

تحلیل تحول تاریخی گفتمان‌های زیبایی و تأثیر آن بر حیات زن ایرانی

نجمه فانی*

محمد حسین اسدی داود آبادی**، علی روشنائی***

چکیده

"گفتمان زیبایی" را می‌توان شیوه‌ای تلقی نمود که افراد و گروه‌ها برای سخن گفتن درباره زیبایی به عنوان نظامی از رمزگان و نشانه‌گان مرتبط با بدن به کار می‌گیرند. این نظام طی فرایند تاریخی، درون بافت اجتماعی - فرهنگی خاصی از طریق اعمال قدرت‌های موجود اجتماعی شکل می‌گیرد. در پژوهش حاضر سعی شده است با برگزیدن نظریه و روش تحلیل گفتمان براساس خوانش لاکلا و موفه سیر تحول تاریخی پدیده‌ی زیبایی و تأثیرات آن بر حیات فردی و اجتماعی زنان ایرانی مورد کنکاش قرار گیرد. بر این اساس اسناد و داده‌های تاریخی دوره مشروطه به عنوان مقطع تاریخی عطف، و مقاطع تاریخی پیش از این دوره برای نشان دادن گذر جامعه ایران و مقاطع پس از آن جهت نشان دادن تعمیق و تشدید پدیده زنانگی زیبایی مورد تحلیل قرار گرفته است.

* دانشجوی دکتری تخصصی جامعه‌شناسی، مسائل اجتماعی ایران، دانشکده علوم انسانی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران، nagmehfani@gmail.com
** استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران (نویسنده مسئول)، assadi2001ir@yahoo.com
*** استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران، a.roshanaei@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۲۳

نتایج تحلیل نشان می‌دهد تحت تاثیر مدرنیسم بر ارزشهای زیبایی و ایجاد بی‌قراری های گفتمانی و نهادی در دوره قاجار و به ویژه مشروطه و به دنبال تعامل با اروپا چرخش گفتمان زیبایی شروع شد. عمیق تر شدن اثرات مدرنیسم در دوره پهلوی به استیلای نسبی گفتمان جدید زیبایی منتهی گردید که آثار آنرا در حیات فردی و اجتماعی زنان می‌توان در محدوده رویت پذیری اجتماعی زنان، مصرف و سبک زندگی زنانه، ساختار تشکیل خانواده، نقد یا پذیرش حاکمیت مردسالاری، مدیریت بدن و روابط و تعاملات بین دو جنس جستجو نمود.

کلیدواژه‌ها: گفتمان، زیبایی، زن، سنت، مدرنیسم

۱. مقدمه و طرح مساله

نیاز به احساس زیبایی در زمره والاترین نیازهای بشری و به عنوان جزئی از فرهنگ، مشخص و قطعی است (گراتر، ۲۰۰۶) (Grutter) و از همان اولین روزهای خلقت موجب می‌شود تا انسان برای زیباسازی خود و محیط زندگی اش در تلاش باشد. زیبایی تنها جنبه فردی ندارد بلکه به عنوان پدیده ای اجتماعی از عوامل مختلفی تاثیر گرفته و همزمان بر متغیرهای مختلفی موثر است. یکی از این عوامل مهم جنسیت است.

بررسی رابطه جنسیت و زیبایی از آن جهت موضوعیت دارد که هرچند در جهان مدرن تاکید بر زیبایی جسمی زنان بسیار بیشتر از مردان است و در فرهنگ های مختلف از جمله فرهنگ ایرانی، زنان بیشتر از مردان به عنوان سوژه زیبایی در نظر گرفته می‌شوند؛ اما این پرسش کلیدی را می‌توان مطرح نمود که آیا زنانگی زیبایی در طول تاریخ ایران امری ثابت و همیشگی بوده است؟ و اگر این پدیده یعنی رابطه بین جنسیت و زیبایی متغیر بوده است روند تاریخی این تغییرات چه مسیری داشته و چه عواملی بر آن موثر بوده اند؟ همچنین تغییر رابطه بین جنسیت و زیبایی، بر جایگاه فردی و اجتماعی زن ایرانی چه تاثیری به همراه داشته است؟ یکی از شیوه های پاسخگویی به این سوال ها می‌تواند شناسایی و تمایز گفتمان های زیبایی و بررسی هستی زن ایرانی در بستر این گفتمان ها و دلایل چرخش آنها باشد.

"گفتمان زیبایی" به عنوان کلید واژه ابداعی این پژوهش نیازمند تبیین و مفهوم سازی است. گفتمان صورت بندی مجموعه ای از کدها، اشیا و افراد است که پیرامون دالی کلیدی جایابی شده و هویت خویش را در برابر مجموعه ای از غیریت ها به دست می‌آورد (فرکلاف، ۱۳۷۹). از منظری دیگر گفتمان شیوه ای خاص برای سخن گفتن درباره

جهان و فهم آن (یا فهم یکی از وجوه آن) است (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۱۸). بر این اساس "گفتمان زیبایی" را می‌توان شیوه‌ای تلقی نمود که افراد و گروه‌ها برای سخن گفتن درباره زیبایی به عنوان نظامی از رمزگان و نشانگان مرتبط با بدن به کار می‌گیرند. این نظام رمزگان و نشانگان مرتبط با بدن، طی فرایند تاریخی، درون بافت اجتماعی - فرهنگی خاصی از طریق اعمال قدرت‌های موجود اجتماعی شکل می‌گیرد. این قدرت اجتماعی علاوه بر منبع الهام بخش زیبایی، متغیرهای موثر بر آن را نیز مشخص می‌سازد. این متغیرها می‌تواند جنسیت، دین، طبقه اجتماعی، سن، شغل، یا گرایش سیاسی باشد. رصد گفتمان‌های زیبایی و مطالعه چرخش آنها در طول تاریخ به ما کمک می‌کند هستی زن ایرانی را در بستر این گفتمان‌ها و از منظری جدید به تماشا بنشینیم. این منظر جدید می‌تواند به حجم دانش اندک ما درباره تاریخ اجتماعی زنان ایران هرچند کم بیفزاید. بر این اساس با توجه به هدف اصلی پژوهش یعنی مطالعه سیر تحول پدیده‌ی زیبایی از "زیبایی فارغ از جنسیت" به "زیبایی زن محور" یا "پدیده "زنانه شدن زیبایی"، جهت بازگشایی دروازه مباحث، مقاطعی از تاریخ که این تحول را به خوبی نشان می‌دهد انتخاب شده است. مقطع تاریخی دوره قاجار به ویژه دوره مشروطه به عنوان مقطع تاریخی عطف در این بررسی مد نظر است. انتخاب مقاطع تاریخی پیش از این دوره برای نشان دادن گذر جامعه ایران و مقاطع پس از آن جهت نشان دادن تعمیق و تشدید پدیده زنانگی زیبایی و تاثیرات آن بر جایگاه اجتماعی زنان در ایران بوده است. این مطالعات می‌تواند نشان دهد که در تغییر مسیر گرایش‌های زیباشناسانه جامعه ایران، زنان ایرانی چگونه و چرا مورد توجه قرار گرفته‌اند و میزان همراهی یا مقاومت آنها با این تغییرات و دلایل آن چه بوده است. آیا می‌توان همراهی و حمایت زنان ایرانی را از تغییر گفتمان‌های زیبایی در راستای نظریه لاتمن (لاتمن، ۲۰۰۸) (Latham) نشانه‌ای از کنترل بر خود و استقلال و انتخاب فردی زنان ایرانی تلقی نمود. یا شواهد تاریخی در نگاه منتقدانه به این تغییر گفتمانی را نوعی مقاومت در برابر تاثیر و سلطه استانداردهای زیبایی دانست که در تعاملات فرهنگی با دنیای غرب به ویژه بر زنان القا شده است.

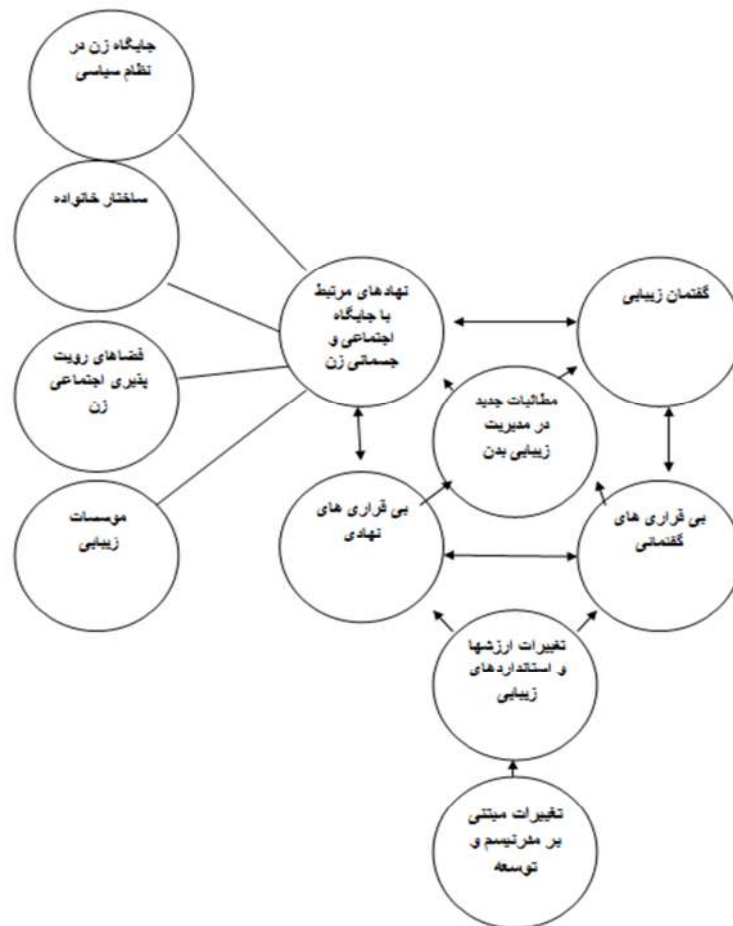
بازتعریف استانداردهای زیبایی در جامعه و روند احتمالی آن در حال و آینده بدون شناخت تاریخ تحولات معناساختی زیبایی و تاثیرات آن بر حیات فردی و اجتماعی افراد

به ویژه زنان امکانپذیر نیست. این بررسی پیش نیاز سیاستگذاری فرهنگی و اجتماعی مرتب بر مسایل زیبایی زنان است و این پژوهش با شناخت این نیاز حیاتی به انجام رسیده است.

۲. مدل نظری چرخش گفتمان^۱

چرخش گفتمان را می‌توان با توجه به "مفاهیم درون و برون گفتمانی بر اساس عاملان سیاسی، اعتبار، در دسترس بودن، طرد و برجسته سازی تبیین نمود. گفتمان‌ها همواره درصد "بازنمایی" شرایط بی‌قراری برای پاسخ‌گویی به بحرانهای موجودند. بر این اساس گفتمان‌های زیبایی که تقاضاها و بی‌قراری‌های اجتماعی (بی‌قراری‌های گفتمانی و نهادی) را در مدیریت بدن و رویت‌پذیری/رویت ناپذیری جسمی - اجتماعی زنان سامان و پاسخ بگوید، تسلط خود را حفظ می‌کند و در غیر اینصورت دچار انحطاط می‌شود. چرخش گفتمان زیبایی بر اساس شناسایی دال خالی گفتمان قبلی، و مفصل‌بندی گفتمان جدید بر حول آن و توسعه نظام معنایی آن صورت می‌گیرد.

بی‌قراری‌های نهادی جایگاه اجتماعی و جسمانی زنان را دگرگون می‌کنند و در نتیجه آن ساختار خانواده، فضاها، اجتماعی در دسترس آنها برای رویت‌پذیری جسمانی و ساختار موسسات دخیل در مدیریت بدن متحول می‌شوند. در صورتی که نهادهای مدیریت زیبایی بدن ناتوان و ناکارآمد باقی‌مانند با ارتقای بی‌قراری نهادی به سطح گفتمان‌های زیبایی بدن، هژمونی گفتمان مسلط تضعیف شده و به تدریج به بی‌قراری‌های وسیع گفتمانی منجر می‌شود و شرایط را برای تغییرات عمیق فراهم می‌آورد.



نمودار (۱): مدل فرضی چرخش گفتمان زیبایی زنان در دوره‌های مختلف تاریخی ایران

۳. روش تحقیق

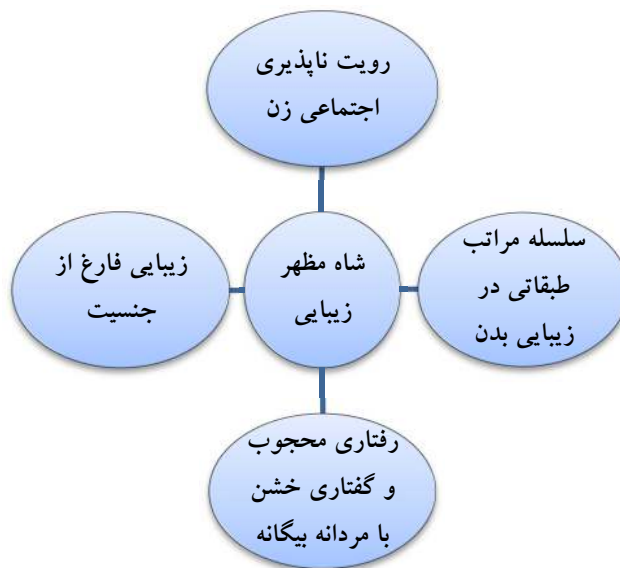
پژوهش حاضر از نوع کیفی با روش کتابخانه‌ای است که با بررسی مطالب و داده‌های تاریخی در متون ادبیات با روش توصیفی و تحلیل گفتمان لاکلا و موفه انجام گرفته است. در این پژوهش پس از جمع‌آوری اطلاعات معتبر، کتابها و اسناد مرتبط با زیبایی به ویژه زیبایی زنان مورد کنکاش قرار گرفت و مطالب مرتبط جهت تحلیل انتخاب گردید.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آرایه یافته‌ها

برای بررسی پدیده "زنانه شدن زیبایی یا تحول پدیده ی زیبایی از "زیبایی فارغ از جنسیت" به "زیبایی زن محور"، لازم است رابطه جنسیت و زیبایی را در بستر گفتمان های زیبایی مرتبط با مقاطعی از تاریخ که این تحول در آنها حادث می شود مورد مطالعه قرار داد. این بررسی به ما کمک می کند جایگاه زن ایرانی را در مقاطع تاریخی مد نظر، از منظری جدید تحلیل کنیم که شاید در مطالعات پیشین کمتر به آن پرداخته شده است.

۱.۴ رابطه جنسیت و زیبایی در گفتمان پیشامدرن

در گفتمان پیشامدرن، "زیبایی" پدیده ای فارغ از "جنسیت" است. در گفتمان شاهنشاهی به عنوان مهمترین شکل گفتمان پیشامدرن "شاه مظهر زیبایی" است. پادشاهی که کوشش و تلاش میلیونها نفوس برای اوست و مظهر خداوند روی زمین است (گیرشمن، ۱۳۸۳: ۳۴۴). حتی اهورامزدا، خدای بزرگ نیز دارای بدن و پوششی چون پادشاه است. (کریستین سن: ۱۳۷۲: ۱۴۰-۱۴۱ و ۵۹۸). در چنین نگرشی، بدن پادشاه به عنوان نماینده و برگزیده خداوند روی زمین، مظهر زیبایی برای همه رعایا محسوب می شود. در نتیجه رعایا تلاش می کنند بر اساس سلسله مراتب طبقاتی، خود را از نظر زیبایی به او شبیه سازند. این نگرش با جنسیت زدایی از مساله زیبایی و طبقاتی شدن آن موجب می شود زنان و مردان زیبا، با ویژگیهای بسیار مشابه ای از نظر بدنی و چهره به تصویر در آیند. این مساله را به وضوح با مطالعه اسناد و مدارک و نگاهی اجمالی به آثار هنری ایران در دوره های پیشامدرن به ویژه نگاره های چهره ها و بررسی ادبیات ایرانی در حوزه شعر و داستان می توان درک نمود (نجم آبادی، ۱۳۹۶: ۳۵). توصیف زیبایی مردانه و عشق مرد به مرد در قالب مفهوم "شاهدبازی" بازتابی از جامعه مردسالار در گفتمان پیشامدرن به ویژه در دوره اسلامی بود. از نشانه های این توجه غیر جنسیتی به زیبایی همزمان "غلمان" و "حور" در تاکید همزمان به زیبایی جاودانی مرد و زن جوان در فرهنگ عامه و تفاسیر دینی بود (نجم آبادی، ۱۳۹۶: ۳۹-۳۸).



جدول ۱: مفصل بندی گفتمان زیبایی شاهنشاهی

تأثیرات این گفتمان را بر حیات فردی و اجتماعی زنان ایرانی می توان در موارد زیر خلاصه نمود :

الف- در بستر گفتمان شاهنشاهی، زن نمی توانست هویتی مستقل داشته باشد. در نتیجه با رویت ناپذیری اجتماعی زن، زیبایی او نیز فقط در سایه زیبایی پادشاه و بطن سلسله مراتب طبقاتی قابل طرح بود. از نتایج عملی رویت ناپذیری اجتماعی زنان، محرومیت اجباری آنها از بسیاری از فعالیتهای فردی و اجتماعی بود که در سفرنامه جهانگردانی مانند تاورنیه، شاردن، جکسن، اولیویه و اولتاریوس نمونه های عینی این رویت ناپذیری و طبقاتی بودن زیبایی و محرومیت زنان از فعالیتهای اجتماعی ذکر شده است (اولیویه، ۱۳۷۱ : ۱۵۸-۱۵۹؛ شاردن، ۱۳۳۶ : ۲۲۰-۲۲۲؛ اولتاریوس، ۱۳۶۳ : ۳۳۲-۳۳۳؛ تاورنیه، ۱۳۸۱ : ۲۹۸؛ جکسن، ۱۳۸۳ : ۴۰۹-۴۱۰). برای نمونه یکی از جهانگردان غربی اشاره می کند "زنهای ایرانی در گشت و گذار خیابانی حضور ندارند و اگر گاهی، زنی گستاخ و بی پروا دیده شود، طوری خودش را پوشانده که به سایه شباهت دارد یا به روحی می ماند" (برد، ۱۳۷۶ : ۷۴).

ب- ساختار مردسالارانه نظام پادشاهی در تاکید بر رویت ناپذیری اجتماعی زنان و توصیه به آنها به سکوت در جمع، داشتن رفتار محجوب و گفتاری خشن با مردان بیگانه، مانع از بازتاب اجتماعی زیبایی زنان در جامعه می شد و زیبایی زنان به عنوان امری سری و اندرونی تلقی می شد.

ج- عدم رویت پذیری اجتماعی زنان باعث شد مردهای جامعه نتوانند به کلیشه ای واحد از زیبایی های زنان دست یابند و زنها نیز به علت محدودیتهای ناشی از سلسله مراتب اجتماعی ناتوان از الگو برداری نوآوری های زیبایی بودند. در نتیجه در این عصر ابژه زیبایی زنها برای مردها بیشتر محدود به زنهاي محرم یا زنهاي است که به تصادف شاهد زیبایی های آنها بوده اند.

د- این گفتمان به ترویج "اخلاق حرمسرایي" به عنوان " نمودی از طبقاتی شدن زیبایی در تاریخ اجتماعی ایران منتهی شده بود. زنان حرمسرا یا زنان هوودار به رقابتی شدیدتر برای جلب توجه مرد خویش از طریق زیبایی کشانده می شدند (ترابی فارسانی، ۱۳۹۷: ۵۲-۱۷). از آنجا که در جهان سنت برای زنان فردیتی مستقل از نقش هایشان وجود نداشت جلب توجه شوهر و فضای خانوادگی تمامی مفهوم بودن و هستی زنان را شامل می شد. تدارک لباس و آرایش برای مهمانی ها بخشی از وقت زنان را به خود اختصاص می داد. (پولاک، ۱۳۶۱: ۲۶۵؛ شل، ۱۳۶۸: ۸۱-۸۰).

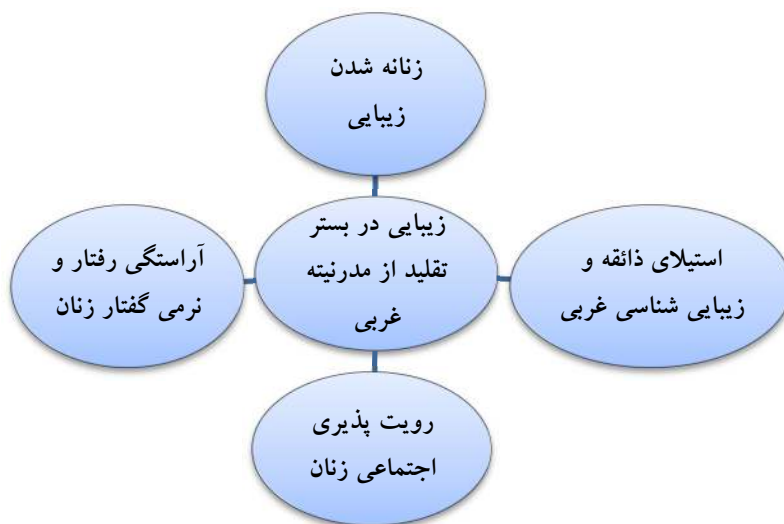
ه- در بسترگفتمان پیشامدرن، جنسیت در ارتباط کامل با قراردادجنسی ازدواج و سلسله مراتب قدرت خانواده قرار داشت ولی ارتباطی با زیبایی، میل جنسی و عشق نداشت. بر این اساس ازدواج و تشکیل خانواده به ندرت بر اساس زیبایی و عشق بنیان می گرفت.

۲.۴ رابطه جنسیت و زیبایی در گفتمان مدرنیسم

چرخش گفتمان پیشامدرن زیبایی به مدرن نتیجه تحولات عمیق اجتماعی اروپا بود که زمینه های نفوذ آن در جامعه ایران به دنبال شکست در جنگ با روسیه و پرسش گری درباره دلایل آن فراهم شد؛ طوریکه تا اواخر قرن نوزدهم، با تغییرات ژرف در بعد جنسیتی زیبایی، گفتمان مدرن در ایران استیلا یافت.

جرقه زنانه شدن زیبایی در گفتمان مشروطه: در گفتمان مشروطه، زیبایی در بستر تقلید از مدرنیته غربی قابلیت تعریف یافت؛ چراکه در بازاندیشی تاریخی ایرانیان به ویژه

طبقه متوسط و نوظهور شهری در فهم تاریخی برای پاسخگویی به پرسش "ما چرا عقب مانده ایم" راهکار ارتباط با دنیای غرب و اخذ علم و فن از آنها نزدیکترین راه تلقی می شد. اما این اقتباس و ارتباط به تقلید در جنبه های مختلف زندگی اجتماعی از جمله خانواده و زنان و اخذ دال های گفتمان غربی گردید.



جدول ۲: مفصل بندی گفتمان زیبایی مشروطه

گفتمان مشروطه به عنوان جرقه آغازین پدیده زنانه شده زیبایی و گفتمان پهلوی به عنوان روتق بخش، مروج و نهادینه ساز آن با بهره گیری از دالهای مختلف گفتمان مدرنیسم، ساختار متفاوتی از ارتباط جنسیت و زیبایی را خلق کرده اند که در زیر به تاثیرات آنها بر حیات فردی و اجتماعی زنان خواهیم پرداخت.

الف- گفتمان مشروطه به عنوان نمود اولیه گفتمان مدرنیسم در ایران، موجب پیوند جنسیت، عشق و ازدواج با زیبایی شد. بر این اساس تشکیل خانواده در سطح اجتماعی می توانست بر مبنای عشق و زیبایی زوجین به ویژه زن شکل بگیرد که پیش از این فقط در داستانها و غزل های عاشقانه تخیلی موضوعیت داشت .

ب- از نتایج گفتمان زیبایی مشروطه در سطح اجتماعی، زنانگی زیبایی و استیلائی ذائقه و زیبایی شناسی غربی به جای سنتی و فراهم شدن تدریجی رویت پذیری اجتماعی

زنان بود. برخی از نشانه‌های مهم این تغییرات در دوره قاجار را می‌توان در فرهنگ بصری، دگرگونی سبک نقاشی از فانتزی به ناتورالیسم و رئالیسم و تمایز تصاویر و ویژگی‌های چهره و بدن زنان از مردان و حذف ابژه میل مذکر؛ کمرنگ شدن مفهوم غلمان به عنوان نماد زیبایی مردانه و زنانه شدن مفاهیم انتزاعی فاقد جنسیت چون فرشتگان جستجو کرد (نجم آبادی، ۱۳۹۶: ۴۴-۴۳؛ ۶۴-۶۳).

ج- بدن زنانه امکان یافت تا بدون پوشش کامل چهره و اندام، در عرصه عمومی به نمایش درآید. سنجش زیبایی بدن زنانه بر مبنای کارکرد طبیعی و مطلوبیت بدنی با اندامی درشت و فربه، گیسوان و ابروانی بلند و پرمو جای خود را به زیبایی شناسی از نوع مدرن و غربی بر مبنای لاغری، ظرافت، کشیدگی اندام و کوتاهی گیسوان داد که پیش از آن زمان، برای مجازات زنان دال بر بدکاره بودن به کار می‌رفت (ذکایی و امن پور، ۱۳۹۳: ۱۱۸).

د- با ظهور کلیشه‌های جدیدی از زیبایی زنان در آثار بصری همانند "عریان سازی سینه‌های زن" کانون توجه اروتیک مردانه به بدن زنانه تغییر یافت (نجم آبادی، ۱۳۹۶: ۸۱) و سینه‌های زن به کانون توجه میل شهوانی تبدیل شد.

ه- با وجود آنکه گفتمان زیبایی مشروطه بیشترین نفوذ خود را در میان زنان اقشار مرفه داشت؛ اما با اینهمه ساختار مردسالارانه جامعه را در میان زنان دیگر اقشار جامعه نیز به چالش کشید و بستری برای نفوذ بیشتر در زنان اقشار متوسط و پایین جامعه فراهم آورد.

تعمیق زنانه شدن زیبایی در گفتمان پهلوی: گفتمان پهلوی از بطن گفتمان مشروطه و با ایجاد ساختار دولت-ملت هویت یافت. در مفصل بندی گفتمان زیبایی پهلوی، حول "زیبایی در بستر دولت ملت"، "دالهای" انتظام و انضباط بدنی"، "خانواده هسته ای"، "مدیریت بدن با آموزش و پرورش"، "رویت پذیری زنان در فضاهای مدرن شهری" و "هنجارسازی زیبایی با رسانه‌ها" قرار دارند.



جدول ۳: مفصل بندی گفتمان زیبایی پهلوی

تأثیرات این گفتمان را بر حیات فردی و اجتماعی زنان ایرانی می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

الف- در این گفتمان با عمیق تر شدن تأثیرات مدرنیسم، زنها از نظر فرهنگی به سوژه زیبایی تبدیل شدند.

ب- مدرنیسم ساختار خانواده ایرانی را از گسترده به هسته‌ای بر پایه عشق رمانتیک بین زن و مرد و زندگی مستقل از خانواده پدری تغییر داد. با پیوند جنسیت، عشق و ازدواج با زیبایی، زنانه شدن زیبایی در دوره پهلوی عمق بیشتری یافت.

ج- در گفتمان پهلوی سیاست یکسان سازی فرهنگی بر پایه ساختار دولت-ملت و همچنین رویت پذیری اجباری زنان در فضاهای اجتماعی و مدرن شهری با "سیاست انتظام و انضباط بدنی" پیگیری شد. اجرای این سیاست در ۱۳۰۷ ش با تصویب دو اساسنامه در مجلس شورای ملی و طی دو مرحله، نخست درباره نحوه پوشش رسمی کارکنان دولتی و سپس کلیه مردان شهری، روستایی و عشایری آغاز شد و در مرحله سوم به سال ۱۳۱۴ با قانون کشف حجاب اجرایی گردید.

د- کشف حجاب موجب شد تا تغییر نقطه تمرکز اروتیک مردانه نسبت به بدن زنها که پیش از این در آثار بصری دوره مشروطه آغاز شده بود با شدت بیشتر با مشاهده عینی زنان جامعه تغییر یابد.

ه- آشکار شدن اجتماعی بخش هایی از بدن زنانه که پیش از این تابو محسوب می شد باعث شد تا کلیشه های جدیدی از زیبایی زنان خلق و توسط رسانه ها، نظام آموزشی و پرورشی و نهادهای فرهنگی بازنمایی شود. این مساله تاثیرات عمیقی بر سبک زندگی زنان متوسط شهری و توجه آنها به زیبایی بدن به عنوان سرمایه فیزیکی در دسترس شد؛ چراکه زیبایی موجب جلب توجه اجتماعی و کسب امتیازات اجتماعی جدید می شد.

و- سیاست انتظام و انضباط بدنی با هدف رویت پذیری اجتماعی زنان و برابری گرای جنسیتی، علاوه بر وضع قوانین و استفاده از ابزارهای کنترلی سخت همچنن با شیوه های مدرنتر و نرم تر در قالب آموزش و پرورش، رسانه ها به ویژه مطبوعات، سینما، رادیو و تلویزیون ادامه یافت. گسترش فضاهای مدرن شهری فرصتی برای زنان طبقات متوسط شهری بود که با حضور در آنها با تظاهر بدنی و استفاده از نمادها و دال های بدنی، زیبایی خود را در جهت تمایز طبقاتی به نمایش بگذارند.

ز- طرح گفتمان زیبایی پهلوی "مفهوم زیبایی را دگرگون نمود و ملاک زیبایی زنان را که در دوره قاجار چاقی و سفیدی با ابروهای پیوسته بود به چالش کشید(ترابی فارسانی، ۱۳۹۷: ۱۲۷)". نشانگان زیبایی زنان در این دوره ابروهای نازک، بدن لاغر و تکیده، دستها و گردنی بلند، و موهای کوتاه بود.

ح- در این گفتمان توجه به سلامتی جسم و روح زنان به ویژه تصحیح نگرش به چاقی که پیش از این نشانه سلامت، ثروتمندی و زیبایی بود به عنوان عاملی ضدزیبایی و موجب نگرانی اهمیت یافت(ترابی فارسانی، ۱۳۹۷: ۱۳۱-۱۳۰). بر این اساس در گفتمان زیبایی جدید زنان تشویق می شدند بدنی لاغر و ترکیده داشته باشند و با ورزش و رژیم های غذایی تناسب اندام خود را حفظ کنند.

۳.۴ تبیین چرخش گفتمان زیبایی

درباره چرخش گفتمان زیبایی از سستی به مدرن که به تدریج در دوره قاجار شکل گرفت مطابق مدل نظری ارایه شده باید اشاره نمود که گفتمان سستی زیبایی نتوانست تقاضاها و بی قراری های اجتماعی (بی قراری های گفتمانی و نهادی) را در مدیریت بدن و رویت

پذیری/رویت ناپذیری جسمی - اجتماعی زنان سامان و پاسخ بگوید. در نتیجه تسلط خود را از دست داد. این بی‌قراری‌ها در نتیجه ارتباط ایرانیان با اروپاییان به ویژه زنان تشدید یافت. این ارتباطات به تدریج در طول یک قرن موجب کاهش حساسیت به معاشرت اجتماعی میان دو جنس انجامید. به این معنا که ایرانیان در سالهای نخستین تصورات ذهنی خود زنان اروپا را محور تلقی می‌کردند؛ اما این تلقی به عنوان پژواکی از توصیف کلاسیک اسلامی از لذت‌های بهشتی به تدریج فروکش کرد و با افزایش شباهت ذائقه و سلاقی زیبایی‌شناسانه زنان ایرانی به اروپایی، روابط جنسیتی پیکربندی نوینی پیدا کرد (نجم‌آبادی، ۱۳۹۶: ۸۸).

عامل دیگر این بی‌قراری‌ها، شدت گرفتن ورود کالاهای تزئینی و واردات فرهنگ زیبایی به کشور به ویژه از عصر ناصری به بعد بود که مطبوعات، تجار، دولت و خود زنان در آن نقش مهمی داشتند. تجار در بازاریابی لباسها و لوازم آرایش برای زنان ایرانی، نقش عمده‌ای را در استانداردهای زیبایی ایفا کردند (کامرون، ۲۰۰۴: ۸۰-۸۴) (Camron). زنان درباری، اشراف و طبقات مرفه با امکان بیشتر بهره‌گیری از کالاهای زیبایی و اشیاء زینتی فرصت می‌یافتند تا در ظاهر از دیگران متمایز شوند. برخی از این زنان در آشنایی و معاشرت با زنان اروپایی شیفته رفتار و آداب آنان می‌شدند و در پی تقلید از ظواهر آنان بر می‌آمدند (شل، ۱۳۶۸: ۱۶۲).

زنانه شدن زیبایی تحت تأثیر مدرنیسم موجب فشار روانی و فرهنگی بر زنان برای اقدام در جهت زیباسازی گردید. این فشارها با گسترش مطبوعات، کتاب و آغاز آموزش و پرورش در قالبی نوین فزونی یافت. هرچند این گسترش در دوره قاجار فقط محدود به اقشار مرفه و طبقات روشنفکر شهری می‌شد، اما به تدریج زمینه‌های نفوذ آن در دیگر طبقات اجتماعی در عصر پهلوی فراهم شد. در این دوره با گسترش نهادهای آموزشی رایگان، رسانه‌ها، سینما، رادیو و تلویزیون، و فضاهای شهری (فروشگاه‌ها، گالری‌ها، موسسات زیبایی و ...) ابزارهای بهتری در جهت ترویج زنانه شدن گفتمان زیبایی و اشاعه آن در سطح جامعه فراهم شد.

ایجاد و توسعه کارخانه‌های پوشاک و در دسترس قرار دادن محصولات ارزان برای تعمیم و استاندارد کردن پوشش، ترویج استفاده از روسری به جای چادر و تأکید بر وجوه منفی چادر، القای ارتباط چادر با مفهوم عقب‌ماندگی، استفاده از تبلیغات رسانه‌ای دیداری و نوشتاری برای دگرگونی در باورداشتهای مردمی در زمینه ارتباط چادر با معتقدات

اخلاقی و مذهبی، تفکیک مفاهیم چادر و حجاب از یکدیگر، انتخاب دختر شایسته ایرانی و معرفی او به عنوان الگوی زن ایرانی، ایجاد و گسترش مدگرایی، گسترش مصرف کالاهای آرایشی و پیرایشی، توسعه فضاهای تفریحی و فرهنگی ویژه جوانان و زنان طبقه متوسط از جمله تهمیدات و ابزارهای ترویج گفتمان جدید بود. (ذکایی و امن پور، ۱۳۹۳: ۱۲۷). در این میان نشریات زنان حاملان گفتمان جدید زیبایی بودند.

در دوره ی رضاخان در فاصله ی بین دو جنگ جهانی، گسترش فرهنگ زیبایی غربی به ویژه معرفی محصولات آرایشی به صورتی روزافزون در صفحات مجلات ایرانی توأم با پروژه ی بیداری زنان پیش میرفت. پروژه ی بیداری زنان میخواست به زنان القا کند که حجاب موفقیت آنها را در عرصه ها و اماکن عمومی با مشکل مواجه میسازد. از این رو زنان را تشویق کرد که حجاب درونی را با حجاب بیرونی جایگزین کنند (کامرون، ۲۰۰۴: ۸۳-۸۹).

نشریه جهان زنان به عنوان یکی از پیشگامان گفتمان نوگرایی بخشی از صفحاتش را به ارائه مدل های لباس غربی اختصاص می داد (ترابی فارسانی، ۱۳۹۷: ۱۰۰-۹۹). در همین راستا نشریه نامه بانوان با اعتراض به حجاب رایج زنان، باز بودن دست و صورت را ضروری می دانست (نامه بانوان، سال ۱۲۹۹، ش ۴: ۳-۴). هاجر تربیت یک فمینیست قدیمی و عضو انجمن زنان رضاشاه، حجاب را به عنوان آنتی تز لباس مدرن، فاقد ارزش و مانعی برای فعالیتهای زنان در حوزه های مختلف معرفی میکرد (کامرون، ۲۰۰۴: ۸۶). در زمستان سال ۱۳۴۱ عکسهای دختران و زنان ایرانی، با بازتابی خاص از زنانگی مدرن ایران در پیوند با پروژه بیداری زنان در تبلیغات مجلات و روزنامه ها منعکس شد. در این راستا مجلات با انعکاس نحوه پوشش هنرپیشه های زن هالیوودی به واقع محصولات زیبایی و سلامتی آمریکایی را تبلیغ می کردند. آنها لوازم آرایش، سبکهای مو و مدهای غربی را بخشی از تجلی مدرنیته می دانستند. بازاریابی محصولات زیبایی در صفحات مجلات ایرانی نشان از مواجهه همزمان زنان ایرانی و غربی با فرهنگ زیبایی در نیمه اول قرن بیستم داشت. (کامرون، ۲۰۰۴: ۸۱-۸۵). مجله مهرگان وابسته به مؤسسههای تجاری در فاصله سالهای ۱۹۴۵-۱۹۲۰ طی فشار دولتی برای برداشتن حجاب برای تبلیغ محصولات و سبکهای زیبایی مقالاتی دوره ای درباره محصولات زیبایی و مد می نوشت. این مجله برای القای کلیشه های زیبایی و مدپذیری به زنان جوان شهری طبقه متوسط از پرسشنامه های دستکاری شده و کلیشه ای بهره می گرفت (کامرون، ۲۰۰۴: ۴ و ۸۶).

در مجموع فمینیستها و مجلات مرتبط با آن در ترویج فرهنگ زیبایی در ایران نقش کلیدی داشتند. این نشریات از یک سو با وجهی سلبی وضعیت موجود را نقادی و از سوی دیگر با وجه ایجابی سپهری آرمانی ترسیم می کردند (ترابی فارسانی، ۱۳۹۷: ۱۰۸). عامل دیگر تسلط گفتمان زیبایی مدرن، حمایت و استقبال زنان اقشار مختلف جامعه بود که به شیوه‌های مختلف منتقد مردسالاری حاکم بر ساختار اجتماعی و سیاسی ایران بودند. البته رویگردانی زنان از گفتمان زیبایی سنتی و حمایت از گفتمان زیبایی جدید به تدریج از طبقات بالای جامعه در دوره مشروطه به طبقات متوسط در دوره پهلوی اول و طبقات پایین در دوره پهلوی دوم اشاعه یافت. زنان طبقه بالا و متوسط جامعه گفتمان زیبایی جدید را فرصتی برای پیگیری برابری جنسیتی، اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه اجتماعی می دانستند.

چالش کشیدن ساختار مردسالاری جامعه توسط گفتمان زیبایی جدید، عاملی مهم برای مخالفت طیف سنتی - مذهبی با آن بود. طیف مذهبی - سنتی، رویت پذیری اجتماعی زنان بدون پوشش چهره و روپند و حشر و نشر آنها با مردان به بهانه فعالیت‌های اجتماعی را مغایر با تعالیم مذهبی اسلام تلقی می کردند. در این میان، طیفی از نوگرایان از گفتمان زیبایی مشروطه، به علت آنکه زیبایی زنان را در خدمت مردان تعریف می کرد انتقادهایی مطرح می کردند.

حامیان گفتمان زیبایی پهلوی را زنان طبقه متوسط و تحصیل کرده شهری تشکیل می دادند. ارزشها، هنجارها و آداب زندگی این طبقه موجب ترویج نمایش نمادها و دال‌های بدنی زیبایی خاصی می شد که هرگونه اشتباه و یا مقاومت در برابر نمایش این نمادها در میان زنان با برچسب بی فرهنگی و عقب ماندگی مواجه می شد.

این گفتمان از همان ابتدا منتقدان و مخالفان جدی داشت. استفاده از قوه قهریه در انتظام بخشی بدنی به ویژه کشف حجاب زنان و محرومیت زنان محجبه از بسیاری از حقوق اجتماعی و نادیده گرفتن ارزشها و باورهای دینی مردم موجب شد گروه‌های اجتماعی مختلف، علیه آن بسیج شوند. این گروه‌های اجتماعی در پرتو امکانات آموزش عمومی و عالی توانستند با بازخوانی ایدئولوژیکی هویت ایرانی - اسلامی و ساختار شکنی از گفتمان‌های دینی - سنتی و مدرنیته، شالوده گفتمان جدیدی را بنیان نهند که دال‌های زیبایی زن در گفتمان پهلوی را به چالش کشید و با به میان کشیدن دال ضد آن یعنی "حجاب" به گفتمانی رقیب تبدیل شد و به استیلای آن پایان بخشید. با اینهمه به رغم استیلای گفتمان

زیبایی دینی در دهه اول انقلاب اسلامی، با اتمام دوره جنگ تحمیلی و فاصله گرفتن از فضای انقلابی دهه ۶۰، در دوره اصلاحات و پسااصلاحات اشکال جدیدی از گفتمان زیبایی نمود یافت که با ساختارشکنی گفتمان‌های دینی و گفتمان مدرن، مفصل بندی متفاوتی از دل‌های موجود و پیشین ارایه نمود.

جدول ۲- تاثیرات تطبیقی سیر تاریخی گفتمان‌های زیبایی بر حیات فردی و اجتماعی زن ایرانی.

نوع گفتمان				پیشامدرن (پادشاهی)	مشروطه	پهلوی اول	پهلوی دوم
محدوده زمانی	قبل از مشروطه	انقلاب مشروطه	دوره رضاخان				
جهت گیری جنسیتی	فارغ از جنسیت	زن محور	زن محور	زن محور			
ناحیه اروتیکی بدن زن	-	سینه ها	قسمت های عریان بدن	قسمت های عریان بدن			
میزان رویت پذیری اجتماعی زنان	رویت ناپذیری	رویت پذیری در اقشار مرفه	رویت پذیری اجباری	رویت پذیری تشویقی			
نوع عشق متناسب با گفتمان زیبایی	همجنس خواه	ناهمجنس خواه	ناهمجنس خواه	ناهمجنس خواه			
ساختار خانواده متناسب با گفتمان زیبایی	گسترده (چند همسری)	هسته ای	هسته ای	هسته ای			
نشانیگان زیبایی زنان	ابروهای سیاه به هم پیوسته، سفید و چاق بودن، نرمه ای سبیل پشت لب و خال سیاه کنار لب.	ابروهای نازک، بدن سفید، چشمهای رنگی (شبییه دختران اروپایی)	ابروهای نازک، بدن لاغر و تکیده، دستها و گردنی بلند، موهای کوتاه	ابروهای نازک، بدن لاغر و تکیده، دستها و گردنی بلند، موهای کوتاه			
حامیان گفتمان	حاکمیت مردسالار	زنان طبقات مرفه شهری	زنان طبقات مرفه و متوسط تحصیل کرده شهری	زنان طبقه متوسط و تحصیل کرده شهری			
ابزار گسترش گفتمان	اخلاق حرمسرای	روزنامه ها و نشریات	روزنامه ها، کتاب، آموزش و پرورش	مطبوعات، آموزش و پرورش، رسانه های جمعی)			

سینما، رادیو و تلویزیون، موسسات زیبایی، مراکز خرید شهری				
زیبایی تمایزگرایانه، امتیازطلبی از جلوه‌های زیبایی	سبک زندگی تقلیدگرایانه غربی	سبک زندگی تقلیدگرایانه غربی	سبک زندگی حرمسرای	نمود گفتمان زیبایی در سبک زندگی زنان
جنسیت، طبقه اجتماعی، آموزش عمومی، رسانه‌های مکتوب و دیداری و شنیداری، مد	جنسیت، طبقه اجتماعی، آموزش عمومی، رسانه‌های مکتوب، مد	جنسیت، طبقه اجتماعی، رسانه‌های مکتوب	سلسله مراتب طبقاتی، دین	متغیرهای اصلی موثر بر گفتمان

۵. جمع بندی و نتیجه گیری

مساله محوری این مقاله بررسی سیر زنانگی زیبایی در ایران و تأثیرات آن بر جایگاه فردی و اجتماعی زن ایرانی بوده است. برای رسیدن به این هدف، مفهوم "گفتمان زیبایی"، به ادبیات جامعه شناختی معرفی و تبیین و وجوه تمایز گفتمان زیبایی سنتی از مدرن و دلایل چرخش گفتمانی مشخص شد. مفروضات زیباشناختی گفتمان سنتی موجب می شود افراد بدون پرسشگری در هدایت سبک زندگی روزمره به ویژه مدیریت زیبایی بدن و ظاهر خود بر اساس سلسله مراتب طبقاتی عمل کنند. منبع هویت بخش این گفتمان که بر ویژگی‌هایی چون ماهیت تاریخی، موروثی بودن، و ثبات ارزشهای زیبایی تأکید دارد، ارزشها، اعتقادات و رفتارهایی است که از گذشته به حال منتقل شده است.

در تبیین چرخش گفتمان زیبایی به تأثیر مدرنیسم بر ارزشهای زیبایی و ایجاد بی‌قراری‌های گفتمانی و نهادی اشاره شد. این بی‌قراری‌ها بر این اصل استوار است که در مدرنیسم بر خلاف سنت زندگی با افزایش بازتابی شدن اجتماعی یعنی تأمل پیوسته و بی‌وقفه دربارهٔ اوضاع زندگی همراه است و بسیاری از حوزه‌های زندگی که برای نسلهای پیشین به سادگی در شمار بدیهیات بود برای نسلهای جدید به موضوعاتی برای تصمیم‌گیریهایی آزادانه تبدیل شده‌اند (صبوری شاهی، ۱۳۸۹: ۹۲). یکی از این حوزه‌ها مدیریت زیبایی

بدن و توانایی نظارت مداوم و موفقیت آمیز بر چهره و بدن به منظور شریک شدن در تولید و بازتولید روابط اجتماعی است (گیدنز، ۱۳۷۸).

نخستین تامل‌ها درباره سنت‌های زیبایی چهره و بدن زنان ایرانی در دوره قاجار و به دنبال تعامل ایرانیان با زنان اروپایی مطرح شد. در نتیجه در گفتمان مشروطه، زیبایی در بستر تقلید از مدرنیته غربی با اخذ برخی دالهای گفتمان غربی تعریف شد. این تامل و بازاندیشی با عمیق‌تر شدن اثرات مدرنیسم در دوره پهلوی اول با اتخاذ سیاست‌های سلبی و سخت و در دوره پهلوی دوم با سیاست‌های تشویقی و نرم در سطح جامعه به ویژه زنان به استیلائی نسبی گفتمان جدید زیبایی منتهی گردید. این فرایند زایش گفتمان جدید زیبایی و استیلائی تدریجی آن نتایجی در حیات فردی و اجتماعی زنان به همراه داشته است که آن را در موارد زیر می‌توان خلاصه نمود:

الف- مجوز و مشروعیت رویت پذیری اجتماعی: گفتمان جدید زیبایی به رویت پذیری اجتماعی زنان در جامعه به رغم تمایل اولیه آنها مشروعیت بخشید. حضور اجتماعی زنان و نمایش بدن که در گفتمان سنتی زیبایی تابو محسوب می‌شد در گفتمان زیبایی مدرن، به عاملی برای کسب وجهه و امتیاز اجتماعی تبدیل شد.

ب- سبک زندگی زنانه: سبک زندگی آرمانی زنان در بستر گفتمان سنتی زندگی حرمسرای بود که باید برای جلب رضایت شوهر به رقابتی ناخواسته با زنان هوو تن می‌دادند. اما در گفتمان زیبایی مدرن، سبک زندگی بر مبنای خانواده تک همسری و عشق رومانسیک بنا نهاده شد. بر این اساس مصرف و سبک زندگی جدید زنان آنها را برای همسان سازی با زنان هم طبقه و تمایز از زنان طبقات دیگر می‌کشاند.

ج- فرایند و ساختار تشکیل خانواده: ساختار خانواده در گفتمان زیبایی سنتی، چند همسری و خانواده گسترده بود؛ اما گفتمان جدید زیبایی فقط در خانواده تک همسری و هسته ای امکان اشاعه داشت.

د- نقد یا پذیرش حاکمیت مردسالاری: گفتمان سنتی زیبایی بر اساس پذیرش بی چون و چرای مدیریت بدن بر اساس سلسله مراتب طبقاتی و ساختار مردسالاری استوار بود. گفتمان زیبایی جدید به زنان جامعه کمک کرد این ساختار را به چالش بکشند.

ه- مدیریت بدن: گفتمان زیبایی علاوه بر مشخص کردن منبع زیبایی، جهت گیری‌های کلی مدیریت بدن را نیز مشخص می‌کند. اینکه کدام بخش از بدن اجازه تظاهر دارد، پوشش مناسب کدام است، آیا زیبایی پدیده ای ثابت یا متغیر است و آیا دستکاری در بدن

برای بهبود زیبایی مجوز و مشروعیت دارد پرسش‌هایی هستند که پاسخ آنها وجوه تمایز گفتمان سنتی را از گفتمان مدرن در بعد مدیریت بدن مشخص می‌کند.

و- روابط و تعاملات بین دو جنس: گفتمان زیبایی مدرن منابع احساسی زوجین را به یکدیگر تغییر داد. با تغییر نقطه اروتیک بدن زنانه، روابط و تعاملات بین دو جنس دگرگون شد. گفتمان زیبایی جدید، آداب و معاشرت و سبک رفتاری متفاوتی را بین دو جنس شکل داد. این تعاملات به تدریج زنان جامعه را به پذیرش نقش‌های جدید اجتماعی و کسب برابری گرای جنسیتی تشویق نمود. با این وجود این مساله چالش‌های جدیدی را برای حفظ کیان سنتی خانواده ایجاد نمود و آسیب‌های اجتماعی جدیدی در حوزه زنان و خانواده ظهور نمود که در گفتمان سنتی چندان موضوعیت نداشت.

پی‌نوشت

۱. در تدوین مدل نظری تحقیق از مباحث روش شناختی منبع زیر استفاده شده است:
حسینی زاده، سید محمدعلی (۱۳۹۱)، از نهادگرایی تا گفتمان: درآمدی بر کاربرد نظریه‌های نهادگرایی در علوم سیاسی، مجله علوم سیاسی، سال پانزدهم، شماره ۶۰.

کتاب‌نامه

- اولیویه، جی بی (۱۳۷۱)، سفرنامه اولیویه، ترجمه محمد طاهر میرزا، تهران: اطلاعات، چاپ یکم.
- اولئاریوس، آدام (۱۳۶۳) سفرنامه آدام اولئاریوس، ترجمه احمد بهپور، تهران: سازمان انتشاراتی و فرهنگی ابتکار.
- برد، اف ال؛ هارولد، ونستون (۱۳۷۶) گشت و گذاری در ایران، ترجمه علی اصغر مظهری کرمانی، تهران: جانان.
- پولاک (۱۳۶۱) سفرنامه، ترجمه کیکاوس جهان‌داری، تهران: خوارزمی.
- تاورنیه، ژان باپتیست (۱۳۸۳) سفرنامه تاورنیه، ترجمه حمید ارباب شیرانی، تهران: نیلوفر، چاپ یکم.
- ترابی فارسانی، سهیلا (۱۳۹۷) زن ایرانی در گذار از سنت به مدرن، تهران: انتشارات نیلوفر.
- جکسن، ابراهام (۱۳۸۳) سفرنامه جکسن، ترجمه منوچهر امیری و فریدون بدره‌ای، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ چهارم.
- حسینی زاده، سید محمدعلی (۱۳۹۱) از نهادگرایی تا گفتمان: درآمدی بر کاربرد نظریه‌های نهادگرایی در علوم سیاسی، مجله علوم سیاسی، سال پانزدهم، شماره ۶۰.

- ذکایی، محمد سعید؛ امن پور، مریم (۱۳۹۳) درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن در ایران، تهران: تیسرا، چاپ دوم.
- شاردن، ژان (۱۳۳۶) سیاحتنامه شاردن (مجلد چهارم)، ترجمه محمد عباسی، تهران: امیر کبیر.
- شل، ماری لئونورا (۱۳۳۸) خاطرات لیدی شل، ترجمه غلامرضا سمیعی، تهران: نشر نو.
- صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۹) بررسی تفاوت سبک زندگی والدین و فرزندان و چگونگی تبدیل آن به تعارض در خانواده، رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹) تحلیل انتقادی گفتمان، ترجمه گروه مترجمان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- کریستین سن، آرتور (۱۳۷۲) ایران در زنان ساسانیان، ترجمه رشید یاسمی، تهران: دنیای کتاب، چاپ هشتم.
- گیرشمن، رومن (۱۳۸۲) تاریخ ایران از آغاز تا اسلام، ترجمه محمود بهفروزی، تهران: جامی، چاپ دوم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) تجدد و تشخیص در جامعه جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- نجم آبادی، افسانه (۱۳۹۸) زنان سیبیلو و مردان بی ریش؛ نگرانی های جنسیتی در مدرنیته ایرانی، تهران: انتشارات تیسرا، چاپ ششم.
- هینیک، ناتالی (۱۳۸۷) جامعه شناسی هنر، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: نشر آگه.
- یورگنسن، ماریان و لوئیز فیلیپس (۱۳۸۹)، نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

- Camron, Michael Amin, 2004. Importing "beauty culture" into Iran in the 1920s and 1930s: Mass Marketing individualism in the age of anti imperialism sacrifice; comparative Studies of South Asia, Africa and Middle East, 24, 1.
- Grutter, J. K. (2006). *Asthetik der Architektur: Grundlagen der Architektur*. (J. Pakzad, & A. Homayun, Trans) (Tehran: Shahid Beheshti University Publication).
- Latham, Melanieh, 2008. The shape of things to come: Feminism, regulation and cosmetic surgery, *Medical Law review*, 16, autumn.