فصل چهارم شامل ارائه یافته های پژوهش حاضر است که به شرح و توضیح یافته های حاصل از سوالات پرسیده شده از مصاحبه شوندگان می پردازد. در فصل پنجم پیوندی بین نظریه های فصل دوم و یافته های فصل چهارم برقرار می شود و حاصل پژوهش در غالب نتیجه گیری ارائه خواهد شد.

فصل اول

کلیات تحقیق

بیان مسئله

حس زیبادوستی و زیبایی‌پسندی از جمله دارایی‌های باارزش انسانهاست. این سرمایه عظیم عطیه‌ای از جانب خالق زیبا است.

اگر ما خلق برخی زیبایی‌ها را به انسان منتسب کنیم می‌توانیم به شاخه‌های هنر اشاره نماییم و از هنرهایی همچون نقاشی، موسیقی، معماری، خطاطی، آواز و بسیاری هنرهای دیگر یاد کنیم که همه به نوعی نشانگر وجود روحی متعالی با نام زیبایی در نهاد انسانها است که به اشکال مختلف متجلی می‌شوند.

توجه و تمایل انسانها برای خودآرایی از دیگر نشانه‌های این حس، در وجود آدمی است. هر فرد بنا بر فرهنگ، دانش و عقیده‌هایش ملاکی را برای سنجش زیبایی می‌شناسد. اغلب جوانان به ظاهر خود، به رنگ لباس و نوع آن و به حالت موهایشان اهمیت زیادی می‌دهند. آنان برای جلب توجه بوی خوش به خود می‌زنند و لباسهایشان را همیشه اتو می‌کشند و از کثیفی و ژولیدگی اجتناب می‌ورزند.

بشر همیشه به حکم طبیعت به حسن و جمال توجه داشته است و حس تظاهر و خودسازی را به صورت‌های متفاوت بروز داده است. زن همیشه از گذشته‌ی دور تا امروز از زیبایی خویش به عنوان حربه‌ای نافذ و نیرومند برخوردار بوده و برای جلوه دادن این موهبت الهی از انواع زیور و آرایش کمک می‌گرفته است. از آنجا که زن از آغاز خلقت آدم در کنار مرد بوده، مرد هم برای جلب رضایت او به آراستگی و زیبایی سر و صورت خود پرداخته و انواع سختی‌ها را بر خود آسان گردانیده و با صرف وقت بسیار به ساختن انواع زیورآلاتی که بسیاری از آنها در شمار شاهکارهای هنری محسوب هستند دست زده است.

به همین جهت انسان در کشاکش مبارزه با عوامل نامساعد طبیعت از هر فرصتی برای آراستن و زیبا ساختن خود استفاده کرده است و گرفتاری‌های روزمره او را از توجه به آرایش و پیرایش باز نداشته است.

بعضی زیباییها مختص شیء و موجودی خاص هستند و زیبایی آنها بر خلاف زیبایی‌های سلیقه‌ای تغییرناپذیرند. در حوزه وجودی انسان نیز بعضی خصوصیات متناسب وجود زن و بعضی خصوصیات متناسب وجود مرد است و تعدی از مرز این تناسبات مشکلاتی به همراه خواهد داشت. نیازهایی که زنان و مردان برای زیباییشان احساس می‌کنند با یکدیگر تفاوت دارند. زنان به زینتهایی همچون گردنبند، انگشتر، دستبند و گوشواره علاقه نشان می‌دهند اما مردان اینچنین نیستند. امام صادق(ع) فرمود: «برای زن شایسته نیست بی زیور باشد اگرچه بندی به گردن آویزد. همچنین شایسته نیست که دست خود را رنگین نکند، هرچه اندکی باشد و هر چند پیر باشد.» (داوود بیگی، ۱۳۸۱ ص ۵۴)

هر فردی موظف است طبق ملاک تغییرناپذیر خود، خود را زیبا سازد و برای زیباسازی خود از آرایش کردن بهره ببرد.

برداشت و مفهوم زیبایی در جوامع گوناگون بسیار متفاوت است. تبلیغات رسانه های گروهی، فیلم ها و نوشته ها نیز بر معیارهای ما از زیبایی موثر خواهند بود. به عنوان مثال «بینی پهن در جامعه ما زیبا نیست ولی در کشور گینه نماد زیبایی و جذابیت است.» (همان) با توجه به مسائل یاد شده در این پژوهش سعی می شود تا با استمداد از روش مردم نگاری به مطالعه ملاک های زیبایی صورت پرداخته شود. بنابراین مساله ی اصلی محقق در این پژوهش توصیف و تحلیل ملاک های زیبایی بین افراد جوان است. از آنجا که ملاک زیبایی امری مبتنی بر سلیقه است، محقق سعی دارد تا ملاک های زیبایی را با توجه به بافت و زمینه ی اجتماعی به کار برندگان آن توصیف و تحلیل نماید. همچنین برای اینکه اثر آرایش صورت در جامعه مشخص گردد، نگارنده بر آن است که الگوهای آرایشی مورد استفاده دختران و پسران و ملاکهای زیبایی صورت را در عصر حاضر در جامعه مورد نظر (منطقه ۱۵ تهران) مورد بررسی قرار دهد و در یابد که جامعه مورد مطالعه از چه روش هایی برای زیبا ساختن خود استفاده می کنند و دلایل فرهنگی اجتماعی دست زدن به آن روش ها چیست؟

اهمیت و ضرورت پژوهش

زیبایی چهره تأثیر بسزایی بر نحوه اعمال و رفتار مردم و حتی فعالیت های زندگی روزمره آنها دارد، با توجه به این مساله، شناخت تفکرات افراد جامعه در مورد کارکرد های پیدا و پنهان زیبایی و آرایش کردن به عنوان یکی از راه های دست یابی به زیبایی ضروری به نظر می رسد.

امروزه زیست جوانان ایرانی نسبت به دهه های پیشین تغییر محسوسی کرده است. بواسطه الگوهای رو به افزایش تحرک جهانی و تأثیر آنها بر حوزه زندگی اجتماعی، آمال و آرزوها، اهداف و افق دید جوانان ایرانی نیز دچار تغییر و تحول شده است. این تغییر و تحول به حوزه های سبک زندگی نیز سرایت کرده است. یکی از مسائل مربوط به سبک زندگی، توجه به بدن و زیبایی است. آرایش صورت یکی از جلوه های زیبایی است.

امروزه حتی علم هم در خدمت زیبایی درآمده. علمی چون جراحی پلاستیک به طور فعالانه برای زیبا کردن افراد تلاش و کوشش می کند. همچنین امروزه توجه به ویژگی ظاهری و زیبایی از وجه مادی به وجه فرهنگی در حال گذار است. به این معنا که زیبایی و ظاهر به عنوان نماد و نشانه نیز به کار می رود.

با توجه به مسائل یاد شده انجام پژوهش حاضر جهت شناخت هر چه بیشتر ملاکهای زیبایی و راه های دستیابی به آن نزد جوانان ضروری است.