

ნანა კოტორეიშვილი
სოციოლოგიის მაგისტრი
ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

გარეგნობის ცვლილების მოტივები და ესთეტიკური მედიცინის როლი
ქართველ ქალებში

Abstract

The aim of this paper is to study motives for changes in appearance in the group of Georgian women who apply to aesthetic medicine. The research focuses on women who are members of thematic "Facebook groups" and actively discuss issues related to aesthetic procedures. It can be said that women worry about taking care of their appearance, which is promoted by the tendencies in the networked society, is aimed at raising self-esteem and self-confidence.

საკვანძო სიტყვები და გამონათქვამები: „სხეულის ხატი“, სილამაზის სტანდარტები, „სოციალური შედარება“ და ობიექტივიზაცია, მოტივი და მოტივაცია, „მამაკაცის მზერა“.

შესავალი

თანამედროვე ცხოვრების ტენდენციები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ქალის სხეულის ფორმებისა და ზომების იდეალების აღქმაზე, რადგანაც ადამიანები ყოველდღიურად აწყდებიან უამრავ ინფორმაციას, რომლებშიც სხვადასხვა სახის მესიჯია ჩადებული „სხეულის ხატისა“ (body image)¹ და სილამაზის სტანდარტების შესახებ. შეიძლება ითქვას, რომ ჯანმრთელობისა და სილამაზის ინდუსტრიაში შეიქმნა კულტურული და საზოგადოებრივი ნორმები, რომლებიც დაკავშირებულია ადამიანის სხეულის გაიდებლობასთან და ხშირ შემთხვევაში, ეს სტანდარტები და ნორმები გაზვიადებული და არარეალისტურია (Unrealistic Health & Beauty Standards Created By Advertising, 2017). შედეგად, ქალები ახდენენ „სოციალურ შედარებას“ ცნობილ სახეებთან, მეგობრებსა და ნაცნობებთან, რეკლამებში წარმოდგენილ მოდელებთან, რაც ხშირად საკუთარი სხეულით უკმაყოფილებასა და დაბალ თვითშეფასებას განაპირობებს (Greenfield, 2018: 2-4). ფესტინგერის „სოციალური შედარების თეორიის“ მთავარი ამოსავალი წერტილია ის, რომ ადამიანებს აქვთ მიდრეკილება, მოახდინონ შედარება სხვა ადამიანებთან და ამის საფუძველზე შეაფასონ საკუთარი თავი. ამ შედარების კრიტერიუმი მრავალ ასპექტს მოიცავს, როგორცაა გარეგნობა, წონა, კვებითი ჩვევები, წარმატება კარიერაში, პირად ცხოვრებაში და ა.შ. ქალების უმრავლესობისთვის მოწინავეა გარეგნობის შედარება. არსებობს ორი სახის სოციალური შედარება - აღმავე და დაღმავე (upward and downward social comparison). პირველის შემთხვევაში ადამიანები თავს ცნობილ სახეებს

¹ „სხეულის ხატი“ - აღნიშნავს, როგორ ვხედავთ საკუთარ თავს სარკეში ჩახედვისას ან საკუთარი თავის გონებაში წარმოსახვისას. <https://www.nationaleatingdisorders.org/body-image-0> წვდომა: 21.11.2020

ადარებენ (მსახიობები, მოდელები და ა.შ.). ხოლო მეორე შემთხვევაში, ადამიანები იმ პიროვნებებს ადარებენ თავს, რომლებსაც თანასწორად მიიჩნევენ. ეს კატეგორიები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს „სხეულის ხატის“ ჩამოყალიბების პროცესში. როდესაც ქალი ახდენს შედარებას გარეგნობის მიხედვით, მას, ზოგიერთ შემთხვევაში, უჩნდება საკუთარი სხეულის მიმართ უარყოფითი განცდები და გარეგნობის ცვლილების სურვილი, რაც „უარყოფითი სხეულის ხატის“ შედეგია. უარყოფითი „სხეულის ხატი“ კი გულისხმობს საკუთარ სხეულთან დაკავშირებით უკმაყოფილებას, უარყოფით აღქმებს. ეს გამოიხატება სირცხვილის შეგრძნებით, შფოთვით, დაბალი თვითშეფასებით, დეპრესიით, კვებითი დარღვევებითა და ესთეტიკური პროცედურებისადმი მიდრეკილებით (Ui-Jeen, 2014: 153). აღსანიშნავია, რომ დასავლურ კულტურაში შეინიშნება სხეულთან დაკავშირებული იდეალების (გამხდარი, მაღალი სხეული და ა.შ.) არსებობა, რაც ქალებში საკუთარი სხეულის ხატით უკმაყოფილებას იწვევს. სწორედ ამგვარი სტანდარტებიდან გამომდინარე აფასებენ ქალები საკუთარ გარეგნობას.

სხვადასხვა სოციოკულტურული გარემო განაპირობებს იმას, რომ ქალები საკუთარ სხეულებს აფასებენ დამკვირვებლის პოზიციიდან. ამ ფენომენს „ობიექტური სხეულის ცნობიერება“ (objective body consciousness) ეწოდება. ფრედრიქსონმა და რობერტსმა (1997) შეიმუშავეს ქალის ყოველდღიური გამოცდილების ასახსნელად ობიექტივიზაციის თეორია, რომლის მიხედვითაც, ქალები საკუთარ სხეულს მუდმივი კონტროლის საგნად აქცევენ, რაც ხელს უწყობს სხვადასხვა დარღვევასა და სხეულით უკმაყოფილებას. ობიექტივიზაციის თეორეტიკოსების მოსაზრებით, ცხოვრების რომელიმე ეტაპზე ყველა ქალი განიცდის ობიექტივაციას, მაგრამ მისი ხარისხი დამოკიდებულია ასაკზე, სოციალურ გარემოზე, ეთნიკურ კუთვნილებაზე, სოციალურ სტატუსზე და ა.შ. (Lindner, 2010: 2-17). სწორედ „სოციალური შედარებისა“ და ობიექტივიზაციის პროცესების შედეგად უჩნდებათ ქალებს გარეგნობის ცვლილების სურვილი და ამ მიზნის მისაღწევად საუკეთესო გამოსავალს ესთეტიკურ მედიცინაში პოულობენ.

როგორც მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში, საქართველოშიც ქალების დიდი ნაწილი გარეგნობის გაუმჯობესებისთვის სხვადასხვა ესთეტიკურ პროცედურას მიმართავს. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ჩვენს ქვეყანაში, ბოლო წლებში, ქალები გარეგნობის ცვლილებასთან დაკავშირებული თემების განსახილველად, რჩევების გასაცემად და მისაღებად აქტიურად იყენებენ სოციალურ ქსელებს. მაგალითად, ბოლო დროს ძალიან პოპულარული გახდა სილამაზის საკითხებთან დაკავშირებული „Facebook“ ჯგუფები, როგორიცაა „Beauty Lab“, „Glam Factory“, „Black market“, „პლასტიკური ქირურგია და ქირურგები“, „ცხვირის პლასტიკა“ და ა.შ. აღნიშნულ ჯგუფებში ათასობით ქალია გაწევრიანებული, ისინი საუბრობენ სხეულისა და კანის მოვლის საკითხებზე, განიხილავენ ესთეტიკურ პროცედურებს, პლასტიკურ ქირურგებსა და კლინიკებს, გასცემენ რეკომენდაციებს და ა.შ. უკანასკნელ წლებში სილამაზესთან დაკავშირებული თემები (თავის მოვლა, ინვაზიური და არაინვაზიური ესთეტიკური პროცედურები, დიეტები, ვარჯიშები) განსაკუთრებით აქტუალური განხილვის საგანი გახდა სოციალურ ქსელებში. საინტერესოა, როგორ იქმნება ის მოტივები და მოტივაცია, რომლებიც ქალებს მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღებისკენ უბიძგებს და როგორ განსაზღვრავენ ისინი მომავალ ქვევას? სწორედ ამიტომ, წინამდებარე ნაშრომის მიზანს წარმოადგენს გარეგნობის ცვლილების მოტივების შესწავლა ქართველი ქალების იმ ჯგუფში, ვინც ესთეტიკურ მედიცინას მიმართავს. კვლევა ფოკუსირებულია ქალებზე, რომლებიც თემატურ „ფეისბუქ ჯგუფებში“ არიან გაწევრიანებული და აქტიურად განიხილავენ ესთეტიკურ პროცედურებთან დაკავშირებულ საკითხებს. საკვლევი კითხვებისა და მიზნის სპეციფიკიდან გამომდინარე, კვლევის მეთოდად შეირჩა თვისებრივი კვლევა, რომელიც დაგეგმარება ესთეტიკური მედიცინის როლის შესწავლაში ქალების პერსპექტივიდან. რადგანაც წინამდებარე ნაშრომისთვის საინტერესოა იმის დადგენა, თუ როგორ იქმნება ქალებში „სილამაზის ხატი“ და რა მოტივი უბიძგებთ მათ, ამისათვის

არჩევანი გაკეთდა ალფრედ შუტცის მოტივაციის თეორიაზე, რომელიც ორი სახის მოტივს ასახელებს და აღწერს, თუ როგორ მოქმედებს თითოეული მათგანი ქცევაზე, გარდა ამისა, გვისახავს თითოეული მოტივის შექმნის პროცესებს. შუტცი პულობს განმასხვავებელ მნიშვნელობებს აქტორის მიერ დასმულ ორ კითხვას შორის: „რომელი მოსალოდნელი მოვლენა წარმოადგენს ჩემი ქცევის საფუძველს“ და „რომელი ჩემი წარსული გამოცდილება განაპირობებს ჩემი მოქმედების მნიშვნელობას“. ამ შეკითხვებზე პასუხი წარმოშობს ორი სახის მოტივს: 1) მოქმედება, რომელიც სრულდება რაღაცისთვის/ვიღაცისთვის (in-order-to motives), ამ შემთხვევაში იგულისხმება „იმისთვის, რომ“, ანუ აქტორი რაღაცისკენ მიილტვის, საკუთარი ნებით, შინაგანი სურვილით აკეთებს რაიმეს, რომ მომავალში სასურველ მიზანს მიაღწიოს. 2) ხოლო, მეორე შემთხვევაში მოქმედება ხდება „იმის გამო, რომ...“/ „იმიტომ, რომ...“ (because motives), ამ დროს მნიშვნელოვან როლს ასრულებს წარსული გამოცდილება, წარსულში მომხდარი ფაქტი, რაც აქტორს აიძულებს, რომ იმოქმედოს. ეს შეიძლება ხდებოდეს ვინმეს დაჟინებული თხოვნით, იძულებით და ა.შ. სწორედ მოტივაციის ამგვარი ახსნა გვაძლევს საშუალებას, ჩავუღრმავდეთ და გავიგოთ ქალების მოქმედებები, გადაწყვეტილებები, ცხოვრებისეული ცვლილებები და ა.შ. (Weigert, 1975: 83-85).

მოტივებზე საუბრისას უნდა ვახსენოთ ფემინისტური ნააზრევიც, რომლებიც აღნიშნულ საკითხებს განიხილავს როგორც ქალების შინაგანი მოტივების, თავდაჯერებულობისა და პატრიარქალური სისტემის გავლენის ჭრილში. გარდა ამისა, ჩემი კვლევისთვის საინტერესო იქნებოდა ესთეტიკური მედიცინის პოპულარიზაციაში მამაკაცების როლის განხილვა, როგორც ქალების ცვლილებების ადრესატის, და ზოგადად იმის, თუ რა დამოკიდებულება აქვთ ქალების მოსაზრებით კაცებს ესთეტიკურ მედიცინასთან დაკავშირებით. გასულ საუკუნეებში ქალების უჩინარი სოციალური როლის მიუხედავად, მათი სხეულების ფიზიკური ასპექტები მუდამ ყურადღების ქვეშ ექცეოდა პატრიარქალური საზოგადოების თვალში, რადგანაც ქალებისთვის მნიშვნელოვანი იყო კულტურისა და საზოგადოების მიერ განსაზღვრული პარამეტრების შენარჩუნება, წინააღმდეგ შემთხვევაში, მათ სტიგმატიზაცია და სოციალური კაპიტალის დაკარგვა ემუქრებოდათ. ფემინისტი თეორეტიკოსების თანახმად, ქალების გარეგნობა და ქცევა მუდმივ სოციალურ შემოწმებას ექვემდებარება, სხეული ყოველთვის არის გამოფენილი კრიტიკული შეფასებისთვის (Dolezal, 2011: 357-361). რადიკალური ფემინისტური გადმოსახედიდან „სილამაზე“ განიხილება, როგორც კულტურული პრაქტიკა და სილამაზის ამგვარ გაგებას იწვევს პატრიარქალური საზოგადოება. „მამაკაცის მზერა“ (როგორ აღიქვამენ მამაკაცები ქალის სხეულს) მხედველობაში არ იღებს ქალის იდენტობასა და შინაგან სამყაროს. ხოლო, ზემოთ აღნიშნული შეხედულებისგან განსხვავდება ლიბერალისტური პერსპექტივა, რომლის თანახმადაც ქალის სილამაზე მდგომარეობს ინდივიდუალურ გამოცდილებებსა და იდენტობის აღქმებში. შესაბამისად, გარეგნობის ცვლილების მოტივებიც ინდივიდუალურ გამოცდილებებსა და შეხედულებებზეა დამოკიდებული, ძირითადად კი თვითშეფასების ამაღლებაზე (Heggenstaller... 2018: 51-54).

მართლაც, რა როლს თამაშობს ესთეტიკური მედიცინა ქალის ცხოვრებაში? საინტერესოა, ამ მხრივ, რა ვითარებაა საქართველოში, სადაც მრავალი ქალბატონი მიმართავს ესთეტიკურ პროცედურას, სხეულის ფორმების გაუმჯობესებას სხვადასხვა გზით და რა ხდება ამ ყველაფრის მოტივი და მიზანი, რის გამოც ქალები მუდმივად შფოთავენ საკუთარი გარეგნობის გამო? რადგანაც აღნიშნული საკითხი ქართულ აკადემიურ სივრცეში ჯერჯერობით არ არის სიღრმისეულად შესწავლილი, ამიტომ დავინტერესდი და გადაწყვიტე ამ საკითხის დეტალური კვლევა.

კვლევის მეთოდოლოგია

როგორც უკვე აღინიშნა, კვლევის მიზანს წარმოადგენდა სილამაზის შესახებ წარმოდგენისა და გარეგნობის ცვლილების მოტივების შესწავლა ქართველი ქალების იმ ჯგუფში, ვინც ესთეტიკურ მედიცინას მიმართავს. საინტერესოა, ესთეტიკური მედიცინა ხელს უწყობს ქალების თვითშეფასების, თავდაჯერებულობის ამაღლებას, თუ პირიქით, რაღაც ნორმებსა და ჩარჩოებში აქცევს მათ. საკითხის სიღრმისეულად კვლევისთვის საჭიროა პასუხი გაეცეს შემდეგ საკვლევ კითხვებს: 1. სილამაზის შესახებ რა წარმოდგენები აქვთ ქალებს, რომლებიც ესთეტიკურ პროცედურებს მიმართავენ? 2. რა როლს თამაშობს ესთეტიკური მედიცინა ქალების ცხოვრებაში? 3. რომელი აქტორები მოქმედებენ ქალების გადაწყვეტილებებზე სხეულის ცვლილებასთან დაკავშირებით?

სამიზნე ჯგუფს წარმოადგენდნენ ქალები, რომლებსაც აქვთ პლასტიკური ქირურგიის და ესთეტიკური პროცედურების გამოყენების გამოცდილება. შერჩევა განხორციელდა მიზნობრივად, კერძოდ, შეირჩნენ ქალბატონები, რომლებიც სარგებლობენ სოციალური ქსელებით, განსაკუთრებით კი ისეთი „Facebook“ ჯგუფებით, როგორიცაა „Beauty Lab“, „Glam Factory“, „Black market“ და ასევე, სხვადასხვა პლასტიკური ქირურგიის ჯგუფები, სადაც ქალები ერთმანეთს ყოველდღიურად უზიარებენ სილამაზის პროდუქტებთან და პროცედურებთან დაკავშირებულ გამოცდილებებს. სულ გამოიკითხა შვიდი ქალი. რესპონდენტების ასაკობრივ კატეგორიას წარმოადგენდა 21-47 წელი, სამი მათგანი 30 წლამდე, ხოლო ოთხი 30 წლიდან. რესპონდენტების მოძიება განხორციელდა ნაწილობრივ „თოვლის გუნდის“ პრინციპით, რომელიც გულისხმობს თავდაპირველად რესპონდენტთა საწყისი ჯგუფის შერჩევას, შემდეგ კი საწყისი ჯგუფის წევრების დახმარებით, გამოკითხვისთვის შესაფერისი კანდიდატების მოძიებას (დურგლიშვილი, 2006: 30-37).

რაც შეეხება კვლევის მეთოდს, შეირჩა თვისებრივი კვლევა - სიღრმისეული ინტერვიუ, კერძოდ, არაფორმალური ინტერვიუს მეთოდი. კვლევის ინსტრუმენტს წარმოადგენდა წინასწარ შემუშავებული სადისკუსიო გეგმა, ე.წ. გაიდლაინი, რომელიც მოიცავდა შეკითხვებს ესთეტიკურ პროცედურებთან პირველი გამოცდილებების, მოტივებისა და მიზეზების, გავლენის მქონე აქტორების, სილამაზის სტანდარტების მიმართ დამოკიდებულებებისა და თავის მოვლის საკითხების შესახებ. ინტერვიუების გაშიფრვის შემდეგ განხორციელდა ინდუქტურ-თემატური ანალიზი. თვისებრივი კვლევის მეთოდზე არჩევანი გაკეთდა გამომდინარე იქიდან, რომ ის საშუალებას გვაძლევს, დავინახოთ და აღვწეროთ სამყარო კვლევის ობიექტების თვალთახედვიდან. ეს გულისხმობს ინდივიდუალური საქციელისა და მოსაზრებების გაგებას, რაც ინტერპრეტაციული სოციოლოგიის ფარგლებში განიხილება (ზურაბიშვილი, 2006: 10-15). კვლევის მიზანს არ წარმოადგენს შედეგების გენერალურ ერთობლიობაზე განზოგადება, ამიტომ ინდუქტურ-თემატური ანალიზის მეშვეობით გამოვლინდა ახალგაზრდა ქალების ინდივიდუალური გამოცდილებები, შეხედულებები, მოსაზრებები. ზოგადად, ინდუქტურ-თემატური ანალიზი საშუალებას გვაძლევს, გამოვკვეთოთ ძირითადი საკვანძო თემები და მოვახდინოთ საერთო მახასიათებლების იდენტიფიცირება (Braun... 2012: 2-3).

აქვე უნდა ვახსენოთ კვლევის ვალიდობისა და შეზღუდვების საკითხი, რაც კვლევის დროს წამოიჭრა. კერძოდ, აღნიშნული საკითხის განხილვა ვერ მოხდა გენდერულ ჭრილში, რადგან ის მოიცავს მხოლოდ ქალების გამოცდილებებსა და შეხედულებებს. გარდა ამისა, მიღებულ შედეგებს ვერ განვაზოგადებთ სხვა ადამიანებზე, რომელთაც, შესაძლოა, განსხვავებული დამოკიდებულებები ჰქონდეთ, რადგან, თვისებრივი კვლევის სპეციფიკიდან გამომდინარე, მის შედეგებს ვერ განვაზოგადებთ მთელ პოპულაციაზე.

კვლევის შედეგები და ინტერპრეტაცია

რესპონდენტების ასაკობრივი ჯგუფია 21-47, აქედან ორს ჰქონდა მხოლოდ ერთი პლასტიკური ჩარევა განხორციელებული - რინოპლასტიკა, დანარჩენებს კი 2 ან მეტი ჩარევა - რინოპლასტიკა, მამოპლასტიკა, სახის ბოტოქსი, ტუჩის ფილერი, მეზომაფები და ა.შ. აქედან, 2 რესპონდენტი (30 და 47 წლის) არის განქორწინებული და ჰყავთ შვილები, ერთი არის დაქორწინებული (32 წლის), ცხოვრობს ქმართან და შვილებთან ერთად, ხოლო დანარჩენი (34, 24, 23 და 21 წლის) არასდროს ყოფილან ქორწინებაში. უნდა აღინიშნოს, რომ ასაკობრივი კატეგორია ორად გაიყო რესპონდენტების პასუხებიდან გამომდინარე, რადგანაც 30 წლის ზემოთ რესპონდენტები აქტიურად საუბრობდნენ ანტიასაკობრივ პროცედურებებზე და ესთეტიკურ მედიცინაზე, როგორც ახალგაზრდობის შნარჩუნების საშუალებაზე, რაც არ დაფიქსირდა 30 წლამდე ასაკის რესპონდენტებში.

მამოტივირებული ფაქტორები

ინტერვიუების მსვლელობისას, რესპონდენტებმა მრავალფეროვანი მიზეზები და მოტივები დაასახელეს, თუ რის გამო მიმართეს ესთეტიკურ მედიცინას. მრავალჯერ დასახელდა მოტივი შინაარსით - „სხვას რომ ჰქონდა, მეც მინდოდა...“. შედეგებიდან გამომდინარე, რესპონდენტებში სხვისი „იდეალური“ გარეგნობა აღძრავდა მოქმედების სურვილს. მაგალითად, 24 წლის მარიას სიტყვებიდან გამომდინარე, ის ყოველთვის დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა სოციალურ ქსელებში ფოტოების ატვირთვას, რაშიც დისკომფორტს უქმნიდა საკუთარი ცხვირის ფორმა - მას ჰქონდა „მოგრძო ცხვირი“ და ჰქონდა კეხი, სწორედ ამიტომ სურდა ამ „კომპლექსის“ მოშორება. რამდენიმე რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ მათი გარშემომყოფი ადამიანების გარეგნობა მოეწონათ და ამიტომ გადაწყვიტეს, საკუთარი „ნაკლი“ მოეშორებინათ: „უბრალოდ, ეს ცხვირი ძალიან მაკლებდა თავდაჯერებულობას, სხვების ლამაზ ცხვირებს რომ ვხედავდი, პატარა და დაწყობილი ცხვირები რომ ჰქონდათ, ცოტათი უსიამოვნო შეგრძნებები მქონდა ჩემი გარეგნობის მიმართ“ [ლელა, 32 წლის, ქუთაისი]. ლელას შემთხვევაში აღსანიშნავია ისიც, რომ მისი გადაწყვეტილება თავის მოვლისა და ესთეტიკური პროცედურების შესახებ დაკავშირებულია ბავშვობის განცდებთან. 6-7 წლის ასაკში მისთვის „ქალის იდეალს“ წარმოადგენდა ერთ-ერთი ნათესავი ქალი, რომლის ჩაცმის სტილი და გარეგნობა ძალიან მოსწონდა და ამიტომ, გადაწყვიტა, რომ გაიზრდებოდა, მისთვის მიემადა. რესპონდენტი აღიარებს, რომ მის გადაწყვეტილებებზე სწორედ ამ ქალბატონმა მოახდინა დიდი გავლენა. მართალია, რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ მათ შინაგანად უნდოდათ აღნიშნული ნაბიჯების გადადგმა, თუმცა, აქ იკვეთება „მნიშვნელოვანი სხვების“ გავლენა, სხვა ადამიანების გარეგნობა, რომელიც აღძრავს მოქმედების სურვილს და შესაძლოა, ეს გარეგან მამოტივირებელ ფაქტორად მივიჩნიოთ. თითქმის ეს ფაქტი სოციალურ ჯგუფთან მიკუთვნებულობაზეც მიანიშნებს, როდესაც ამ ერთობლიობას რაიმე დამახასიათებელი ნიშანი აქვს, ამ შემთხვევაში „ლამაზი ცხვირის“ მქონდე ქალების ერთობლიობა და ეს ნიშნები შეიძლება წარმოადგენდეს იმ ბარიერს, რომელიც ამ სოციალურ ჯგუფთან მიკუთვნებულობას უშლის ხელს. შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური ჯგუფი ან სამეგობრო/სანაცნობო წრე ერთ-ერთ მთავარ მამოტივირებელ ფაქტორად გვევლინება.

თუმცა, უნდა აღინიშნოს განსხვავებული მიზეზებიც: რესპონდენტ ნინას შემთხვევაშიც გამოიკვეთა მამოპლასტიკის მაიმულებელი ფაქტორი, ეს იყო მკერდის ქსოვილების შემცირება და დისფუნქცია: „ძალიან კარგად მახსოვს ის კომენტარები, რასაც მეუბნებოდნენ, მათ შორის დედამთილიც. პირდაპირ მეუბნებოდნენ მკერდი გაქვს ტყლარწივითო. ამ პერიოდიდან დავიწყე იმაზე ფიქრი, რომ აუცილებლად უნდა მქონოდა ჩემი შემოსავალი და ყველაფერს გავიკეთებდი, ამიტომ გადავწყვიტე ევროპაში წასვლა დედაჩემთან“ [ნინა, 30 წლის]. როგორც იკვეთება, წარსულში მომხდარ ფაქტებს შეუძიათ დიდი ცხოვრებისეული ცვლილებების გამოწვევა, ეს არ ეხება მხოლოდ გარეგნობის ცვლილებას, რომელიც ამ შემთხვევაში მოტივაციის მხოლოდ ნაწილს წარმოადგენდა. მას

თან ერთვის ცხოვრებისეული ცვლილებები, როგორცაა დამოუკიდებლობის, განვითარების, ფინანსური კეთილდღეობისა და საკუთარ თავზე მუშაობის სურვილი. ქალის გაძლიერების მოტივი შეიძლება სწორედ სხეულის ფორმების ცვლილებებში გამოვლინდეს, კერძოდ, ამ შემთხვევაში, პლასტიკური ქირურგია და ესთეტიკური ჩარევები ქალის გაძლიერებას, დამოუკიდებლობას, განვითარებას და ამ ყველაფრის სხვა პირებისთვის დამტკიცებას გამოხატავს.

ცხოვრების სხვადასხვა ეტაპზე, მოტივაცია და მიზნები განსხვავებულია. მაგალითად, რესპონდენტები, რომლებიც 30 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიას მიეკუთვნებიან, მათი მოტივები შეიძლება დავუკავშიროთ რაღაც „ნაკლის“ მოშორებას, რაც მათ დისკომფორტს უქმნიდა. ამ ასაკში გადაწყვეტილების მიღება, ძირითადად ნაკლისა და დისკომფორტისაგან თავის დაღწევაზე იყო ორიენტირებული. 24 წლის მარიამ აღნიშნა, რომ რინოპლასტიკის ძლიერ სურვილს ისიც დაემატა, რომ თანაკლასელმა ბიჭმა ის მიაშგავსა ერთ-ერთი ფილმის პერსონაჟს, რომელსაც მოგრძო ცხვირი ჰქონდა და ამან კიდევ უფრო განამტკიცა მისი გადაწყვეტილება. 21 წლის თამარის შემთხვევაში კი, რინოპლასტიკის მიზეზები ოჯახის წევრების დამოკიდებულებაში მდგომარეობს, რომლებიც მის გარეგნობაზე ხუმრობდნენ, რამაც რესპონდენტი ცვლილებებზე დააფიქრა.

რაც შეეხება რესპონდენტებს, რომელთა ასაკობრივი კატეგორიაა 30 წლიდან, ყველა მათგანი ერთ-ერთ მთავარ მიზეზად ასახელებს „ასაკთან ბრძოლას“, რომ ქალმა 30 წლის ასაკიდან აუცილებლად უნდა დაიწყოს კოსმეტიკური პროცედურების ჩატარება და მოუაროს სახის კანს, რადგან კანი ამ დროს ელასტიური აღარ არის და საჭიროა ბოტოქსები და შემავსებლები შევაშველოთ. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ასაკის მატებასთან ერთად საკუთარ გარეგნობაზე ზრუნვის სურვილი მეტად მძლავრია. გარდა ამისა, გაქნორწინებამ ერთ-ერთი რესპონდენტის (47 წლის გვანცა) ცხოვრებაში გარდამტეხი როლი ითამაშა, რის შემდეგაც მან საკუთარ თავზე ზრუნვა აქტიურად დაიწყო. მისი განმარტებით, ქალი ამ დროს თავს დაჩაგრულად გრძნობს და ამიტომ, ესთეტიკური ჩარევები და თავის მოვლა მის გაძლიერებას, ფემინურობას, დამოუკიდებლობას უსვამს ხაზს.

კვლევაში სახელწოდებით „Reflecting on Female Beauty: Cosmetic Surgery and (Dis)Empowerment, კვლევის ძირითადი მიზანი იყო იმის გაგება, თუ რატომ მიმართავენ ქალები ესთეტიკურ მედიცინას. კვლევის მიხედვით, ერთ-ერთი მიზეზია ნაკლოვანებების მოცილება. როდესაც ქალი ხვდება, რომ მისი სხეული არ არის „სრულყოფილი“, აქვს ჩამოშვებულ მკერდი ან კანი, ის იწყებს დაფიქრებას კოსმეტიკურ ჩარევაზე, რამაც შეიძლება განაპირობოს „ქალურობის“ განცდა (Heggenstaller... 2018: 57-58). ხოლო, ის რესპონდენტები, რომელთა მიზანი უფრო მეტად ახალგაზრდობის, ძველი ფორმებისა და ვიზუალის შენარჩუნებაა, საუბრობენ ასაკზე, როგორც კოსმეტიკური ქირურგიის მთავარ მოტივზე: „ავტობუსის გაჩერებაზე ვიჯექი ასაკოვან ქალბატონთან ერთად, რომელმაც მითხრა "ჩვენნაირი ხალხი"... და მე მეგონა, ის იყო ჩემზე ოცი წლით უფროსი მაინც და მან მე შემომხედა და ასაკოვანი ქალი დაინახა". - ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი. ამ ამონარიდში რესპონდენტი აღწერს, როგორ მიიჩნევს "ასაკოვანი ქალბატონი" მას თავის თანატოლად. სწორედ ამ ინციდენტმა გადააწყვეტინა, მიემართა პლასტიკური ქირურგიისთვის (Leve... 2011: 124).

საკმაოდ მნიშვნელოვან ცხოვრების ეტაპს წარმოადგენს შვილის ყოლა, რასაც ქალის სხეულის ფორმებისთვის არასასურველი შედეგები მოჰყვება. ქალები თანხმდებიან იმ საკითხზე, რომ ქალს შვილის გაჩენის შემდეგ საკმაოდ დიდი ძალისხმევა სჭირდება, რომ ძველ ფორმებს დაუბრუნდეს. რესპონდენტი ლელა სწორედ ამის გამო აპირებს მამოპლასტიკას მიმართოს, რადგან მას საკუთარი მკერდი აღარ მოსწონს. მისთვის სილამაზის სტანდარტს სწორედ დიდი მკერდი წარმოადგენს და მისი თქმით, ქალი უნდა აკმაყოფილებდეს ამ სტანდარტს. აღნიშნული მოტივის შესახებ არაერთი კვლევა მოწმობს,

როდესაც ქალს სურს არა სხეულის ცვლილება, არამედ ძველი ფორმების დაბრუნება. მაგალითად, ერთ-ერთი კვლევის რესპონდენტი ამ ყველაფერს ქალების მიმართ უსამართლობად მიიჩნევს: „ვფიქრობ, ეს ჩვენთვის ძალიან უსამართლოა, მშობიარობის შემდეგ, ჩემი სხეული და მკერდი მოეშვა. მკერდის გადიდების შემდეგ თავს ისევ ქალად ვგრძნობ. ასე რომ, კოსმეტიკურ ქირურგია კარგი საშუალებაა, თავი ისევ იგრძნო ქალად“ [კიმი - მამოპლასტიკა] (Heggenstaller... 2018: 59).

ცხოვრების სხვადასხვა ეტაპზე ქალებში მოქმედებს გასხნავევული მოტივები, რომელთაც თავისი მიზეზები აქვთ. შუტცის მოტივაციის თეორიის მიხედვით, ქალების ნარატივიდან ორი სახის მოტივი - 'Because of' მოტივი და 'in-order-to' მოტივი ვლინდება. მაგალითად, ცხოვრების უფრო ადრეულ ეტაპზე, საქმე გვაქვს მეორე ტიპის მოტივთან, როდესაც მოქმედება სრულდება „რადაციისთვის“, ამ შემთხვევაში დისკომფორტის მიზეზების მოშორებისთვის, რაც წარმოადგენს ქალების მიერ აღქმული ბუნებრივი „ნაკლის“ მოშორებასა და ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას. ამ მოტივს არ გააჩნია მაიძულებელი ფაქტორი, ეს ყველაფერი არის სუბიექტური. ანალოგიურად, ასაკობრივი მიზეზებიც, შეიძლება, რაღაც მხრივ, ჩავთვალოთ სუბიექტურ მოტივად, თუმცა, მშობიარობის შემდგომ სხეულის ფორმების ცვლილება მართლაც მაიძულებელი, პირველი ტიპის მოტივია, რადგან ეს მოვლენა რომ არა, შესაძლოა ქალს სხვა შემთხვევაში არც მიემართა პლასტიკური ჩარევებისთვის.

სოციალური გარემოს გავლენა - ძალაუფლების მქონე აქტორები

რესპონდენტი ქალების გადაწყვეტილებაში ოჯახისა და მეგობრების როლი, როგორც ძალაუფლების მქონე აქტორების, საკმაოდ თვალსაჩინოა. ისინი წარმოადგენენ „მნიშვნელოვან სხვებს“, რომლებიც გავლენის მქონე აქტორებში პირველ ადგილზე იმყოფებიან. 47 წლის გვანცასა და 32 წლის ლელას შემთხვევაში, ორივე მათგანი ისეთ სოციალურ ჯგუფს მიეკუთვნებიან, რომელშიც ძალიან ხშირად მიმართავენ ესთეტიკურ ჩარევებს. სოციალური წრე, ზოგადად დიდ როლს თამაშობს ადამიანის ცხოვრებაში. კონკრეტულ ჯგუფში, თითქოს, იქმნება რაიმე სტანდარტები, ტრენდები, რომლებშიც ჯგუფის წევრები მონაწილეობენ. იმისთვის, რომ რაიმე ჯგუფს მიეკუთვნებოდე, მის ტენდენციებში უნდა ჯდებოდე. რესპონდენტების ნარატივებში გამოიკვეთა სწორედ ამგვარი სოციალური წრე. მაგალითად, რესპონდენტი ლელა აღნიშნავს: „აი ჩვენთან, სადაც მე ვარ გათხოვილი, ასე ვთქვათ, ამ ქუჩის რძლების კომუნა და გოგოებს, თითქმის 90%-ს გაკეთებული გვაქვს ცხვირის რინოპლასტიკა“ [ლელა, 30 წლის, ქუთაისი]. ავსევე, გვანცა, 47 წლის, ამბობს, რომ მის სამეგობროში ძალიან აქტიურად მიმართავენ ესთეტიკურ ჩარევებს, ამის მიზეზი კი, ასაკის მატებაა, მისი მეგობრები აქტიურად ზრუნავენ საკუთარ გარეგნობაზე.

მეორე, საკმაოდ მნიშვნელოვანი ავტორიტეტის მქონე აქტორია ოჯახი. კვლევის შედეგად, რესპონდენტების გადაწყვეტილებებში მნიშვნელოვნად გამოიკვეთა ოჯახის როლი. რამდენიმე რესპონდენტთან საკმაოდ მნიშვნელოვან ავტორიტეტებს წარმოადგენდნენ ბებია და დედა, განსაკუთრებით კი ბებულის როლი იყო საკმაოდ გამოკვეთილი. 23 წლის რესპონდენტის შემთხვევაში, ბებუამ უდიდესი როლი ითამაშა, რადგან მას სწორედ ბებუა მოუწოდებდა რინოპლასტიკისკენ, შეურჩია ექიმი და მიიყვანა კონსულტაციაზე. ჩვენს კულტურაში ბებუის ცნობილი ხატი უკავშირდება ბავშვზე ზრუნვას. ბებუა წარმოდგენილია, როგორც ბავშვზე მზრუნველი, რომელიც არ აკრიტიკებს მას, ყოველთვის მფარველობს, იღებს ყველა თავისი ნაკლოვანებებით და ამხნევებს. თუმცა, ამ წარმოდგენების ფონზე, უცნაურია ის მიგნებები, რაც ინტერვიუებიდან მივიღეთ. სამ რესპონდენტს სწორედ ბებუა მოუწოდებდა ვიზუალური ცვლილებებისკენ. ეს მოვლენა რესპონდენტებმა იმით ახსნეს, რომ ბებუებს ახალგაზრდა ასაკში არ ჰქონდათ იმდენი საშუალება და ინფორმაცია, რაც დღეს ჩვენ გაგვაჩნია. შესაძლოა მათ ჰქონდათ ცვლილებების სურვილი, თუმცა ხელი არ მიუწვდებოდათ მექანიზმებზე. სწორედ ამიტომ,

ისინი შვილიშვილებს მოუწოდებდნენ ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებისკენ და ამისთვის თავის მოვლა და ესთეტიკური პროცედურები ესახებოდათ. 47 წლის გვანცამ ისიც აღნიშნა, რომ ბებიაშვილმა განქორწინების შემდეგ მოუწოდა გამაახალგაზრდავებელი პროცედურებისა და ტუჩის ფილერისთვის მიემართა და ის ბებულის ინიციატივას იმით ხსნის, რომ მის შვილიშვილს დაებრუნებინა ცხოვრების ხალისი და მეტი თავდაჯერებულობა შემატებოდა. თუმცა, აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ გვანცას ბებია წლების მანძილზე აქტიურად მიმართავს სხვადასხვა კოსმეტიკურ ჩარევას, როგორც რესპონდენტი აღნიშნავს, ეს მისი ცხოვრების წესია და შესაძლოა, სწორედ აქედან გამომდინარე მოუწოდებდა შვილიშვილს, რომ მასაც დაეწყო ასაკობრივ ნიშნებთან ბრძოლა ესთეტიკური მედიცინის მეშვეობით. მას მიაჩნია, რომ ყველა ქალი ამგვარად უნდა იქცეოდეს და ეს არის ნორმა.

საშუალებების მრავალფეროვნების „აღმოჩენა“ განაპირობებს იმას, რომ ქალები მუდმივ შფოთვისა და ზრუნვაში იმყოფებიან საკუთარი გარეგნობის გამო, რათა შეინარჩუნონ ახალგაზრდობა, გათავისუფლდნენ დისკომფორტისგან და ა.შ. მათ გააჩნიათ წარმოდგენები ქალის „ნორმალურობის“ შესახებ. სამეცნიერო ლიტერატურაში ეს აღნიშნულია „სხეულის მთლიანობის“ (body integrity) ტერმინით. გამოკითხვის დროს ბევრმა ქალმა ისაუბრა სხეულის მთლიანობის მნიშვნელობაზე. კერძოდ, რაც საერთო ფაქტორად გამოვლინდა, იყო ის, თუ როგორ არ „შეესაბამებოდა“ სხეულის რომელიმე ნაწილი მთლიან სხეულს და საჭიროებდა ცვლილებას. ზოგიერთმა ქალმა აღნიშნა, რომ სურდა ყოფილიყო „ნორმალური“, როგორც არიან სხვები. აქ იგულისხმება სხეულთან დაკავშირებული ნორმატიული იდეები, ე.ი. უნდა გამოიყურებოდეს ისე, როგორც ყველა „ნორმალური“ ქალი. „ნორმალურობის“ შესახებ დეივისი (2003) თავის ნაშრომში ასკვნის, რომ ქალებს, რომლებმაც კოსმეტიკურ ქირურგიას მიმართეს, სურდათ ყოფილიყვნენ „ჩვეულებრივი“, რომ მათი სხეულის ის ნაწილი, რომელიც უბრალოდ არ შეესაბამებოდა დანარჩენ ნაწილს, უნდა შეცვლილიყო. ES: „ვფიქრობდი, რომ ეს [მკერდის ოპერაცია] იქნებოდა ჩემი სხეულის პროპორციულად გადაქცევა, რათა ნორმალურ ქალს დავმსგავსებოდი“. MLH: „მოხუცად ვიგრძენი თავი, მაგრამ კისრის ზემოთ. ვიგრძენი, რომ ჩემი სახე სხეულის დანარჩენ ნაწილს არ ეკუთვნოდა. 55 წლის სხეულზე მქონდა 65 წლის სახე“. ეს სამი თემა: „ასაკთან შესაბამისობა“, „სხეულის მთლიანობა“ და „ნორმალური გარეგნობის ქონის სურვილი“ შეიძლება განვიხილოთ იმ ქალების პერსპექტივიდან, რომლებიც აღწერენ და აცნობიერებენ იდეალიზებულ სტანდარტებს (Leve... 2011:125). რესპონდენტები თითქოს ხაზს უსვამენ ფემინურობას და მის მისაღწევად ასახელებენ გარკვეულ კრიტერიუმებს. მათი თქმით, ქალისთვის პრიორიტეტს საკუთარი თავის მოვლა წარმოადგენს. რესპონდენტებიდან ყველამ აღნიშნა, რომ ზრუნავდნენ სახის კანზე, იყენებდნენ საცხებს, იყენებდნენ დეკორატიულ კოსმეტიკას და ამავე დროს, რესპონდენტები, რომლებიც არიან 30 წელს ზემოთ, ქალებს მოუწოდებდნენ, რომ მათ ჩაიტარონ კანის გამაახალგაზრდავებელი პროცედურები და ებრძოლონ ასაკობრივ ნიშნებს. ეს ყველაფერი, მათი მოსაზრებიდან გამომდინარე, ყველა ქალისთვის უნდა იყოს ნორმა, მას შემდეგ, როგორც კი სიბერის პირველი ნიშნები გაჩნდება. ისინი ხშირად იყენებდნენ შემდეგ ფრაზას: „ქალი უნდა...“. არსებობს ფინანსური რისკები, რადგან ბევრი ესთეტიკური ჩარევა დიდ თანხებთან არის დაკავშირებული, თუმცა, რესპონდენტების თქმით, ქალს უნდა უღირდეს, რომ საკუთარ თავს დაახარჯოს დიდი რაოდენობით თანხები, რადგან საკუთარი თავი უნდა იყოს ქალისთვის პრიორიტეტი. რესპონდენტები, თითქოს, რაღაც ნორმებს აწესებდნენ იმის შესახებ, თუ როგორი უნდა იყოს ქალი და როგორ უნდა იქცეოდეს ის. შეიძლება ითქვას, რომ რესპონდენტ ქალებს ქალის სოციალური როლის შესახებ, თითქოს, ნორმატიული იდეები და წესები გააჩნიათ. საკუთარი ცხოვრების გაუმჯობესებით, საკუთარი განვითარებით, თავდაჯერებულობით ამგვარ შეხედულებებს ეწინააღმდეგებიან და პატრიარქალური სისტემის მჩაგვრელი გავლენიდან ცდილობენ

გამოსვლას. ამ ყველაფრის მიღწევის ერთ-ერთ გზად საკუთარი თავზე ზრუნვასა და საკუთარი გარეგნობით თვითკმაყოფილებას მიიჩნევენ.

ქორწინების როლი და მამაკაცების დამოკიდებულებები ქალების პერსპექტივიდან

უნდა აღინიშნოს, რომ ქალი ოჯახის წევრების როლი საკმაოდ დიდია რესპონდენტების გადაწყვეტილების პროცესში, რასაც ვერ ვიტყვით კაცების შემთხვევაში. ქალებისთვის, როგორც ჩანს „ნაკლის“ გამოსწორება, რაც ესთეტიკური ჩარევებით ხორციელდება, ერთგვარ „გამდიერებას“, თავდაჯერებულობას, ავტორიტეტს წარმოადგენს. ქალები დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ გარეგნობას და ორიენტირებული არიან დისკომფორტის გამომწვევი მიზეზების აღმოფხვრაზე, სწორედ ესთეტიკური მედიცინაა ამ შემთხვევაში პრობლემის მოგვარების საშუალება. თუმცა, კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ ესთეტიკური მედიცინის მიმართ, ქალების გადმოსახედიდან, მამაკაცებს არც თუ ისე დადებითი დამოკიდებულება აქვთ.

კაცებისა და ქალების დამოკიდებულების შესახებ საუბრისას ესთეტიკურ მედიცინასთან დაკავშირებით, ყველა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ოჯახში მამაკაცებს უარყოფითი დამოკიდებულება ჰქონდათ მათი გადაწყვეტილების მიმართ. მაგალითად, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, რესპონდენტების მამაკაცი ოჯახის წევრები არ იყვნენ მომხრე, რომ მათი ოჯახის წევრ ქალს რაიმე სახის ჩარევა განეხორციელებინა, ისინი ვერ ხედავდნენ ამის საჭიროებას. თამარის შემთხვევაში, მამას არ სურდა, რომ თამარს რინოპლასტიკა გაეკეთებინა, მიუხედავად იმისა, რომ ზოგჯერ ხუმრობდა შვილის გარეგნობის შესახებ. ზოგადად, რესპონდენტებმა კაცების ამგვარი დამოკიდებულება იმით ახსნეს, რომ ისინი ესთეტიკურ ჩარევებს თანხებისა და დროის კარგვად მიიჩნევდნენ. ამ შეხედულებებს რესპონდენტები „ქართველი კაცების“ ფენომენით ხსნიან, მიაჩნიათ, რომ ქართველი კაცები ცოლს რაღაც ვალდებულებებს მიაწერენ. მაგალითად, გვანცამ აღნიშნა, რომ ბებუის დაჟინებულ თხოვნასთან ერთად, განქორწინება გახდა მისთვის მთავარი მამოტივირებელი ფაქტორი, რომ კოსმეტიკური პროცედურები დაეწყო. მისი თქმით, ქმარს და ქმრის ოჯახს ერჩივნა კარგი სადილი გაეკეთებინა, ვიდრე გაპრანჭული და მოვლილი ყოფილიყო. სწორედ ამგვარ დამოკიდებულებას უწოდებენ რესპონდენტები „ქართველი კაცების შეხედულებებს“, როდესაც ქალს ოჯახისა და შვილების მოვლის ფუნქციას მიაწერენ, მას პირველ რიგში სწორედ ოჯახში აღიქვამენ და აქედან გამომდინარე, თავის მოვლა, ესთეტიკური ჩარევები ქალისთვის შეიძლება განვითარებისა და დამოუკიდებლობის გამოხატულება იყოს: „ქართველი კაცები ძან რადიკალურად უყურებენ, რატომღაც არ უნდათ, რომ მათ ცოლებს სხვამაც შეხედოს და მოეწონოს, ურჩევნიათ, ჩრდილში ყავდეთ ცოლები, მე ასე მგონია“ [ლელა, 30 წლის, ქუთაისი]. ამიტომ რესპონდენტები არ ენდობიან მამაკაცების რჩევებს. აქედან გამომდინარე, რესპონდენტების ნაწილს მიაჩნია, რომ ქორწინება ქალის განვითარების შემაფერხებელი მოვლენაა, ერთ-ერთმა ისიც კი აღნიშნა, რომ მის გარშემო მყოფი ქალების 80%, რომელიც საკუთარ გარეგნობაზე ვერ ზრუნავს, ქორწინებაშია. ბარიერად იმიტომ მიიჩნევენ, რომ ქალს იმდენად ბევრი ფუნქცია აკისრია ოჯახში, მას საკუთარი თავისთვის არ რჩება დრო და ამას რესპონდენტები ეწინააღმდეგებიან, მათი თქმით, ქალმა პირველ რიგში საკუთარ თავზე უნდა იზრუნოს და შემდგომ სხვა დანარჩენზე, თორემ სხვაგვარად, მათ ნაკლებად დააფასებენ.

მეორე ტალღის რადიკალური ფემინისტური აზროვნების მიხედვით, პატრიარქალური წყობა ქალებზე ზეწოლას ახდენს გარკვეული სილამაზის იდეალების დასაკმაყოფილებლად - სადაც კოსმეტიკური ქირურგია მიიჩნევა, როგორც მისაღები მეთოდი სოციალური მოწონების მოსაპოვებლად და „მამაკაცის მზერის“ დასაკმაყოფილებლად. რესპონდენტები ძირითადი ნაწილი არ ფიქრობს, რომ ქალებისთვის ესთეტიკურ ჩარევების ადრეასტი კაცები არიან. თუმცა, მარიამ აღნიშნა, რომ ბავშვობაში უნდოდა ის ბიჭებს მოსწონებოდა, რადგან ფიქრობდა, რომ ბიჭებს პატარა და

აპრეხილი ცხვირის მქონე გოგონები მოსწონდათ, თუმცა ახლანდელი გადმოსახედიდან ეწინააღმდეგება ამ შეხედულებას. აღსანიშნავია, რომ უცხოურ კვლევებში ზოგიერთი ქალისთვის „მამაკაცის მზერის“ დაკმაყოფილება სულაც არ წარმოადგენს პრობლემას, პირიქით, ეს ურთიერთობას უფრო ამყარებს და „რომანტიულს“ ხდის. ერთ-ერთმა ქალმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ მან იქორწინა თავისზე უმცროს მამაკაცზე. სწორედ ეს გახდა იმის მიზეზი, რომ მან ჩაიტარა სახის გამაახალგაზრდავებელი პროცედურები, რადგან ახალგაზრდობა შეენარჩუნებინა და ამ ყველაფრის ადრესატი იყო ქმარი (Leve... 2011: 122-125).

დასკვნა

ნაშრომში შესწავლილი იქნა „სხეულის ხატი“ (body image) და გარეგნობის ცვლილების მოტივები ქართველი ქალების იმ ჯგუფში, ვინც ესთეტიკურ მედიცინას მიმართავს. ამასთანავე, გამოვლინდა სილამაზის ტენდენციების გავლენა ქალების თვითშეფასებაზე.

ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიგნებას წარმოადგენს ის მოტივები და მიზეზები, რაც ქალებს უბიძგებს, მიმართონ პლასტიკურ ქირურგიას. პირველ რიგში, აღსანიშნავია ბავშვობის დროინდელი განცდები, როდესაც რესპონდენტებს სხვისი გარეგნობა მოსწონდათ, რამაც განაპირობა მათში ესთეტიკური მედიცინით დაინტერესებისა და გარეგნობის შეცვლის სურვილი. აღსანიშნავია, რომ ცხოვრების სხვადასხვა ეტაპზე რესპონდენტებში განსხვავებული მოტივები იკვეთება. ესთეტიკურ პროცედურებთან პირველი შეხებისას ძირითად მოტივს წარმოადგენდა დისკომფორტის შემქმნელი ფაქტორის მოშორება - „ნაკლად და „კომპლექსად“ აღქმული. ამგვარი მოტივი შეიძლება მივაკუთვნოთ შუტცინურ in-order-to მოტივებს, როდესაც მოქმედება ხორციელდება სუბიექტური მოტივით, რაღაცისთვის ან ვიღაცისთვის. „მაიძულებელ მოტივად“ (because motive) შეიძლება ჩავთვალოთ მშობიარობის შემდგომ მოშვებული მკერდი, მუცელი, ტრავმის შედეგად დაზიანებული ცხვირი, ასაკთან ბრძოლა და ა.შ. ამ შემთხვევაში, ეს ფაქტორები რომ არა, ქალს შეიძლება არც მიემართა ესთეტიკური ჩარევისთვის.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვან მიგნებას წარმოადგენს „მნიშვნელოვანი სხვების“ როლი. ამგვარ ძალაუფლების მქონე აქტორებს წარმოადგენენ ოჯახის წევრები (განსაკუთრებით აღნიშნა ბებია) და სამეგობრო წრე. ბებიის როლი უცნაურად იკვეთება ქალების გადაწყვეტილებაში. ბებია, ტრადიციულად, წარმოგვიდგენია როგორც შვილიშვილზე მუდმივად, ზოგჯერ მშობლებზე მეტადაც კი, მზრუნველი ადამიანი, რომელიც შვილიშვილს იღებს ყველა თავისი ნაკლოვანებით. კვლევის შედეგად თითქოს საპირისპირო ტენდენცია გამოვლინდა - სწორედ ბებიები მოუწოდებდნენ რესპონდენტ ქალებს გარეგნობის ცვლილებისკენ. რესპონდენტები ამას იმით ხსნიან, რომ ბებიებმა იციან იმ შესაძლებლობების ფასი, რაც ქალებს დღეს აქვთ და მათ არ ჰქონიათ, ამიტომ მოუწოდებენ შვილიშვილებს, გამოიყენონ ეს შესაძლებლობები და ცხოვრება გაიუმჯობესონ. რაც შეეხება მეგობრებს, ინტერვიუებიდან გამოიკვეთა გარკვეული სოციალური წრის არსებობა, რომლის წევრობაც გარკვეულ „ტრენდში“ ჩართვას, მის გათვალისწინებას მოითხოვს. თუმცა, როგორც ინტერვიუებიდან ჩანს, ოჯახის წევრებისგან განსხვავებით, სამეგობრო წრეს არ ახდენს პირდაპირ გავლენას ქალების გადაწყვეტილებაზე.

ასევე საინტერესო მიგნებას წარმოადგენდა კაცების დამოკიდებულება ესთეტიკური ჩარევების მიმართ. როგორც რადიკალური ფესმინისტები აღნიშნავენ, პატრიარქალური სისტემა და „მამაკაცის მზერა“ განაპირობებს ქალის ობიექტივიზაციას და ქალების მხრიდან საკუთარ გარეგნობაზე ფოტოვის წყარო სწორედ მამაკაცები არიან. თუმცა, ქალი რესპონდენტების ნარატივებში გამოიკვეთა, რომ მამაკაცები თავიანთ ცოლებს გარეგნობის შეცვლას არ ურჩევენ, ამბობენ რა, რომ ვერ ხედავენ ამის „საჭიროებას“. თუმცა, ქალები კაცების რჩევებს არ ენდობიან. მათ პროტესტის მაგვარი გრძნობა უჩნდებათ მათი

დამოკიდებულების მიმართ, რადგან მიაჩნიათ, რომ მამაკაცისთვის ცოლის მთავარი როლი ოჯახთან და ბავშვების აღზრდასთანაა დაკავშირებული. სწორედ ამიტომ ქალებისთვის მნიშვნელოვანია საკუთარ სხეულზე ზრუნვის პრიორიტეტად დაყენება, გარეგნობის კორექციის სურვილების ასრულება და ამით ერთგვარი შეწინააღმდეგება მამაკაცების მჩაგვრელ დამოკიდებულებასთან. ქორწინება ქალის განვითარების შემაფერებლად მიიჩნევა, რადგან დაოჯახებულ ქალს საკუთარი თავისთვის დრო არ რჩება, მთლიანად ოჯახზე ორიენტირება უწევს, რაც რესპონდენტების მიერ უსამართლობად აღიქმება.

უნდა აღინიშნოს ისიც, თუ რამხელა მნიშვნელობას ანიჭებენ რესპონდენტი ქალები თავის მოვლას. ისინი ბევრს საუბრობენ იმის შესახებ, თუ როგორი უნდა იყოს „ნორმალური“ ქალი და როგორ უნდა იქცეოდეს. იდეალად წარმოუდგენიათ ისეთი ქალი, რომელიც აქტიურად ზრუნავს საკუთარ გარეგნობაზე და ყოველთვის გამონახავს ამისთვის დროსა და ფინანსურ საშუალებას, მიუხედავად მისი ეკონომიკური მდგომარეობისა. ქალების საზოგადოება ერთმანეთს აძლიერებს, საკუთარ გამოცდილებას უზიარებს და მოუწოდებს, რომ ის, რაც მათ თვითშეფასებას უდაბლებს, გამოასწორონ. თუმცა, იბადება კითხვა: ესტეტიკური მედიცინა ქალებს მართლაც აძლიერებს, ათავისუფლებს და მათებს თვითშეფასებას, თუ პირიქით, აფერხებს მათ განვითარებას სხვა სფეროებში, გარეგნობაზე მუდმივი ზრუნვით და ტოვებს ჩარჩოებში, რასაც სილამაზის ნორმები ეწოდება? ეს არის ის მნიშვნელოვანი კითხვები, რომლებზე პასუხის მიღება შემდგომ კვლევას მოითხოვს.

ბიბლიოგრაფია:

- დურგლიშვილი, ნ. (2006). სოციოლოგიურ მონაცემთა ანალიზი. თბილისი, სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი.
- ზურაბიშვილი, თ. (2006). თვისებრივი მეთოდები სოციალურ კვლევაში. თბილისი, სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი.
- Braun, V. Clarke, V. (2021). Thematic analysis. *APA handbook of research methods in psychology*. Vol. 2 (January). p. 57-71.
- Dolezal, L. (2010). The (In)visible Body: Feminism, Phenomenology, and the Case of Cosmetic Surgery. *Hypatia – a journal of feminist philosophy*. Volume 25, Issue 2 (spring). p. 357-375. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1527-2001.2009.01075.x> Retrieved 21.06.2021.
- Greenfield, S. (2018). When Beauty is the Beast: The Effects of Beauty Propaganda on Female Consumers. *Theses/ Capstones/ Creative Projects*. Issue 20. p. 1-143. https://digitalcommons.unomaha.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=university_honors_program წვდომა 21.11.2020.
- Heggenstaller, A K., A. Rau, J. K. Coetzee, A. Ryen, & R. Smit. (2018). Reflecting on Female Beauty: Cosmetic Surgery and (Dis)Empowerment. *Qualitative Sociology Review*. Vol. 14 No. 4 (October). p. 48-65. <https://czasopisma.uni.lodz.pl/qualit/article/view/3979> Retrieved 22.06.2021.
- Leve M., L. Rubin, & A. Pusic. (2011). Cosmetic surgery and neoliberalisms: Managing risk and responsibility. *Sage journals*. Volume: 22 issue: 1 (November). p. 122-141.
- Lindner, D. (2010). Social Comparison, Self-objectification, And Objectification Of Others Investigating The Vicious Cycle That Leads To Body Dissatisfaction And Disordered Eating. <https://core.ac.uk/download/pdf/236293655.pdf> Retrieved 29.12.2020.
- NEDA. Body image. <https://www.nationaleatingdisorders.org/body-image-0> Retrieved 21.11.2020.

- Ui-Jeen. Y. (2014). Deconstructing College Students' Perceptions of Thin-Idealized Versus Nonidealized Media Images on Body Dissatisfaction and Advertising Effectiveness. *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 32; Issue. 3. (July). p. 153-169.
<https://booksc.org/book/41105509/554a35> Retrieved 10.12.2020.
- Unrealistic Health & Beauty Standards Created By Advertising. (2017).
<https://kiefphotoessay.wordpress.com/> Retrieved 22.11.2020.
- Weigert, A. J. (1975). Alfred Schutz on a Theory of Motivation. *Pacific Sociological Association* Vol. 18, No. 1 (January). p. 83-102.

