

سنخ‌شناسی اخلاق در گرایش دختران جوان به مدلینگ

سهیلا صادقی فسایی^۱

سمیه بلبلی قادیکلانی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۳/۱۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۴/۱۳

پژوهش حاضر با هدف مطالعه و بررسی رابطه میان اخلاق و هنجار‌گریزی مدلینگ در میان دختران جوان و ارائه یک سنخ‌شناسی اخلاقی از آنان انجام شده است. روش به کار گرفته شده در پژوهش، روش کیفی است و جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختار یافته با ۳۲ نفر از کنشگران فعال حوزه مدلینگ در مرکز مبارزه با جرائم سازمان یافته سایبری استان مازندران انجام شده است. به منظور تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تماتیک در جنبش روش شناختی کیفی بهره گرفته شده است. یافته‌ها حاکی از وجود سه گونه یا سنخ اخلاقی در میان کنشگران می‌باشد: سنخ اخلاقی لذت‌گرایان ترجیح‌محور، ابزار‌گرایان و عادت‌گرایان از خود بیگانه. سنخ اخلاقی لذت‌گرایان ترجیح‌محور با سه رویکرد متفاوت - ابرازی، پیامد‌گرای انگیزه‌محور و هنر‌ناب - بروز و ظهور می‌یابد. برخی از آنان لذت را در شهرت طلبی، برخی در خاص‌گرایی، برخی در مرئی شدن، عده‌ای دیگر در آگاهی بخشی به هموعان، گروهی در فرصت‌سازی برای زنان و جمعی نیز در عدم مدیریت و دستکاری بدن و در نهایت عده‌ای نیز در کت‌واکینگ^۳ به مثابه یک هنر ناب جستجو می‌کنند؛ اما کنشگران با اخلاق ابزار‌گرایانه به مدلینگ تنها به عنوان ابزاری برای دست‌یابی به اهدافی خاص مانند رهایی از خانواده پادگانی و انتقام از ساختار صلب مذهبی خانواده و پدر‌سالاری می‌نگرند. دختران جوانی که در گروه عادت‌گرایان از خودبیگانگی قرار می‌گیرند، در مدلینگ نه هدف خاصی را دنبال می‌کنند و نه در پی لذت هستند. در این گروه، نوعی از خودبیگانگی شکل گرفته که مدلینگ را به کنشی عادت‌گون در آنها بدل ساخته است.

واژگان کلیدی: اخلاق، مدلینگ، لذت‌گرایان ترجیح‌محور، ابزار‌گرایان و عادت‌گرایان از خودبیگانه

^۱ دانشیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران

^۲ دانشجوی دکتری، جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

E-mail: Bolboli.s@ut.ac.ir

^۳ Cat-walking

مقدمه

با پیدایش فناوری های جدید، فرایندهای توسعه اجتماعی افراد را به بدن هایشان، تأثیرات و نحوه تجربه بدن علاقمند می کنند (ویلیامز، ۱۹۹۷: ۸۹) و مرزهای میان بدن های فیزیکی و فن آوری شده ما با سرعتی هرچه بیشتر فرو می ریزد. در دنیای مدرن، دیگر بدن امر از پیش داده نیست، بلکه امری قابل تغییر، برنامه ریزی و بازاندیشی است که شاهد تغییرات زیادی در طول دوره حیات فرد خواهد بود. به همین جهت است که شیلینگ^۲ (۱۹۹۳) بدن را به مثابه پروژه ناتمامی معرفی می کند که در خلال مشارکت در جامعه تغییر می یابد و امیلی مارتین^۳ (۱۹۹۴) نام کتاب خود را "بدن های منعطف" می گذارد. مرلوپونتی^۴ (۱۹۶۲) نیز در کتاب "پدیدارشناسی احساس" تمام احساسات بشری را جسم مند می داند و می گوید ما نمی توانیم هیچ احساس یا حالت مستقل از بدن خود داشته باشیم (به نقل از نتلتون و واتسون، ۱۹۹۸: ۴).

جامعه ما نیز چند سالی است که دستخوش تغییرات عظیم فناوری بویژه در حوزه ارتباطات شده است. این تغییرات سریع، هنجارگریزی های جدیدی را نیز با خود به دنبال داشته است. یکی از این موارد که بیشتر در فضای مجازی و غیر واقعی و از طریق شبکه های اجتماعی به وقوع می پیوندد، پدیده "مدلینگ غیر مجاز" می باشد که در نقطه مقابل "بهپوشی" یا مدلینگ رسمی و مجاز قرار می گیرد. "مدلینگ" برگرفته از واژه مدل، به کنش فردی و یا به وجه صنعت آن، به کنش سازمان یافته گروهی از افراد به نام مدل یا مانکن اطلاق می شود که بوسیله هنر و ویژگی های خود محصول، کالا، خدمات و یا اطلاعاتی را به بهترین نحو به مخاطب ارائه می کند و سبب ثبت بهتر نام آن محصول در ذهن مخاطب می گردد. به گفته بابائی، سرپرست دادرسی ویژه جرائم رایانه ای، از حدود ۶ سال پیش که شبکه های اجتماعی مجازی در ایران شکل گرفتند تا به امروز ۲۰ درصد فضای شبکه اجتماعی "اینستاگرام" در اختیار چرخه مدلینگ از جمله مدل ها، آتلیه ها، عکاسان و مزون هاست (تابناک، ۱۳۹۵) و معضل مدلینگ غیر مجاز، امنیت فرهنگی جامعه را به خطر انداخته است، زیرا به موجب محدودیت های شرعی و عرفی برای توسعه صنعت مد در کشور و برگزاری نمایش های زنده لباس و آرایش صورت و مو، طراحان به سمت توسعه کار خود به صورت پنهانی رفته اند. بی تردید، این توسعه در

¹ Williams

² Shilling

³ Emily Martin

⁴ Merleu-Ponty

⁵ Nettleton & Watson

لایه های پنهان، آسیب های اجتماعی فراوانی چون: تمایل زنان و دختران جوان به نمایش نامتعارف بدن، دستکاری بدن در قالب جراحی های زیبایی، سوء استفاده از تصاویر برهنه یا نیمه برهنه زنان و دختران جوان - که طبق آمارهای رسمی، اغلب ۱۸ تا ۲۸ ساله می باشند (تابناک، ۱۳۹۴) - و کلاهبرداری و اخاذی از آنان در پی دارد و چالش بزرگی برای جامعه محسوب می شود.

از طرفی، به اعتقاد جونز^۱ (۱۹۸۴) شیوه های نوظهور هنجارگریزی اجتماعی که ناشی از ماهیت همواره در حال تغییر و دائماً در حال توسعه کنش انسان می باشد، بر روی آینده جهانی وی تاثیر می گذارد و موضوعات اخلاقی نوینی را پیش می کشد. از این رو، تاملی دیگر بر روی اصول اخلاقی مورد نیاز است. جامعه شناسان از مدت ها پیش اعتقاد داشتند که باورهای اخلاقی، اثر نیرومندی بر روی رفتار انسان دارند، با این حال تنها در سال های اخیر است که اخلاق به عنوان یک متغیر علی اصلی در نظریات هنجارگریزی مطرح شده است (ویکستروم و تریبر، ۲۰۰۷:۲۳۸).

در منابع داخلی و خارجی تقریباً هیچ پژوهشی در مورد رابطه میان اخلاق و هنجارگریزی مدلینگ در ایران انجام نشده است. مدلینگ نیز حوزه ای نوظهور در جامعه ایران به شمار می آید که به جز پاره ای یادداشت های ژورنالیستی، به لحاظ علمی، به خصوص با نگاه جامعه شناختی چندان مورد توجه قرار نگرفته است؛ اما پیرامون اخلاق، تحقیقات متعددی در رشته های مختلف انجام شده که در ادامه به چند نمونه از آنها اشاره خواهد شد:

کچوئیان و عیوضی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "نظام اخلاقی نخبگان علمی و عوامل جامعه شناختی موثر بر آن" ضمن بررسی توزیع نظام های اخلاقی قدسی و دنیوی در میان نخبگان علمی کشور، آن را بیانگر نقش علم تجربی در بازتولید جهان های دینی و دنیوی دانسته اند. به اعتقاد آنان نخبگان علمی، بیشتر در میانه طیف نظام های اخلاقی قدسی - دنیوی قرار می گیرند و پایبندی عملی آنان به ارزش های اخلاقی، پایین ارزیابی می شود و متغیرهایی چون تعلق خانوادگی و جهان شناسی دینی همراه آن در اجتماعی شدن اولیه و تعلق صنفی - تخصصی و جهان شناسی علمی همراه آن در اجتماعی شدن ثانویه، نظام اخلاقی آنها را توضیح می دهد.

در پژوهشی دیگر با عنوان "اخلاق و روابط اجتماعی" که توسط چلبی و ملکی (۱۳۷۱) انجام شده است، اخلاق مجموعه ای از عناصر در ارتباط با یکدیگر تعریف شده که روابط اجتماعی انسان ها را در جامعه تنظیم

¹ Jones

می‌کند. آنها حق و تکلیف را از مهم‌ترین عناصر یک نظام اخلاقی می‌دانند که تشخیص و رعایت حقوق دیگران و احساس تکلیف در موقعیت‌ها سبب می‌شود که نظام اخلاقی و نظم اجتماعی پایدار بماند. به اعتقاد چلبی و ملک، معیارهای ارزشگذاری قابلیت تغییر دارند. تغییر معیارها سبب می‌شود که فضائل و رذائل در ارزشگذاری‌های مجدد، رتبه‌های قبلی را در نزد افراد به دست نیاورند و در نتیجه گرایش به آنها نیز تغییر کند. در شرایطی که تغییر معیارها مداوم و مستمر باشد، نوعی بی‌ثباتی در تضمین‌های اجتماعی بوجود می‌آید که سبب کاهش اعتماد اجتماعی می‌گردد. در چنین حالتی اعضای جامعه آمادگی دارند که نظام اخلاقی را فاقد کارایی تصور کنند و آمیدی به نظم بخشی آن نداشته باشند. در این وضعیت است که پایه‌های نظام اخلاقی سست می‌شود و در نظر افراد مشروعیتش را از دست می‌دهد.

بررسی انجام شده در ایران (محسنی، ۱۳۷۹ الف: ۸ - ۲۸۴) گویای این واقعیت است که کسانی که مردم ایران را کمتر پایبند اخلاق می‌دانند، عبارت‌اند از: جوانان، باسوادترها، افراد وابسته به طبقات بالاتر جامعه و کسانی که در خانوار آنها سطح درآمد بالاتر است. نهایت این‌که در اغلب موارد وقتی موقعیت‌ها ارتقا می‌یابد، افراد پیوستگی ضعیف‌تری را با اخلاق اعلام می‌کنند. از سوی دیگر، جنسیت افراد (به رغم پاره‌ای تفاوت‌ها) ارتباط معنا داری را با عقیده آنان در این مورد نشان نمی‌دهد و رابطه وضع تأهل نیز هر چند که معنا دار است، اما چندان قوی نیست. عواملی که در مراتب اول از پیوند قرار می‌گیرند به ترتیب عبارت‌اند از: میزان سواد، طبقه اجتماعی، درآمد (سه عامل مرتبط با هم) و در نهایت گروه‌های سنی - هر چند این عوامل، فاصله بسیار زیادی را هم با یکدیگر نشان نمی‌دهند.

بررسی دیگری که در تهران (۱۳۷۵) در زمینه ارزش‌های اخلاقی دانش‌آموزان مدارس (دبیرستان) انجام شد نشان داد که در میان دختران ارزش‌های اخلاقی "صداقت" بالاترین و "خیرخواهی" پایین‌ترین میزان فراوانی را دارند. پسران بالاترین اهمیت را به مؤمن و نمازخوان بودن داده بودند و در مقابل ارزش اخلاقی "عزت نفس" برای آنان اهمیت کمتری داشته است. بر اساس این بررسی، در حالی که تفاوتی میان نگرش‌های دختران و پسران به ارزش‌های اخلاقی در شمال و مرکز تهران مشاهده نشده است، اما میان شمال و جنوب و نیز مرکز و جنوب تهران تفاوت معنا داری مشهود است (حمزه بیگی، ۱۳۷۵).

تقریباً تمامی پژوهش‌های انجام شده در این حوزه در دل خود نوعی قضاوت ارزشی مثبت در مورد مفهوم اخلاق، امر اخلاقی و انسان اخلاقی دارند. از این رو، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود تا ضمن ارائه یک

تقسیم بندی دوگانه از اخلاق که جلوتر به تفصیل مورد بحث قرار خواهد گرفت، نوعی طبقه بندی از مفهوم اخلاق به عنوان دستمایه کار قرار گیرد که قابلیت تیپ سازی یا سنخ شناسی را داشته باشد و گونه های اخلاقی افراد و گروه های اجتماعی فارغ از هرگونه ارزش گذاری مثبت یا منفی استخراج شوند. گفتنی است که برقراری ارتباط میان اخلاق و کنش هایی که افراد و گروه های اجتماعی انجام می دهند مسئله مهمی است که تحقیق حاضر تلاش می کند تا در حد ظرفیت های خود به واکاوی این ارتباط میان کنشگران حوزه مدلینگ - که عموماً دختران جوان هستند - و گونه ها و سنخ های اخلاقی که از آن تبعیت می کنند، پردازد. به عبارت دیگر، در پی آنیم تا بدانیم:

۱. افراد از چه سنخ های اخلاقی به کنش مدلینگ گرایش پیدا می کنند؟

۲. چه بسترهای اجتماعی موجب شکل گیری این گونه های اخلاقی شده است؟

ملاحظات و مفاهیم حساس نظری

یکی از وجوه تمایز تحقیقات کمی و کیفی در شیوه بکارگیری و استفاده آنها از مفاهیم نظری است؛ بدین معنا که تحقیقات کمی بیشتر بر پایه آزمون فرضیات مستخرج شده از چارچوب نظری هدایت می شوند، اما در جنبش روش شناختی کیفی، توجه به نظریات به مثابه سکوی پرتاب تحقیق کاری عبث و بی معناست. با این حال ذکر این نکته ضروری است که کار کیفی در خلاء نظری صورت نمی پذیرد و به بیان صادقی و میرحسینی (۱۳۹۳) در تمام مراحل تحقیق، از جمع آوری داده ها تا زمان تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافته های تحقیق و در نهایت ارائه گزارش، تحت تأثیر مفاهیم موجود و حساس بوده و در واقع، به نظریات و تئوری های مختلف حوزه های مربوطه، ارجاع و استناد می نماید.

استراوس و کوربین (۱۳۸۵) نیز معتقدند تحقیقات کیفی، پژوهش هایی اکتشافی هستند. بنابراین محقق از همه مقولات مناسب و مربوط به نظریه اش آگاهی قبلی نخواهد داشت و عموماً بعد از اینکه مقوله ای آشکار شد ممکن است بخواهد به متون تخصصی مراجعه نماید و ببیند آیا این مقوله در آنجا یافت می شود یا نه و اگر وجود دارد، سایر محققان درباره اش چه نظری دارند.

در پژوهش حاضر نیز برخی نظریات و مفاهیم نظری قابلیت ارجاع و استناد دارند که در ادامه، به آنها پرداخته می شود:

لذت‌گرایی، یکی از نظریاتی است که می‌توان در این پژوهش به آن استناد نمود. این نظریه از زیرمجموعه‌های نظریه خویش‌کامی^۱ می‌باشد. جرمی بنتام^۲ (۱۹۷۰) مشهورترین مدافع لذت‌گرایی بوده است. وی معتقد است لذت چیزی است که برای انسان‌ها خوب است و الم چیزی است که برای انسان‌ها بد است. بنتام در "مقدمه‌ای بر اصول اخلاق و قانون‌گذاری" می‌گوید که لذات، احساسات همگون‌اند. اینکه زندگی آدمی چگونه به خوبی سر می‌شود، به کمیت لذت بستگی دارد- لذت هرچه بیشتر، بهتر.

یک اشکال اساسی بر این دیدگاه آن است که احساس مشخصی به عنوان فصل مشترک، در میان تجاربی که انسان‌ها، آنها را لذت بخش می‌یابند وجود ندارد. برای مثال، ال. دابلیو سامر^۳ (۱۹۸۶) از ما می‌خواهد که تفاوت میان لذت قدم زدن در میان جنگل و لذت تمام کردن یک کار دشوار را تصور کنیم. هر دو لذت‌اند، ولی هیچ احساس مشخصی به عنوان فصل مشترک میان آنها وجود ندارد.

لذت‌گرایی در تقریر هنری سیجویک^۴، یعنی "لذت‌گرایی ترجیح‌محور"^۵ در معرض این اشکال قرار نمی‌گیرد. سیجویک در کتاب روش‌های اخلاق معتقد است که "ظاهراً تنها فصل مشترک در میان لذات، ارتباط با تمایل و اراده است و این ارتباط از طریق اصطلاح کلی "مطلوب" بیان می‌شود (۱۹۰۷:۱۲۷). سیجویک می‌گوید که احکام آن فرد که احساسات نسبت به وی مطلوب است، باید احکام نهایی تلقی شوند. بنابراین بر طبق این دیدگاه، لذات آن احوال نفسانی‌اند که مطلوب فرد هستند. برخی گفته‌اند که در این تعریف، توسعه‌ای در معنای لذت ایجاد می‌شود تا بتوان همه آن احوال نفسانی را که مورد تمایل ماست، به نام لذت، موسوم ساخت. یک مثال آن جیمز گریفین^۶ (۱۹۸۶) است که استناد می‌کند به فروید که تمایل داشت در واپسین روزهای زندگی اش از آگاهی نفسانی، ولی در حالت درد هولناک برخوردار باشد، به جای اینکه از مخدرها برای تسکین درد سرطان خویش استفاده کند. یک نقطه قوت لذت‌گرایی ترجیح‌محور، این است که در تعیین اینکه کدام تجارب زندگی فرد را بهتر می‌سازد، احترام مرجعیت خود وی را نگه می‌دارد.

¹ self- interest

² Bentham

³ L. W. Sumner

⁴ Sidgwick

⁵ Preference hedonism

⁶ James Griffin

بارت^۱ نیز از صاحب‌نظران مطرحی است که در زمینه لذت به بحث پرداخته و تمایز محسوسی را میان لذت‌های جسمی و لذائد روحانی قائل شده است. لذت جسمی که به سرخوشی، از خودفراموشی، لذت جنسی یا شور و هیجان نیز ترجمه شده است، لذت بردن از بدن است و هنگامی رخ می‌دهد که فرد قواعد طبیعت را به نفع فرهنگ می‌شکند (فیسک^۲، ۱۹۹۸: ۵۱). اما تفکر باخترین که در مقایسه با تفکر بارت اجتماعی تر است، جسم را امری طبیعی و از پیش حاضر نمی‌داند، بلکه به اعتقاد وی، جسم نیازمند نگاه دیگران است. از نظر او جسم را نمی‌توان واحدی خودکفا دانست، زیرا نیازمند غیر، تصدیق او و فعالیت شکل دهنده وی است (تودوروف^۳، ۱۳۷۷: ۱۸۲).

ترنر نیز معتقد است که دنیای مدرن با تأکید بر مصرف‌گرایی موجب توجه بیشتر به لذت و خوشی و در نتیجه، دگرگونی در ادراک از بدن شده است (ترنر^۴، ۱۹۹۶). به طور کلی، نظریات حوزه مدیریت بدن و بحث‌های زیبای مرلوپونتی (۱۹۶۲) در "پدیدارشناسی احساس" که تمام احساسات بشری را جسم‌مند می‌داند (نتلتون و واتسون، ۱۹۹۸: ۹) می‌تواند از دیگر نظریات قابل ارجاع در این پژوهش باشد.

پیامدگرایی^۵ نامی برای یک نظریه اخلاقی یا برای طبقه‌ای از نظریات اخلاقی که اعمال را بر مبنای ارزش پیامدهای اعمال ارزیابی می‌کنند، می‌باشد. این واژه را الیزابت آنسکوم^۶ (۱۹۵۸) مصطلح ساخت. وی معتقد است که تفاوت اندکی میان نظریات اکیداً پیامدگرایانه و دیگر نظریات اخلاقی از سیجویک به این طرف، وجود دارد که به موجب این تفاوت جوازی فراهم می‌شود برای اینکه اعمال ممنوع، تحت الشعاع ملاحظات پیامدگرایانه قرار گیرند. دیدگاه‌های پیامد‌گرا به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند: پیامدگرایی عمل‌محور یا کنش‌نگر، پیامدگرایی قاعده‌محور و پیامدگرایی انگیزه‌محور. بر اساس دیدگاه پیامدگرایی کنش‌نگر، درست و نادرست بودن یک کنش بر مبنای پیامدها و نتایج هر کنش جزئی مورد به مورد تعیین می‌شود. اما پیامدگرایی قاعده‌محور، کنشی را صحیح می‌داند که با قواعد اجتماعی بهینه مطابق باشد. منظور قواعدی است که رویه کلی آن نتایج خوبی (نتایجی بهتر از هر قاعده جایگزین ممکن) در پی خواهد داشت و در نهایت پیامدگرایی

¹ Bart

² Fisk

³ Todorov

⁴ Turner

⁵ Consequentialism

⁶ Anscombe

انگیزه محور است که کنش‌ها را اگر ناشی از انگیزه‌ای باشند که عموماً پیامدهای خوب دارد، کنش‌های درست می‌داند و در غیر اینصورت، کنش‌های نادرست.

نظریه دیگری که در این مقاله قابل ارجاع می‌باشد، نظریه از خودبیگانگی است که به معنی از هم گسیختگی پیوند فرد با دیگران می‌باشد و نیز مترادف است با بی‌زاری در احساس و دورافتادگی یا جدایی فرد از دیگر افراد، از کار، یا از خدا(بودون^۱، ۱۹۸۱: ۳۰).

جامعه‌شناسان، از خودبیگانگی را شامل همه مظاهری می‌دانند که جامعه صنعتی کنونی بر انسان تحمیل کرده و شخصیت فردی او را از وی گرفته است.

فرد از خود بیگانه دارای نوعی احساس پوچی و بیهودگی است. به عبارتی، در باورها و عقاید خود دچار ابهام شده و نمی‌داند به چه چیز می‌باید اعتقاد داشته باشد. چنین فردی انتظار چندانی از رضایت بخش بودن پیش‌بینی‌های رفتاری خود در آینده ندارد.

از دیگر احساساتی که فرد از خودبیگانه تجربه می‌کند، انزواگزینی و جامعه‌گریزی است. در چنین حالتی فرد احساس می‌کند با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه بیگانه شده است؛ یعنی، شخص احساس تفرد می‌نماید و می‌خواهد از دیگران کناره‌گیری کند. فردی که از جامعه می‌گریزد، بدین معناست که اعتقادی به شیوه‌های کارکردی جامعه ندارد و چون نمی‌تواند این روابط و هدف‌ها را نفی کند، با گوشه‌نشینی و جامعه‌گریزی، خود را از گزند دیگران به حاشیه می‌کشاند و کناره‌گیری اختیار می‌کند. احساس بی‌قدرتی و ناتوانی نیز از دیگر احساسات درونی فرد از خودبیگانه است. در این حالت فرد، خود را ناتوان از تحت‌تأثیر قرار دادن محیط اجتماعی خود می‌داند(شیخاوندی، ۱۳۷۳: ۱۲۲).

تنقیح مفهومی اخلاق

در علوم اجتماعی، دو رویکرد متفاوت به مفهوم اخلاق وجود دارد. بر اساس نخستین معنا امر اخلاقی، امری است که با استانداردهای عام و جهانشمولی که در مورد درستی و نادرستی مباحث مرتبط با حوزه عدالت، انصاف، بی‌طرفی، آزار و اذیت و آسیب رساندن به دیگران وجود دارد، انطباق و سازگاری داشته باشد(توریل^۲، ۲۰۰۲). از این منظر، انسان‌های اخلاقی (یا کنش‌های اجتماعی اخلاقی) رویه‌ای عادلانه و

^۱ Boudon

^۲ Turiel

منصفانه دارند و از آسیب رساندن به دیگران اجتناب می ورزند و حتی ممکن است فعالانه و به طرز کارآمدی رفاه و آسایش دیگران را نیز ارتقا بخشند. در اینجا صفت "اخلاقی" مترادف است با خوب، دوستدار اجتماع، یا حتی دگرخواه و مخالف آن صفت "بی اخلاق یا ضد اخلاقی" است. وقتی که کلمه اخلاقی در این معنا مورد استفاده قرار می گیرد، ما یک تعریف قیاسی از اخلاق را بر می گزینیم و سپس افراد، گروه ها و سازمان های اجتماعی را در امتداد این بعد که چقدر اخلاقی هستند، منظم و صف بندی می کنیم (استیتمس و کارتر^۲، ۲۰۱۲؛ سایر^۳، ۲۰۱۱؛ کهلبرگ^۴، ۱۹۸۱). در حقیقت از این منظر با ایضاح مفهومی که در مورد اخلاقی بودن انجام شده است می توان مجوز اطلاق لفظ اخلاقی بر انسانی و لفظ ضد اخلاق یا بی اخلاق بر انسانی دیگر را صادر نمود. معنای دوم اخلاق، معنایی رسمی است، نه قائم به ذات (تاوری^۵، ۲۰۱۱). این معنا به برداشت های متغیر و گوناگون افراد و گروه های اجتماعی از مفاهیم خوب و بد، درست و نادرست، شایسته و ناشایست یا با ارزش و بی ارزش اشاره دارد. در اینجا اخلاق، چیزی بیش از کمک کردن یا آسیب رساندن به دیگران است. این معنا در بردارنده هر شیوه ای است که افراد یا گروه های اجتماعی درک می کنند که چه رفتاری بهتر از بقیه است، کدام اهداف با ارزش تر و شایسته ترند و افراد چه چیزی را باید باور کنند، احساس کنند و عمل نمایند (اسمیت^۶، ۲۰۰۳). به تعبیر مصباح (۱۳۶۷: ۹) نیز کلمه اخلاق در لغت به معنای یک صفت نفسانی است، یک هیئت راسخه، یک حالتی که در نفس رسوخ داشته باشد و موجب این شود که افعالی که متناسب با آن صفت هست، بدون احتیاج به تروی (فکر کردن و سنجیدن) از انسان صادر شود. هنگامی که اخلاق در این معنا مورد استفاده قرار می گیرد، مخالف اخلاق، بی اخلاقی نیست بلکه غیر اخلاقی^۷ یا به لحاظ اخلاقی بی ربط یا امر بی ارتباط با اخلاق^۸ می باشد. در معنای رسمی از کلمه اخلاق، اخلاق هر آن چیزی است که یک فرد یا گروه تعبیر می کند که باشد. از آنجایی که جامعه شناسان اصولاً به تغییرپذیری تاریخی و اجتماعی توجه دارند، لذا عموماً بر تعاریف رسمی از اخلاق تکیه و تاکید می نمایند (سیدلر^۹، ۱۹۸۶: ۲۷۶).

¹ immoral

² Stets&Carter

³ Sayer

⁴ Kohlberg

⁵ Tavory

⁶ Smith

⁷ nonmoral

⁸ morally irrelevant

⁹ Swidler

در نگاه اول به مقوله اخلاق، از آنجایی که بی اخلاقی یا ضد اخلاق را در نقطه مقابل اخلاق قرار می دهند می توان چنین نتیجه گرفت که به اخلاق همچون یک دارایی خوب، ارزشمند و مثبت نگاه می شود که بر سر خیر بودن آنها اتفاق نظر عام وجود دارد و برخی از آن برخوردار، یا بیشتر برخوردار و برخی دیگر از آن غیر برخوردار یا کمتر برخوردارند. در ضمن، در این نگاه از برخی استانداردهای عام و جهانشمول مانند عدالت، انصاف، صداقت، برابری، نوع دوستی، دگرخواهی و ... در حوزه اخلاق سخن به میان می آید که گویی اموری زمانمند و مکانمند نبوده، بلکه ریشه در فطرت بشر دارند. هریک از مفاهیم مذکور ممکن است از یک بستر اجتماعی به بستر اجتماعی دیگر یا از یک زمان به زمان دیگر تغییر یابد، ولی در خیر بودن آن همگی اتفاق نظر دارند. شاید اینجا چنین شبهه ای ایجاد شود که امر مثبت و خوب یا مترادف لغوی که برای اخلاق وجود دارد و آن خوبی^۱ و درستی^۲ می باشد نیز امری نسبی و وابسته به زمان و مکان می باشد. در پاسخ به این شبهه باید باید گفت که در این نگاه به اخلاق همان طور که پیش تر ذکر شد یکسری استانداردهای عام و جهانشمول برای اخلاق وجود دارد، نه یکسری کدهای رفتاری متناسب با فرهنگ، مذهب و یا فلسفه ای خاص. این جهانشمول بودن چیزی نمی تواند باشد به جز امری ریشه دوانده در فطرت نوع بشر که تحت تاثیر هیچ مکتب، فرهنگ و مرام خاصی نیست. پس هر آنچه که در مقابل آن قرار می گیرد می تواند نوعی بی اخلاقی یا ضد اخلاق تصور شود.

لازم به ذکر است رویکرد مورد استفاده در پژوهش حاضر، رویکرد رسمی به اخلاق می باشد که به تعبیر هیتلین و وایزی^۳ (۲۰۱۳) دارای پتانسیل شناسایی گونه های اخلاقی میان افراد و گروه های اجتماعی است.

روش شناسی پژوهش

مقاله حاضر در قالب روش کیفی به مصاحبه عمیق نیمه ساخت یافته با کنشگران فعال در حوزه مدلینگ می پردازد و از تکنیک تحلیل تماتیک یا تحلیل مضمون^۴ به منظور مقوله سازی، سنخ شناسی و تحلیل داده ها بهره می جوید.

مضمون یا تم، مبین اطلاعات مهمی درباره داده ها و سؤالات تحقیق است و تا حدی، معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه ای از داده ها را نشان می دهد (براون و کلارک^۱، ۲۰۰۶). به تعبیر بویاتزیس^۲ مضمون، الگوی

^۱ goodness

^۲ rightness

^۳ Hitlin & Vaisey

^۴ Thematic Analysis

الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد.

تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (براون و کلارک، ۲۰۰۶). در واقع، تحلیل مضمون اولین روش تحلیل کیفی است که پژوهشگران باید یاد بگیرند؛ چراکه مهارت‌های اساسی مورد نیاز برای بسیاری از تحلیل‌های کیفی را فراهم می‌آورد (هالووی و تودرس^۳، ۲۰۰۳). عامیت این روش در تحلیل‌های کیفی موجب شده است تا بویاتزیس (۱۹۹۸: ۴) آن را نه روشی خاص، بلکه ابزاری مناسب برای روش‌های مختلف معرفی می‌کند. ریان و برنارد^۴ (۲۰۰۰) نیز کدگذاری مضامین را فرایند پیش‌نیاز تحلیل‌های اصلی و رایج کیفی، معرفی می‌کنند تا روشی منحصر به فرد و خاص. اما به عقیده براون و کلارک (۲۰۰۶)، تحلیل مضمون را باید روش ویژه‌ای در نظر گرفت که یکی از مزایای آن انعطاف‌پذیری است. برین^۵ (۲۰۱۲: ۱۹۳-۱۹۷) آن را یکی از زیرمجموعه‌های انعطاف‌پذیر تحلیل‌های برنامه‌ریزی شده می‌داند که معمولاً زمانی به کار می‌آید که یا تحلیل‌های پیشینی مرتبط با موضوع وجود ندارد و یا بسیار اندک است و متعاقباً طبقات و مقولات شاخه‌های مذکور از متن استخراج می‌شوند. بنابراین، تحلیل مضمون، به چارچوبی نظری-که از قبل وجود داشته باشد- وابسته نیست و از آن می‌توان در چارچوب‌های نظری متفاوت و برای امور مختلف استفاده کرد. همچنین، تحلیل مضمون، روشی است که هم برای بیان واقعیت و هم برای تبیین آن به کار می‌رود (براون و کلارک، ۲۰۰۶). به اعتقاد براون و کلارک (۲۰۰۶) از آنجا که تحلیل مضمون، تحلیلی کیفی است، لذا پاسخ روشن و صریحی برای این مسئله وجود ندارد که مقدار داده‌های مناسب و مورد نیاز-که دلالت بر وجود مضمون یا اطلاق آن کند- چقدر است. بنابراین مضمون لزوماً به معیارهای کمی بستگی ندارد، بلکه به این بستگی دارد که چقدر به نکته مهمی در مورد سوالات تحقیق می‌پردازد.

¹ Braun & Clarke

² Boyatzis

³ Holloway & Todres

⁴ Ryan & Bernard

⁵ Brennan

گفتنی است به منظور افزایش اعتبار و روایی پژوهش از معیاری با عنوان " معیار اعتماد پذیری " استفاده شده است. اعتمادپذیری شامل چهار معیار باورپذیری، اطمینان پذیری، تأییدپذیری و انتقال پذیری است که اگرچه از هم جدا می باشند، ولی با هم مرتبط اند. در خصوص معیار باورپذیری در پژوهش حاضر، محقق نه تنها ضمن مصاحبه با اتخاذ رویکرد امیک، غوطه وری و درون نگری همدلانه به پاسخگو و خود فرصت تعامل و تفهیم کافی داد، بلکه در برخی موارد پس از انجام مصاحبه با برقراری ارتباط مجدد با سوژه ها به رفع ابهام و یا طرح پرسش های جدید مبادرت ورزید. به منظور اطمینان پذیری تحقیق نیز از روش کنترل عضو یا اعتبار پاسخگو استفاده شده است. در راستای تأییدپذیری تحقیق محقق، دائماً به سخنان پاسخگویان در هنگام ارائه تحلیل یافته ها مراجعه نموده است. در نهایت، به منظور رعایت انتقال پذیری تحقیق سعی شده تا تنوع ابعاد نمونه به لحاظ ویژگی های جمعیت شناختی مدل ها نظیر سن، طبقه، تحصیلات، نوع مدلینگ (پوشاک، آرایش، کیف و کفش، ساعت، عروس و...) در حال تکوین در نظر گرفته شود. از این رو، اگرچه این تحقیق ادعای تعمیم پذیری ندارد، ولی سعی شده تا معیارهای تأییدپذیری در تحقیقات کیفی در آن لحاظ شود.

در این تحقیق ویژگی های دختران جوان مصاحبه شونده به لحاظ سن، تحصیلات خودشان، تحصیلات والدینشان، دانشگاه محل تحصیل، وضعیت تأهل و اشتغال مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۱: توزیع فراوانی سن، تحصیلات فرد، تحصیلات والدین، دانشگاه محل تحصیل، تأهل و اشتغال

| فراوانی | | |
|---------|---------------------|-------|
| - | زیر ۱۹ سال | |
| ۱۹ | ۱۹-۲۵ سال | |
| ۱۳ | ۲۵-۲۸ سال | |
| ۵ | زیر دیپلم | |
| ۲۶ | دیپلم و لیسانس | |
| ۱ | فوق لیسانس و بالاتر | |
| ۷ | آزاد | |
| ۸ | پیام نور | دولتی |
| ۱۷ | غیر انتفاعی | |
| - | سایر | |

| | | |
|----|---------------------|-----------------------------|
| - | زیر لیسانس | تحصیلات حداقل یکی از والدین |
| ۲۶ | لیسانس و فوق لیسانس | |
| ۶ | دکتری تخصصی | |
| ۳ | متاهل | وضعیت تأهل |
| ۲۹ | مجرد | |
| ۷ | شاغل | وضعیت اشتغال |
| ۲۵ | بیکار | |

یافته های تحلیلی

در تحقیقات کیفی، جمع آوری داده ها و تحلیل آنها به صورت همزمان صورت می گیرد. بازخوانی و مرور مصاحبه ها، زمینه گمانه زنی نظری را فراهم می سازد و این امکان را به وجود می آورد تا داده ها حول محورهای خاصی به نظم کشیده شوند. در ادامه سعی می شود تا با توجه به سوالات تحقیق و محورهایی که در طول پژوهش ظاهر شدند، موضوع تحقیق توضیح داده شود. با توجه به داده های تحقیق، یافته های تحلیل شامل سه گونه یا سنخ اخلاقی از کنشگران مدلینگ می باشد: سنخ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور، سنخ اخلاقی ابزار گرایان و سنخ اخلاقی عادت گرایان از خود بیگانه.

سنخ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور

در مصاحبه های عمیقی که با دختران جوان انجام شد، عده ای از آنان با تعبیری از کنش مدلینگ یاد می کردند که آنان را بیشتر به اخلاق لذت گرایانه ترجیح محور پیوند می دهد. همانطور که پیشتر نیز اشاره شد، این تیپ اخلاقی بیانگر آن احوال نفسانی است که مطلوب فرد باشند. لذا نمی توان از برخی لذات به عنوان لذات خوب و اخلاقی و از لذاتی دیگر با تعبیر بد یا غیراخلاقی یاد کرد. علت قرار دادن این گروه در طبقه لذت گرایان ترجیح محور، اهمیت میل و اراده در انتخاب نوع لذت از سوی این اشخاص می باشد. دختران جوانی که ذیل این گونه اخلاقی طبقه بندی می شوند، با میل قلبی و انتخاب خود، مدل گری را بر دیگر کنش ها، به عنوان کنش مطلوب و تأمین کننده لذت، ترجیح می دهند. یافته ها حاکی از آن است که این تیپ اخلاقی در قالب سه رویکرد متفاوت به پدیده مدلینگ بروز و ظهور می یابد: رویکرد ابرازی، رویکرد پیامد گرای انگیزه محور و رویکرد هنر ناب. تمامی مدل هایی که ذیل این سه رویکرد طبقه بندی می شوند، به نوعی در مدلینگ به دنبال کسب لذت می باشند؛ برخی از آنان لذت را در شهرت طلبی، برخی در خاص گرایی و برخی نیز در مرئی شدن جستجو می کنند که هر سه گروه ذیل رویکرد ابرازی طبقه بندی می شوند. عده ای دیگر آگاهی بخشی به هموعان و گروهی نیز فرصت سازی برای زنان را مسیرهای مطلوب کسب لذت

می دانند. این گروه ذیل رویکرد پیامدگرایان انگیزه محور دسته بندی می شوند. گروهی نیز مدلینگ را هنری ناب می دانند که آن را در شیوه راه رفتن و یا عدم مدیریت و دستکاری بدن جستجو می کنند. در واقع، کسب لذت برای این گروه فارغ از نگاه ارزشی و هنجاری جامعه، امری مطلوب است.

۱-۱-۱ رویکردِ اِبرازی^۱

مصاحبه ها نشان داد که برخی از دختران جوانی که ذیل تیپ اخلاقی لذت گرای ترجیح محور طبقه بندی می شوند، رویکردی اِبرازی به پدیده مدلینگ دارند؛ یعنی اِبراز وجود، هدف عمده و لذت مطلوب این گروه از دختران می باشد، اما این اِبراز وجود را از مسیرهایی متفاوت و در قالب بستر های اجتماعی گوناگون دنبال می کنند که در ادامه بدانها پرداخته می شود:

۱-۱-۱ شهرت طلبی^۲

برخی از دختران فعال در حوزه مدلینگ، لذت را در کسب شهرت جستجو می کنند. این عده به سینما و بازیگری بشدت علاقمند بوده اند، اما به دلیل ممانعت خانواده مدلینگ را انتخاب نموده اند. آنها پس از فعالیت در این حوزه، مدلینگ را در مقایسه با سینما مسیری سریع تر و سهل الوصول تر به سوی کسب شهرت یافتند؛ چراکه به اعتقاد آنها در جامعه امروز ما، تعداد کاربران اینترنت و مدت زمان حضور افراد در فضای مجازی بسیار بیشتر از طرفداران فیلم و سینما و حضور آنها در پای تلویزیون یا سالن های سینماست. لذا امکان مشهور شدن برایشان بیشتر است.

آیناز، ۲۴ ساله، مجرد، دیپلم معماری (مدارس فنی و حرفه ای)، رتبه اول در میان داف های فیس بوکی سال ۹۱ کشور، پدر پزشک متخصص پوست و مادر پزشک عمومی:

"... من هیچوقت درسو دوست نداشتم. یعنی برخلاف بقیه خواهر برادران من اصلاً درسو دوست نداشتم. عوضش بازیگری رو خیلی دوست داشتم. یه بازیگریه جا میره همه می شناسنش. دلم می خواست مثلاً تو یه جمع می رم بگن آیناز متولی؟ بگم آآره ه ه. من هر رستورانی که می رفتم، شبش تو اینستاگرام بهم مسیج می دادن. می گفتن خانم متولی شما فلان جا بودی؟ خیلی می چسبید. یعنی کلاً چیزی که بخوام معروف بشم، منو بشناسن رو خیلی دوست داشتم. ولی خوب بابام هیچوقت اجازه نمی داد من رشته بازیگری برم. می گفت محیط خوبی نیست. منم نرفتم دیگه. ولی خوب همیشه دوست داشتم معروف باشم. یعنی مثلاً اسمم رو میارن بشناسنم. بخاطر همین مدلینگ هم خوب بود. یعنی یه شغل خیلی با کلاسی بود تو دوستا و اینا، سرعت مشهور شدن آدم هم خیلی بیشتره، یه عکس میداری، ۲ ساعت بعد ۱۰۰۰ نفر فالوش کردن..."

¹ Expressive

² Fame-seeking

۱-۱-۲ خاص گرایی

یافته های تحقیق بیانگر آن است که برخی از این دختران جوان از خاص بودن لذت می برند و دوست دارند به این طریق ابراز وجود کنند. خاص بودن از نظر آنها الزاماً به معنای مشهور بودن نیست. آنها خاص بودن را حتی در تنهایی خود نیز بر می گزینند. این گروه معمولاً پوشش ها و یا ژست هایی را برای گرفتن عکس و قرار دادن آن در فضای مجازی انتخاب می کنند که به تعبیر خودشان خاص و متفاوت باشند.

ملیکا، ۱۹ ساله، مجرد، دانشجوی کاردانی معماری دانشگاه غیر انتفاعی، پدر و مادر متارکه نموده، پدر صاحب بنگاه معاملات ملکی، همچنین صاحب زمین ها و املاک بسیار و مادر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد حقوق: " ... تو اوج خستگی باشم، مثلاً از دانشگاه اومده باشم، دوستانم بگن بیا بریم بیرون قبول نمی کنم، ولی اگه بگن بیا بریم پاساژ لباس ببینیم می رم. لباس خیلی دوس دارم. مخصوصاً لباسای عجیب غریب. عاشق اینم که یه جا می رم لباسام با همه فرق بکنه. حتی وقتی تو خونه هستم هم یه چیزایی می پوشم که خیلیا نمی پوشن. تو عکس گرفتم همینم. بیشتر دوس دارم یه عکسای خاص بگیرم. اگه برید تو پیجم می بینید. مثلاً یه جا موهامو شکل عینک درست کردم دور چشمم گذاشتم عکس گرفتم. یا تو یه عکس دیگه موهامو عین طناب دار درست کردم دور گردنم یه جوری پیچیدم، انگار ازش آویزونم. تو ایران کم ازین ژستا دیدم. پیج همه مدلا رو می بینم. اینجوری ندیدم تا حالا.

۱-۱-۳ مرئی شدن^۱

این افراد نوعی فاصله میان بدن واقعی و بدن مجازی خود قائل هستند. از این رو، برهنگی در فضای مجازی را به دلیل غیر واقعی بودن آن و اینکه از نزدیک مورد رویت قرار نمی گیرند، مخالف با هنجارهای اجتماعی نمی دانند. تاکید آنها بر لذت بردن از فرصت جوانی و دیده شدن و لذت بردن از زیبایی بدن که به تعبیر باختین امری طبیعی و از پیش حاضر نبوده، بلکه نیازمند نگاه دیگران است، می باشد.

روشنک ۲۴ ساله، مجرد، دانشجوی مدیریت دانشگاه پیام نور، پدر صاحب یک سوپر مارکت بزرگ و مادر صاحب یک سالن آرایش بزرگ و معروف:

" ... الان که دیگه همه دخترا وقتی میان خیابون تا فرق سرشون معلومه. از پشتم که نصف موهاشونو می ریزن بیرون. خیلی هاشون اِکستنشنه ها. یعنی یه کف دست شال بیشتر روسرشون نیس. من که موهای خودمه، اکستنشن هم نیست چرا بپوشونمش؟ به این قشنگی (می خندد). تازه مردم دارن از توی گوشی و لپ تاپشون منو می بینن. چه اشکالی داره؟ یعنی این همه فیلمای خارجی که زنا حجاب ندارن پخش می شه، پس نباید

^۱ Visualising

بشه دیگه، گناهه. به نظر من کلاً هرچی زنا بیشتر خودشونو بپوشونن، مردا بیشتر حریص میشن بینشون. کشورای دیگرو ببین، هیشکی با هیشکی کار نداره، حالا ایران.... من بیشتر اوقات تو رانندگی شالم رو شونمه، وولوم پخش رو هم میدم بالا. اون دفعه ۱۲۰ تا تو هراز که می دونی چجوریه می رفتم، لایی هم می کشیدم. آدم حس پرواز بهش دست می ده. خیلیا برام دست تکون می دادن.... الان که جوونیم باید لذت ببریم دیگه..."

۱-۲ رویکرد پیامدگرایی انگیزه محور^۱

در این رویکرد، کنش ها بر اساس ارزش پیامدهایشان ارزیابی می شوند. اگر کنش ها ناشی از انگیزه ای باشند که عموماً پیامدهای خوب به دنبال داشته باشد- کنش درست و در غیر اینصورت کنش نادرست خوانده می شود. طی مصاحبه های انجام شده، برخی از دختران از وجود انگیزه های خاصی در درونشان که نتایج خوب به بار می آورند سخن می گویند. آگاهی بخشی و فرصت سازی برای زنان دو انگیزه مهم است که توسط جمعی از مصاحبه شوندگان به عنوان انگیزه کنش مطرح شده است. استقبال زنان چاق از دستور تهیه غذاهای سالم و رژیم و همچنین ورزش های مناسب برای کاهش وزن موثر و ایجاد حس اعتماد به نفس در آنها، همچنین ایجاد شغل برای زنان سرپرست خانوار از جمله پیامدهای مطلوب کنش مدلینگ است که این گروه از دختران جوان بدان اشاره داشته اند:

۱-۲-۱ آگاهی بخشی

مهرآسا، ۲۸ ساله، متاهل، فوق لیسانس شیمی از دانشگاه آزاد، مدل تبلیغ مواد غذایی سالم و رژیمی با استفاده از تصاویر برهنه و اندامی، پدر مهندس معمار، مادر دندانپزشک، همسر دانشجوی دکتری مشغول به تحصیل در آمریکا:

".... از وقتی تونستم ۴۵ کیلو وزن کم کنم همش به این فکر می کردم که چطور می تونم به خانمای مثل خودم کمک کنم. بهشون اعتماد به نفس بدم. خانوما حق دارن زیبا باشن. اندام خوبی داشته باشن. قبلاً که خودم ۱۰۰ کیلو بودم خیلی عذاب می کشیدم. به خاطر همین می خوام به بقیه آگاهی بدم که چطور غذا بخورن؟ چه ورزشایی بکنن؟ چه طور همه چیز بخورن، اما بتونن اندام خوبی داشته باشن. هیچکس باورش نمیشه من هروقت دلم بخواد کیک و شیرینی می خورم، اما چاق نمی شم. خودم می پزم. دستور تمام کیک و شیرینی ها و غذاهامو تو پیجم میذارم که بقیه هم یاد بگیرن".

۱-۲-۲ فرصت سازی برای زنان

^۱ Motive-centered consequentialism

سارا، ۲۸ ساله، دیپلم تجربی، طراح، خیاط و مدلینگ لباس، پدر فوت شده (پزشک)، مادر هیئت علمی دانشگاه: "... به نظرم خانما تو جامعه ما خیلی مظلومن. مخصوصاً آگه به نوعی شوهراشونو از دست داده باشن و مجبور باشن خودشون خرج خونواده رو بدن. اینایی که پیش من کار می کنن، بعضیاشون ۴ تا بچه دارن. خوب هر کس که توان مالی داره یا کاری از دستش بر میاد باید کمکشون کنه... با این کار حس خوبی دارم... من طراحی لباس بلدم. مجوزش رو هم گرفتم که ایشا... یه تولیدی بزنم، خانمای نیازمند بیشتری رو بیارم پیش خودم. فعلاً که گوشه خیاط خونه یه اتاقی زدیم کار می کنیم. برای تبلیغات و فروش لباس، خودم می پوشمشون و عکس می گیرم میذارم تو اینستا. همین جوری کلی مشتری از تهران و مشهد و اصفهان دارم. درآمدمون خوبه خدا را شکر. چون بیشتر کارمون دست دوزیه. من که به پولش خیلی نیاز ندارم. بیشتر می گم یه کمکی به این خانما کرده باشم. هر کس یه جوری فکر می کنه... پدرم که زنده بود می گفت زمان جنگ سه سال برای درمان مجروحای جنگی و رزمنده ها رفته بود ایلام. همش می خواست یه جوری به مردم کمک کنه. منم این کارو بلدم. به نظر شما ایرادی داره؟"

۱-۳ رویکرد هنر ناب^۱

جالب است که در میان مصاحبه شوندگان، برخی به مدلینگ به مثابه یک هنر ناب می نگرستند. این دختران جوان به دستکاری بدن اعم از انواع جراحی های زیبایی، استفاده از لنز های رنگی و حتی آرایش زیاد که در میان دیگر مدل ها امری رایج است، علاقه ای نداشته و با وجود نقائص ظاهری که در چهره شان به چشم می خورد- مانند وجود شکستگی در بینی، بزرگ بودن بینی، پلک افتاده، عدم انطباق لب و برش صورت و گونه با معیارهای خاص مدلینگ در ایران و ...- هیچ گونه دست کاری بر روی بدن خود انجام نمی دهند. آنها خود را همان گونه که هستند قبول دارند. این افراد از مدیریت بدن تنها به تناسب اندام، آن هم از طریق ورزش های هوازی و پیاده روی می پردازند.

۱-۳-۱ عدم مدیریت و دستکاری بدن

مهتاب، ۲۵ ساله دانشجوی گرافیک دانشگاه غیر انتفاعی، مجرد، مدل مو و صورت، پدر مدیر یک شرکت ساختمانی، مادر سر پرستار و مدرس دانشگاه:

^۱ Pure art

" به ابرو هام نگاه کنید چقدر پاچه بازاریه، بینی ام وقتی بچه بودم خوردم زمین شکست. اینجاش غوز داره (اشاره به بینی)، هرچی دیگران بهم میگن تو آرایشگری زشته که ابروهاتو برنمی داری، بینی تو عمل کن عکسات خیلی خوشگل تر میشه، ولی من زیر بار نمی رم. میگم زیبایی مدلینگ به اینه که خودت باشی و هنرت، نه اینکه عروسکی بشی که مردم دوست داشته باشن. ...عکسام هم بیشتر عکسای فیسم هست، مثلاً عکس موهای بافته شده ام شکل قلب. یا مثلاً عکس از نصف صورتم، به ور دیگه صورتمو به جوری نور تابونده بودم که تیره بشه. همچین چیزایی که توش فقط هنر بینی، عکاسی، آرایشگری، مدلینگ."

۱-۳-۲ کت واکینگ^۱

نازی ۲۴ ساله، مجرد، لیسانس حسابداری، شاغل رسمی مدلینگ در هندوستان و مدل افتخاری برخی فشن شوهای پوشاک زنانه در ایران:

"... ما که مدلینگ واقعی نداریم، چون نمی دارن. ولی اون کشورایی که دارن مثل هند که خودم هستم، شاید اگه به صورت فشن هاشون نگاه کنی، خیلی خوشت نیاد. بگی این دیگه چه جور آرایشیه. مثلاً به طرف صورتتو میک آپ آرتیستت آبی می کنه، ولی همون برای خودش به هنره. همون کت واکینگ شون به هنره محضه. خیلی هم سخته. این تویی که به لباس روح می دی. وقتی شکمتو میدی تو، شونه هاتو میدی عقب. روی دو تا خط موازی با عرض خیلی کم حرکت می کنی، به هیچ حرکت تماشاچی واکنش نشون نمی دی، انگار که تو خلسه ای، یعنی توی هنرت غرق شدی و داری به لباست جان میدی تا با تماشاچیا حرف بزنی. همه چیزش به کنار، کت واکینگش به کنار. هنر سخته. براش حتی مسابقه هم میدارن که کی بهتر راه میره."

۱- سنخ اخلاقی ابزارگرایان^۲

در میان دختران جوان که به مدل گری می پردازند، عده ای ذیل تیپ اخلاقی ابزارگرایان طبقه بندی می شوند. این گروه به مدلینگ تنها به عنوان ابزاری برای دست یابی به یکسری مقاصد خاص می نگرند. برخی از آنها مدلینگ را تنها ابزار رهایی از ساختار خانواده پادگانی می دانند و گروهی دیگر با توجه به ضد ارزش بودن این کنش در خانواده و جامعه، از آن به عنوان ابزاری جهت انتقام از ساختار صلب مذهبی خانواده و پدر سالاری استفاده می کنند. امر و نهی های پشت سر هم و نظارت شدید خانواده بر عملکرد این گروه، همچنین رویکرد پدر سالارانه در آموزش مستقیم ارزش های دینی و کنترل شدید و فارغ از توجه به اقتضای سنی، جهت حسن اجرای این ارزش ها موجب شکل گیری نوعی دلزدگی دینی- ارزشی در کنشگر شده است. این مسئله حس

^۱ به سان گربه گام برداشتن

^۲ Instrumentalists

انتقام را در فرد تحریک نموده و او را دقیقاً در نقطه مقابل پیشینه دینی- ارزشی خود و خانواده قرار می دهد. لازم به ذکر است این عده حتی از کنشی که انجام می دهند، احساس لذت نمی کنند و رضایت قلبی ندارند.

۱-۲ فرار از خانواده پادگانی

شیما، ۱۹ ساله، مجرد، لیسانس طراحی فرش، بیکار، پدر سرهنگ بازنشسته، مادر خانه دار، برادر بزرگتر افسر نیروی انتظامی:

"... من فقط می خوام از ایران برم، جز مدلینگ هیچ راه دیگه ای هم ندارم. یه سری برندها، مدلای خوبی از همه جای دنیا جذب می کنن. حقوق خوب هم میدن. عکسامو براشون فرستادم. قدم که خوب بلنده، چهره هم گفتن تو گروه نایس میذارن. در کل خوششون اومد. واسه همین میخوام برم. تو این مملکت همه باهات کار دارن. سر هیچکی تو لاک خودش نیست. از پدر و مادرت گرفته تا همسایه و نمی دونم همه دیگه. پدر و مادرم یه لحظه راحت نمی ذارن، اینو بخور، اونو نخور، این کارو بکن، اون کارو نکن. با این حرف بزنی، با اون حرف نزن. انگار پادگانه. هر روز ساعت ۶ بیدار باش میدن. حتی رشته تحصیلی ام رو هم پدرم و داداشم برام انتخاب کردن. میخوام برم راحت شم. واسه خودم باشم."

محبوبه، ۲۱ ساله، مجرد، دانشجوی ادبیات فارسی، پدر کارمند بانک، مادر مامور بدرقه متهمان زندان:

".... مادرم، ما بیچاره ها رو با زندانی هاش اشتباه گرفته. خونه هم میاد مثل زندان بان ها رفتار میکنه. بدون اجازه اش نفس هم نمی تونیم بکشیم. یه قوانینی میذاره که آدم اشکش در میاد. یه چند وقت رفتم پیش مادر بزرگم گرگان، ولی اونجا هم از دستش راحت نبودم. گفتم از کشور برم. دخترعموم اتریشه. مامانم روحشم خیر نداره، درخواست دادم برای یکی از آموزشگاه های مدلینگ اونجا. اگه کارمون خوب باشه، بورس هم می کنن."

۱-۲ اعتراض به ساختار صلب مذهبی

محبوبه ۲۳ ساله، دانشجوی فیزیک دانشگاه آزاد، متأهل، از خانواده ای بسیار مذهبی، حافظ ده جز از قرآن، قاری قرآن در دوران مدرسه، مادرش معلم قرآن مدرسه، پدر و همسرش (نامزد) هر دو شاغل در یکی از ارگان های دستگاه امنیتی:

"... شوهرم از نیروهای پدرم هست. به اصرار پدرم باهش ازدواج کردم. میگه دوست نداره بعد از تموم شدن درس سر کار برم، مخصوصاً اگه مردا هم باشن. میگه دلم نمی خواد زخم وسط یه گله مرد کار کنه. پدرم هم همینطوره. ولی من اصلاً طرز فکرشون رو قبول ندارم. خیلی بسته ان... از ۷ سالگی مجبور بودم چادر بذارم."

یه بار چادر سرم بود، رفت عقب چند تا خال از موهام پیدا شد، مامانم تا یه هفته باهام قهر بود. تو هیچ عروسی ای که بزن و برقص باشه نمی رفتیم. نه من و نه داداشام هیچکدوم حق گوش دادن به موسیقی های به قول خودشون غیر مجاز رو نداشتیم. ماهواره هم که نداریم. خوب یه وقتایی آدم دلش می خواد دیگه. اصلاً پیش دوستانمون خجالت می کشیدیم که هیچی نشنیده بودیم. این همه خشک بودن خوبه؟ حالم از هرچی دین | دیگه بهم میخوره. زدم به سیم آخر، مدل شدم که دق دلی همه این سال ها رو در بیارم."

۲- سنخ اخلاقی عادت گرایان از خود بیگانه

از خودبیگانگی بدین معناست که شخص احساس تفرد نماید و بخواهد از دیگران کناره گیری کند. فردی که از جامعه می گریزد، در واقع اعتقادی به شیوه های کارکردی جامعه ندارد و چون نمی تواند این روابط و هدف ها را نفی کند با گوشه نشینی و جامعه گریزی، خود را از گزند دیگران به حاشیه می کشاند و کناره گیری اختیار می کند.

دختران جوانی که در این تیپ اخلاقی طبقه بندی می شوند، بود یا نبودشان را برای دیگران با اهمیت نمی دانند و یا تمایلی به رفت و آمد و ارتباط با اقوام و آشنایان ندارند و تنهایی را ترجیح می دهند. این افراد تنها کاری را که نه از روی لذت و علاقمندی، بلکه از روی عادت و یا پر کردن وقت انجام می دهند، مدلینگ است. این گروه خودشان از خودشان عکس می گیرند. دوستانشان از آنها عکس می گیرند. به آتلیه می روند و عکس می گیرند و تمامی این عکس ها را در فضای مجازی منتشر می کنند. حتی برخی از آنها به آتلیه جهت گرفتن عکس هایشان هزینه نیز پرداخت می کنند. لازم به ذکر است که این عده به لحاظ ظاهری در مقایسه با تیپ های اخلاقی دیگر، از بهترین و زیباترین چهره ها و اندام ها برخوردارند. به گونه ای که به نظر می رسد نیاز به هیچ گونه مدیریت و دستکاری بدن، اعم از جراحی های زیبایی یا آرایش های خاص ندارند. آنها حتی برای تناسب اندام ورزش هم نمی کنند، اما از اندام زیبایی برخوردارند. بی انگیزگی و بی هدفی در آنها موج می زند و حتی علاقه ای به غذا خوردن هم ندارند. این تیپ اخلاقی در قالب دو رویکرد بروز و ظهور می یابد:

۳-۱ احساس پوچی و بیهودگی

لیلا، ۲۵ ساله، مجرد، دانشجوی مترجمی زبان انگلیسی دانشگاه آزاد، بیکار، پدر صاحب نمایشگاه سنگ های ساختمانی، مادر شاغل در محل کار پدر:

"... تا ۲ سال پیش حالم خوب بود. با اینکه رشته مو دوس نداشتم، ولی سر کلاسام می رفتم. اصلاً به عشق اون دوس پسر نامردم می رفتم دانشگاه. همکلاسی هستیم. از همون موقع که قالم گذاشت و رفت با یکی از سال

بالایی هامون، دیگه چند خط در میون کلاس می رم. برام هم اصلاً مهم نیس هی تند تند واحدامو می افتم. همین روزاس که اخراجم کنن. به جهنم..... دیگه حوصله هیچی رو ندارم. پدر و مادرمم که دو تاشون صبح میرن، شب میان. منم و گوشیم. یه لحظه از خودم جداس نمی کنم. موقع خواب هم زیر بالشتمه. بیشتر وقتا خوابم. به محض اینکه بیدار می شم، اوتومات دستم میره زیر بالشتم. بهش عادت کردم. دست خودم نیس که. میرم تو اینستا، تلگرام، این ور، اون ور. عکس می بینم، عکس می ذارم. وقتمو پر می کنم دیگه. بیشترشون سلفیه. آتلیه هم میرم، هروقت حالش باشه چند تا از لباسامو برمیدارم و میرم. حتی ناهارم درس نمی کنم واسه خودم. زنگ می زنم میارن. مامانم از بیچگی بهم اینجوری یاد داده. واسه اینکه خودشو راحت کنه. بود و نبودم که واسه هیشکی مهم نیس".

پیوند عاطفی ضعیف میان لایلا و پدر و مادرش که ناشی از مشغله زیاد و عدم حضور کمی و کیفی مثبت والدین می باشد، نوعی احساس بی اهمیت بودن در او بوجود آورده است.

۲-۳ انزوآگزینی و جامعه گریزی

بهناز، ۲۱ ساله، مجرد، پشت کنکوری، فرزند طلاق، پدر صاحب یکی از دفاتر نمایندگی بیمه، مادر وکیل دادگستری:

".... با اینکه مامانم خودش وکیل، همش دادگاه میره و کلی پرونده طلاق داره، ولی طلاق تو کل فامیل ما چیز خیلی بدیه. همه یه جوروی به آدم نگاه می کنن. به ما بچه ها که از سر دلسوزیه ولی من خوشم نیاد. ...منم زیاد تو مهمونی های فامیلی همراه مامانم و خواهرم نمی رم. می مونم خونه بیشتر. خواهرم ولی میره، چون کوچیکه. ... من همش سرم تو لاک خودمه. صبح تا شب تو اتاقم هستم. خیلی کم بیرون میام. حوصله درس خوندن که ندارم. آهنگ گوش می دم. بیشتر با گوشی و لپ تاپم سرگرمم. تنها جایی که میرم آتلیه هست اونم برای عکس گرفته. یه جورایی عادت کردم به این کار...حتی پولم نمی گیرم که بگم واسه پولشه، تازه یه وقتی که میخوام عکسامو برام رو شاسی بزنه، اگه قطعش بزرگ باشه پول هم باید بدم."

در حقیقت بهناز اعتقادی به کارکرد مثبت دلسوزی های اقوام و آشنایان و نگاه جامعه نسبت به شرایطی که در آن قرار گرفته، ندارد و احساس تفرد می کند؛ اما از آنجایی که توانایی لازم را برای نفی این روابط در خود نمی یابد، لاجرم برای مصون ماندن از گزند دیگران، انزوا و گوشه نشینی را برمی گزیند. وی از فضای واقعی گریخته و به فضای مجازی که عاری از نگاه مستقیم جامعه است، پناه برده است. این دختر جوان برای پر

نمودن اوقات تنهایی خود به مدلینگ روی می آورد که تکرار زیاد، آن را به امری عادت گون در وی بدل ساخته است.

بحث و نتیجه گیری

در تحقیق حاضر با ۳۲ نفر از دختران جوان فعال در حوزه مدلینگ که در بازه سنی ۱۹ تا ۲۸ سال قرار دارند، مصاحبه های عمیق انجام شده است. از اطلاعات زمینه ای مصاحبه شوندگان می توان به تعلق آنها به طبقه اجتماعی متوسط به بالا، عدم اشاره به مدلینگ به عنوان منبع درآمد برغم بیکاری (به جز یک مورد که در خارج از کشور به صورت حرفه ای به شغل مدلینگ مشغول است)، برخوردار از والدینی با سطح تحصیلات نسبتاً خوب و حتی تکمیلی و تخصصی دانشگاهی، موفقیت تحصیلی بسیار پایین و بی علاقه‌گی به تحصیل، اشاره نمود. نتایج تحقیق حاکی از آن است که می توان مصاحبه شوندگان را در قالب سه گونه یا سنخ اخلاقی متفاوت طبقه بندی نمود: سنخ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور، ابزار گرایان و عادت گرایان از خود بیگانه. سنخ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور با سه رویکرد متفاوت - ابرازی، پیامد گرای انگیزه محور و هنر ناب - بروز و ظهور می یابد. تمامی مدل هایی که ذیل این سه رویکرد طبقه بندی می شوند، فارغ از نگاه ارزشی و هنجاری جامعه به نوعی در مدلینگ به دنبال کسب لذت به مثابه امری مطلوب هستند. در رویکرد ابرازی، مدلینگ امکان ابراز وجود را برای کنشگران فراهم می آورد. دیده نشدن در فضای خانواده، تمایل به دیده شدن در فضای مجازی و محیط بیرون از خانه را برای این گروه ایجاد می کند. در مورد همه این دختران که در خانواده هایی با سطح رفاه نسبتاً خوب نیز زندگی می کنند، ازهم گسیختگی خانوادگی مانند متراکه والدین یا مشغله زیاد والدین و عدم اختصاص زمان کافی برای نظارت و رسیدگی به فرزندان، نوعی حس دیده نشدن و نیاز به ابراز وجود در فرزندان ایجاد می کند. دیده نشدن و مهیا نبودن مسیرهای مشروع ابراز وجود، راه را برای هنجارشکنی از نوع مدلینگ در کنشگران باز می کند. در گروهی که به دنبال شهرت هستند، نیاز به ابراز وجود با علاقمند شدن به سینما، بازیگری و ستاره شدن، خود را نشان می دهد، اما به دلیل عدم توجه خانواده به علاقه و توانمندی تحصیلی فرزندان و ممانعت از ورود به سینما، مدلینگ را مناسب ترین گزینه برای دیده شدن و مشهور شدن می یابند. در مورد دخترانی که به دنبال خاص گرایی هستند، میل به دیده شدن با انجام آرایش های خاص، گرفتن عکس هایی با ژست های خاص در آتلیه و خریدهای غیر ضروری پوشاک خاص و متفاوت که از آنها مشتریانی تفریحی^۱ (بلنجر و همکارانش، ۱۹۷۷) می سازد، خود را نشان می دهد. به تعبیر بوردیو، آنها با این کار به دنبال ایجاد تمایز میان خود و دیگران هستند.

منظور افرادی است که بدون ضرورت به خرید می روند و هدفشان از خرید، کسب لذت و رضایت از عمل خرید است: Recreational¹

مرئی شدن یکی دیگر از مسیرهای ابراز وجود است که تیپ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور آن را دنبال می کنند. این گروه بشدت نیازمند نگاه دیگران و دیده شدن هستند؛ به گونه ای که برای کسب لذت از این نوع، اقدام به هنجارگریزی هایی مانند حرکات نمایشی در خیابان، برهنگی در فضای مجازی، بر داشتن حجاب در خودرو شخصی و... می نمایند. لازم به ذکر است این عده قائل به وجود فاصله میان بدن حقیقی و مجازی خود بوده و با این استدلال، دیده شدن عکس برهنه خود را در فضای مجازی بلا مانع می دانند.

رویکرد دیگری که ذیل تیپ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور طبقه بندی می شود، رویکرد پیامد گرایی انگیزه محور است. دختران جوانی که ذیل این رویکرد قرار می گیرند، از دو انگیزه مهم آگاهی بخشی و فرصت سازی برای زنان سخن می گویند که پیامد های مطلوب کنش مدلینگ از نظر آنان هستند. برخلاف رویکرد ابرازی، مصاحبه شوندگان از عدم توجه والدین و دیده نشدن در خانواده شکایت ندارند. این افراد در بستر خانوادگی ای پرورش یافته اند که دگرخواهی و کمک به همنوع، یک فضیلت اخلاقی به شمار می آید، اما ضعف این گروه در برخی از ابعاد دین داری مانند بعد اعتقادی (باورهایی که انتظار می رود مومنان به آنها اعتقاد داشته باشند مانند خدا، پیامبر، محرمات و ...) و بعد مناسکی (شامل اعمال دینی مشخصی مانند عبادت، نماز و روزه که انتظار می رود پیروان یک دین آنها را به جای آورند) موجب عدم هدایت اخلاق دگرخواهانه و نوع دوستانه در مسیر دینی می شود. آنها از میان حلال و حرام های دینی بر رعایت حقوق دیگران، رساندن نفع به آنها و بی تفاوت نبودن نسبت به همنوع تأکید دارند و مقوله حجاب و عدم رعایت آن از نظر آنها امری حرام و مخالف دین نیست. لذا در مورد این گروه، الزاماً اخلاق با دین گره نمی خورد و آنها برای آگاهی بخشی و کمک به همنوع از پوشش نامناسب و برهنگی در فضای مجازی ابائی ندارند.

سومین رویکرد از تیپ اخلاقی لذت گرایان ترجیح محور، رویکرد هنر ناب می باشد. این گروه به مدلینگ به مثابه یک هنر ناب می نگرند. اغلب افرادی که ذیل این رویکرد طبقه بندی می شوند، در یکی از رشته های هنر، گرافیک یا معماری تحصیل کرده اند. علاقه به هنرهای تجسمی و آرایشگری در این گروه مشهود است. گروهی که ذیل رویکرد عدم مدیریت و دستکاری بدن طبقه بندی می شوند، از مدلینگ بیشتر بر روی تناسب اندام، ژست ایستادن (اعم از اسپرت، عروس، شب و و آرایش متناسب با هر نوع لباس تأکید دارند. این گروه از دختران اغلب خود، آرایشگر خود هستند تا هنر آرایش خود را به تصویر بکشند. همانطور که یک هنرمند نقاش، تمام خلاقیت و ذوق هنری خود را بر روی یک بوم سفید به تصویر می کشد، این تیپ اخلاقی نیز به بدنشان همچون یک بوم نقاشی برای نمایش هنر و استعداد خود می نگرند. از این تیپ اخلاقی، گروهی که در قالب رویکرد کت واکینگ طبقه بندی می شوند، برخلاف دیگر مدل ها بیشتر از آنکه در فضاهای مجازی و یا آتلیه های عکاسی فعال باشند، در فشن شوهای غیر مجاز زیرزمینی و خانگی به کار مدلینگ می پردازند. اغلب

دختران طبقه بندی شده ذیل دو رویکرد مذکور، با وجود نقائص ظاهری در چهره چندان تمایلی به جراحی های زیبایی ندارند. آنها به مدلینگ به مثابه یک هنر می نگرند و خود را یک هنرمند می دانند که هنرشان نیاز به دیده شدن دارد، نه خودشان. بنابراین طبق یافته های پژوهش، الزاماً برخورداری از چهره زیبا شرط ورود و فعالیت در حوزه مدلینگ نمی باشد.

براساس یافته های تحقیق، دومین گونه اخلاقی مدل های جوان، گونه اخلاقی ابزارگرایان است. این گروه از دختران در خانواده هایی با ساختار نظارتی شدید- اعم از نظارت شدید بر رفت و آمد و نشست و برخاست کنشگر و نیز نظارت شدید بر رعایت شئون مذهبی به گونه ای که منجر به نوعی دلزدگی دینی شده است- زندگی می کنند. پدر سالاری نیز یکی دیگر از وجوه ساختاری چنین خانواده هایی است. لازم به ذکر است اغلب این گروه در خانواده هایی زندگی می کنند که حداقل یکی از والدین در سیستم نظامی- امنیتی شاغل است؛ به گونه ای که نظامی گری تا حدود زیادی به درون خانه و ارتباط با فرزندان کشیده شده است. این عده از روابط سرد عاطفی با والدین خود شکایت دارند و به مدلینگ به عنوان ابزاری برای رهایی یا اعتراض نسبت به چنین ساختارهایی می نگرند. ابزارگرایان برخلاف لذت گرایان ترجیح محور، نه تنها به مدلینگ به عنوان یک کنش لذت بخش نمی نگرند، بلکه حتی در مواردی از انجام آن اکراه دارند. معمولاً افرادی که در این سنخ اخلاقی قرار می گیرند، از زیبایی چهره و اندام ذاتی برخوردارند و نیازی به جراحی های زیبایی ندارند. قابل ذکر است که ساختار خانوادگی این عده نیز به گونه ای است که معمولاً اجازه چنین دستکاری هایی بر روی بدن خود به آنها داده نمی شود. در این گروه نیز همچون گروه های پیشین، پیوندهای افتراقی و نقش دوستان و گروه های همالان در گرایش به سوی مدلینگ بسیار پررنگ است. این گروه بر خلاف گروه های پیشین نه تنها مشکل دیده شدن ندارند، بلکه مشکل آنها زندگی زیر ذره بین نظارت شدید و ساختار پدر سالارانه خانواده است. لذا آن گروه از دختران که ذیل رویکرد فرار از خانواده پادگانی طبقه بندی می شوند، در واقع به دنبال پذیرش سازمانی از بدن خود در مدلینگ می باشند. در گروه دیگر که رویکرد اعتراضی به ساختار صلب مذهبی خانواده دارند، شاهد نوعی دین گریزی در اعضا هستیم. آنها دین را مسبب سلب آزادی از خود می دانند. علیرغم تعلق این گروه به خانواده های به شدت مذهبی، مدارک و مستندات حاکی از آن است که برهنه ترین و مستهجن ترین عکس ها مربوط به این افراد می باشد. در حقیقت، دین گرایی پدرسالارانه و دیکتاتورمآبانه موجب شکل گیری نوعی دین گریزی اعتراض گونه در این گروه شده است.

در برخی از خانواده ها نیز سردی روابط عاطفی میان والدین و پدیده طلاق، همچنین سردی روابط عاطفی میان والدین و فرزندان موجب شکل گیری نوعی گسیختگی خانوادگی شده است. از بین رفتن روابط همگن درون خانوادگی، فرآیند شکل گیری هویت را در فرزندان دچار اختلال نموده و با ایجاد نوعی احساس از خود

بیگانگی، انزوای اجتماعی، جامعه‌گریزی، پوچی و بیهودگی، دختران جوان را به نوعی مدلینگ عادت‌گون کشانده است. قابل ذکر است، اگرچه این گروه از روی عادت به کنش مدل‌گری می‌پردازند، ولی مدلینگ برای آنها فرصتی برای بازتولید هویت از دست رفته است. در حقیقت شکل‌گیری هویت در این گروه همانطور که پیشتر نیز اشاره شد، به تعبیر زیمل فرآیندی فردی است. در این خانواده‌ها والدین حضور کیفی و کمی بسیار کم در کنار فرزندان دارند. از این رو، نظارت خانواده به دلیل مشغله زیاد والدین بسیار ضعیف می‌باشد؛ به گونه‌ای که والدین از فعالیت فرزندان به عنوان مدل در شبکه‌های اجتماعی مجازی بی‌اطلاع هستند. این مسئله در مورد خانواده‌های با سطح نظارت بسیار شدید و سخت نیز صدق می‌کند. در این مورد عدم آشنایی خانواده با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و تلاش فرزندان در پنهان نمودن فعالیت خود، علت اصلی عدم اطلاع خانواده می‌باشد.

بدین ترتیب، بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، اگر عامل نظارت و کنترل خانواده را بر روی یک طیف فرضی قرار دهیم، قرار گرفتن خانواده در هر یک از دو سر طیف - کنترل بسیار شدید یا کنترل بسیار ضعیف ناشی از گسیختگی خانواده - در کنار هم‌نشینی‌های افتراقی می‌تواند در گرایش فرزندان به مدلینگ موثر باشد. همچنین برخلاف انتظار، برغم درآمد زا بودن مدلینگ تقریباً هیچگونه انگیزه مالی در میان کنشگران از گرایش به این کنش مشاهده نشده است و طبقات اجتماعی نسبتاً مرفه درگیر این مسئله می‌باشند که خود بیانگر تاثیر هر چه پررنگ‌تر عامل نظارت و کنترل خانواده است.

منابع

- استراوس، انسلم و کربین، جولیت. (۱۳۸۵). *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه ای*. ابراهیم افشار. چاپ اول، تهران: نشر نی
- حمزه بیگی، طیبه. (۱۳۷۵). "شناسایی و مقایسه ارزش های اخلاقی دانش آموزان دختر و پسر". تهران: مرکز پژوهش های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- خبرگزاری تابناک (۱۳۹۴). کد خبر: ۵۰۴۹۶۶
- ----- (۱۳۹۵). کد خبر: ۵۹۰۷۸۲
- شارون، جونل. (۱۳۸۰). *ده پرسش از دیدگاه جامعه شناسی*. منوچهر صبوری. چاپ دوم، تهران: نشر نی
- شیخاوندی، داور. (۱۳۷۳). *جامعه شناسی انحرافات*. چاپ سوم، تهران: انتشارات مرندیز
- صادقی فسایی، سهیلا و میرحسینی، زهرا. (۱۳۹۳). "تحلیل جامعه شناختی روایت زنان از زندان، پس از آزادی". *مجله زن در توسعه و سیاست*. دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۳۴۲-۳۶۲.
- عیوضی، لطیف و کچوئیان، حسین. (۱۳۹۳). "نظام اخلاقی نخبگان علمی و عوامل جامعه شناختی موثر بر آن". *معرفت فرهنگی اجتماعی*. سال پنجم، شماره اول، پیاپی ۱۷، صص ۹۷-۱۲۸.
- تودوروف، تزوتان. (۱۳۷۷). *منطق گفتگویی میخائیل باختین*. داریوش کریمی. تهران: نشر مرکز
- محسنی، منوچهر. (۱۳۷۹). *بررسی آگاهی ها، نگرش ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران*. تهران: زهد
- محمودیان، محمد رفیع. (۱۳۸۰). *اخلاق و عدالت*. تهران: طرح نو
- مصباح، آیت ا.. محمد تقی. (۱۳۶۷). *دروس فلسفه اخلاق*. تهران: انتشارات اطلاعات
- ملکی، خسرو. (۱۳۷۱). "اخلاق و روابط اجتماعی". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- Anscombe, G.E.M. (1985). "Modern Moral Philosophy". *Philosophy* 33, 1-19.
- Bellenger, Danny N., Robertson, Dan H. and Greenberg, Barnett A. (1977). "Shopping Centre Patronage Motives". *Journal of Retailing*, 53(2):29-38.
- Bentham, Jermy. (1970). *An introduction to the Principles of Morals and Legislation*. edited by J.H. Burns and H.L., A. Hart. London: Athlone Press.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*, Sage.
- Boudon, Raymond. (1981). *The Logic of Social Action: an introduction to sociological analysis*. Taylor & Francis.

- Braun, V. & Clarke, V. (2006). **“Using thematic analysis in psychology”**. *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, Pp. 77-101.
- Brennen, Bonnie S. (2012). **Qualitative research methods for media studies**. London: Routledge.
- Rhonda M. Shaw. (2015). **Ethics, Moral Life and The Body, Sociological Perspectives**. Palgrave Macmillan Press.
- Fiske, John.(1998). **Understanding Popular Culture**. London & New york, Routledge.
- Grassian, V. (1981). **Moral Reasoning: Ethical Theory and Some Contemporary Moral Problems**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Griffin, James.(1986).**Well-Being: Its Meaning, Measurement, and Moral Importance**. Oxford: Clarendon Press.
- Hitlin, Steven & Vaisey, Stephen .(2013). **The New Sociology of Morality**. *Annual Review of Sociology*. 39:51–68
- Holloway, I. & Todres, L. (2003) **“The Status of Method: Flexibility, Consistency and Coherence”**. *Qualitative Research*, Vol.3, No.3,Pp 345-357.
- Jonas, H. (1984). **The Imperative of Responsibility: In Search of an Ethics for the Technological age**. Chicago: University of Chicago Press.
- Kohlberg L. (1981). **The Philosophy of Moral Development: Moral Stages and the Idea of Justice**. San Francisco: Harper & Row.
- Nagel, Thomas .(1991). **Moral Philosophy**. Cambridge University Press.
- Nettleton, Sarah; Watson, Jonathan .(1998). **The Body in Everyday Life**. London and New york,Routledge.
- Ryan, G. W. & Bernard, H. R. (2000). **“Data Management and Analysis Methods”**. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Eds.), *Handbook of qualitative research* (Pp. 769-802.), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sayer, A. (2011). **Why Things Matter to People: Social Science, Values and Ethical Life**. Cambridge, UK: Cambridge Univ. Press
- Sidgwick, Henry .(1907). **The Methods of Ethics**. 7th ed. London: Macmillan.
- Smith C. (2003). **Moral, Believing Animals: Human Personhood and Culture**. New York: Oxford Univ. Press
- Stets JE, Carter MJ. (2012). **A theory of the self for the sociology of morality**. *Am. Socio l. Rev.* 77(1):120–40
- Summer, L.W. (1986). **Welfare, Happiness and Ethics**. Oxford: Clarendon press.
- Swidler, A. (1986). **Culture in action: symbols and strategies**. *Am. Sociol. Rev.* 51(2):273–86

- Tavory, I. (2011). **The question of moral action: a formalist position.** *Sociol. Theory* 29(4):272–93
- Turiel, E. (2002). **The Culture of Morality: Social Development, Context, and Conflict.** New York: Cambridge Univ.Press
- Turner, Bryan.s. .(1996). **Body and Society.** London, Sage.
- Wikstrom, P.O.H & K.Treiber .(2007).”**The Role of Self Control in Crime Causation: Beyond Gottfredson and Hirschi s General Theory of Crime**”. *European Journal of Criminology*,4:237-264.

Moral Typology in Young Girl's Tendency to Modeling

Soheila Sadeghi Fasai

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Social Science, Tehran University

Somayeh Bolboli Qadikolai

Ph.D. Student in Sociology, Faculty of Social Science, Tehran University

Received:31 May. 2016

Accepted:3 Jul. 2016

This Paper is to study the relation between morality and deviation known as “modeling” among young girls in order to present moral typology. The paper applied qualitative methodology. Data gathering process was through deep and semi-structured interviews with 32 models at mazandaran center of fighting with organized cyber crimes. Data analyses were accomplished through thematic analysis method under qualitative methodological movement. Three moral types were found out of research: Preference Hedonists, Instrumentalists, and self-alien habitual. The first moral types become apparent with three different views: Expressive, motive-centered consequentialism and pure art. Some of them find hedonism in being famous, some of them in being specific, some of them in being visible, some of them in advising other women, some group in making opportunity for women, some of them in lack of body management, and some in cat-walking as a pure art. But agents with instrumental morality observe modeling merely as an instrument to attach some specific goals such as escape from garrison-like family, or revenge from solid religious structure of family and patriarchy. The young girls who classified as self-alien habitual are not in search of any specific goal and hedonism. Formation of alienation in such a group, makes modeling as a habitual action for them.

Keywords: Morality, Modeling, Preference Hedonists, Instrumentalists and self-alien Habitual