

عوامل موثر فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن

فاطمه براتلو

استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی تهران، ایران baratou@ihc.ac.ir

مرجان خودی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی - دانشگاه آزاد اسلامی

واحد علوم تحقیقات تهران khodimarjan@gmail.com (مسئول مکاتبات)

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: جذابیت جسمانی از جمله موضوعاتی است که در این دوران استانداردهای جدیدی پیدا کرده و از عوامل شکل دهنده روابط افراد محسوب می شود. هدف از این پژوهش عوامل موثر فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بود که با استعانت از نظریه های گافمن، بودریار، فوکو، ترنر، موس، داگلاس، فستینگر، فمینیست مورد بررسی قرار گرفت. با طرح پرسش هایی همچون عوامل فردی تا چه اندازه بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار است؟ آیا ویژگی های جمعیت شناختی (تحصیل، پایگاه اقتصادی، سن،...) بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار است؟ به تحلیل و تبیین موضوع پرداخته شد.

روش پژوهش: به صورت توصیفی - پیمایشی بوده و جامعه آماری این پژوهش کلیه زنان عضو باشگاه های ورزشی منطقه ۵ تهران می باشد که تعداد آن ها ۱۸۴۱ نفر بدست آمد. حجم نمونه به روش نمونه گیری خوشه ای ۳۱۷ نفر برآورد گردید. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته با ۱۰ گویه است

یافته ها: داده های حاصل از پژوهش در دو سطح از آمار توصیفی (فراوانی و درصد فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد در قالب جداول و نمودارها) و آمار استنباطی (آلفای کرونباخ و خی دو) با استفاده از نرم افزار SPSS در سطح معناداری $P \geq 0/05$ استفاده شد.

نتیجه گیری: برطبق یافته ها مشخص گردید که تمام عوامل فردی تاثیرگذار بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. تفاوت معناداری در مورد تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی سن، وضعیت تاهل، تحصیلات شخصی، تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال، وضعیت اقتصادی، میزان درآمد و وضعیت مسکن وجود دارد، با این حال تاثیرگذاری عوامل فردی زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس ناحیه سکونت تفاوت معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: مدیریت بدن، نگرش زنان، عوامل فردی، نگرش به بدن

مقدمه

از ارزش‌های نمادین و خصصت‌های بازنمایانه برخوردار است. این در حالی است که پیش‌تر اهمیت بدن با توانایی‌ها و قابلیت‌های کاربردی آن‌ها مرتبط بود. در گذشته بیش از آن که در خدمت بدن‌های خود باشیم، بدن‌ها در اختیار ما بودند. امروزه این بدن‌هاست که در خدمت افراد قرار می‌گیرد و باید به عنوان منبعی برای تولید لذت و هیجان و به عنوان یک پایگاه یا پرچم و نمادی برای بیان ارزش‌های فرد باشند.

کشور ما ایران نیز با ورود به دنیای مدرن، بدن‌ها وضعیت سنتی خود را از دست داده است. خروج بدن از چارچوب نگاه طبیعت‌گرایانه و قرارگرفتن آن در چارچوب فناوری، ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن سبب شده که بدن ایرانی در دنیای جدید با تبدیل شدن به امری خودآگاه با مسائل گوناگون درگیر شود (فاضلی، ۱۳۹۳: ۳۰۱). گو این که در روزگار ما، افراد آزادی عمل بیشتری در مدیریت بدن خویش دارند، هرچند نمی‌توان تاثیر گروه‌های فشار، آگهی‌های تجاری، امکانات اجتماعی و اقتصادی و انگاره‌های فرهنگی که بیشتر در جهت استاندارد سازی قدم بر می‌دارند را نادیده گرفت. سیستم سرمایه داری به ابزارهایی متوسل شده که قوی‌ترین این ابزارها، وسایل ارتباط جمعی است. در این زمینه شارپ^۱ و همکاران (۲۰۱۴) با بررسی تأثیر رسانه‌ها و همسالان در نگرش زنان به عمل جراحی زیبایی با استفاده از یک چارچوب فرهنگی اجتماعی گزارش که متغیرهای رسانه‌ها و همسالان به طور قابل توجهی با نگرش مثبت نسبت به عمل جراحی زیبایی در ارتباط بود. در مجموع این تحقیق نشان داد که مواجهه با رسانه‌ها و گفتگو با دوستان، نگرش نسبت به عمل جراحی زیبایی را به صورت مستقیم و غیر مستقیم تحت تاثیر قرار می‌دهد. با رشد فردگرایی و برکنندگی فرد در جامعه، مفهوم خود بیش از پیش به مثابه بخشی از رویکرد تاملی

فهم از معنای بدن در گذر تاریخ، حامل پیام‌های بسیاری از تغییر ذائقه جامعه بشری است. این در حالی است که برخی از محققان معتقدند بدن بعنوان نوعی تابوی اجتماعی کمتر مورد توجه است. از آنجا که این تجارب رابطه مستقیمی با نگرش دارند، بنابراین می‌توان با تامل بر بدن و نگرش‌های حاکم بر مدیریت آنها، ایده‌های اساسی ای که درباره ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن وجود دارد، آشکار ساخت. باز خوانی از بدن‌ها می‌تواند زمینه ساز تحصیل فهمی اصیل از پدیده انسانی - اجتماعی - فرهنگی در بستر و بافت بومی زندگی و فرهنگ ایرانی باشد.

بدن را باید محوری دانست که امکان درک نسبت با جهان رابه وسیله انسان ممکن می‌کند. از خلال بدن است که فرد جوهر هستی خود را بنا بر شرایط اجتماعی و فرهنگی، سن، جنسیت، شخصیت خود را در اختیار می‌گیرد و آن را به دیگران منتقل می‌کند (لوپروتون، ۱۳۹۲).

در دوران معاصر و در جوامع فعلی، بدن دیگر از وضعیت ارگانستی صرف خارج شده و به یک پدیده اجتماعی و فرهنگی تبدیل شده است، بنابراین بدن‌ها در متن جوامع تجسم می‌یابند. بعبارت دیگر بدن در وضعیتی که هم دربردارنده مفهوم خود و هم بیانگر عوامل کارکردی و ساختاری است، تعامل با محیط و دیگر مردم را امکان پذیر می‌سازد (لی مون، ۱۹۹۱: ۱۲۷).

امروزه بدن ما چیزی است که گویی مهمترین وظیفه آن ایجاد نوعی تشخیص و یا منزلت اجتماعی است. بدن‌ها عرصه تازه ای از زندگی و نوع تازه ای از تخیل را به وجود آورده اند. توجه به بدن نه یک انتخاب بلکه یک الزام اجتماعی است که باید به صورت یک عادتواره درآید تا فرد بتواند در خود احساس همنوایی و در نهایت احساس امنیت را پدید آورد. همچنین بدن‌ها امروزه - بویژه در جوامع مدرن -

بدنی و لوازم آن با تاکید بر جامعه ایران، نشان داده که وضعیت موجود زنان در حوزه پوشش و آرایش، ناشی از تاثیر فرهنگ مصرفی غربی و دنیوی شدن زیست اجتماعی است. رضایی و همکارانش (۱۳۸۹) نیز در تحقیقی پیرامون مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی نشان می‌دهند که مصرف گرایی، فشار اجتماعی و مصرف رسانه ای ۸۳ درصد تغییرات متغیر وابسته (مدیریت بدن) را تعیین می‌کند. بهرحال مطالعات نشان می‌دهد که توجه زنان به بدن در همه وجوه از حیث آرایشی، مراقبت و نگهداری شدت یافته است (اخلاصی، ۱۳۸۶). از طرفی، بروز حساسیتهای افراطی، بی نظمی در تغذیه، کاهش اعتماد به نفس، مشکلات جسمانی و روانی زنان و مادران جامعه در کوتاه مدت و بلند مدت نشانه ظهور مساله است.

فرشید فر و همکاران (۲۰۱۳) نیز با اجرای تحقیق با عنوان «پذیرش جراحی زیبایی: تصویر بدن، اعتماد به نفس و انطباق» اظهار کرد که جراحی زیبایی در ایران شایع ترین نوع جراحی اس و این مفهوم چند بعدی به عوامل بسیاری بستگی دارد. نتایج این تحقیق نشان داد که زنان بیشتر از مردان تحت جراحی زیبایی قرار می‌گیرند. تصویر مثبت نسبت به بدن و انطباق پیش بین جراحی زیبایی است، اما اعتماد به نفس پیش بین جراحی زیبایی نیست. اعتماد به نفس به طور غیر مستقیم روی جراحی زیبایی تاثیر می‌گذارد.

امروزه تاکید فزاینده بر آرایش، جراحی بدن و صورت، رژیم غذایی و غیره را می‌توان از اجزای غیر قابل انکار دنیای مدرن دانست که برخی آن را زاییده سرمایه داری و مصرف گرایی می‌دانند (غلامرضا مینا خانی، ۱۳۹۰). از سویی جامعه شناسی بدن یکی از حوزه‌های جامعه شناسی که به نحوه شکل گیری بدن به عنوان جایگاه سلامت، تندرستی، ظاهر فیزیکی و شیوهی رفتار متناسب با الزامات قدرت؛ بعنوان شاخه ای از جامعه شناسی است که ماهیت اجتماعی

وبازاندیشی فرد مدرن رونق می‌یابد. فرد نوین بااستناد به مصرف وبه کارگرفتن تکنولوژی‌های نوین بدن، به بازسازی هویت و تمایز آن همت می‌گمارد. لاورنس معتقد است که مردم هویت‌های خود را از طریق ابزارهای متنوعی برمی سازد؛ پوشش، جواهرات، آرایش، خودزنی‌ها، خال کوبی‌ها، جراحی پلاستیک وغیره همه نمونه هایی از برساخت هویت نوین فردی هستند. (ذکایی، ۱۳۹۳، ۲۹۶)

در بررسی رابطه مدیریت بدن و متغیرهای فرهنگی در بررسی انجام شده توسط آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱) با عنوان "بدن به مثابه هویت رسانه" نشان داده که متغیرهای جنس، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دیانت و نگرش سنتی به خانواده با مدیریت بدن رابطه داشته اند؛ متغیرهای ساختاری نیز مانند پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه اقتصادی و شغل رابطه معناداری نشان داده است. این تحقیق در آن مقطع زمانی بیانگر تاثیر ساختار و عاملیت در مدیریت بدن است. این در حالی است که تحقیقات دیگر بر عنصر عاملیت و یا بر عنصر ساختار تاکید بیشتری دارند.

برای نمونه ذکایی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی با موضوع "زنان و فرهنگ بدن"، زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهرانی را بررسی نموده و به این نتیجه رسیدند که انتخاب جراحی در نمونه مورد مطالعه زنان تهرانی نشان می‌دهد که انتخاب آنها صرفا کوششی بوده تا به رضایت فردی دست یابند. آنها به دنبال توجه به خود و تحقق آرزوها و خواسته‌های خود، پس از عمل احساس راحتی و شغف می‌نمایند. این عمل‌ها موجب بهبودی روحیه و افزایش اعتماد به نفس آنها شده است. قادر زاده و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به بازسازی معنایی تجربه و درک زنان از کنش جراحی زیبایی بر ابزاری شدن بدن، اکتسابی شدن زیبایی، و رسانه ای شدن بدن پرداخته است؛ در مقابل اخلاصی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان بررسی نظری مبانی جامعه

تکنیکی لباس ها، آرایه‌ها و ژست‌ها شکل می‌گیرد. بنا براین زندگی روزمره اساسا به معنای تولید و باز تولید بدن هاست و باز سازی بدن، بازسازی جهان زندگی و هویت فرد است (اباذری و حمیدی، ۱۳۸۷).

مدیریت بدن: به هر نوع نظارت و دستکاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و آشکار بدن، که در قالب رویه‌های آرایشی و اعمال جراحی انجام می‌پذیرد، مدیریت بدن گفته می‌شود. مدیریت بدن چگونه نظم بخشیدن به بدن‌ها بعنوان نوعی پدیده‌ی فرهنگی^۲ است. جذابیت جسمانی از جمله موضوعاتی است که در این دوران استانداردهای جدیدی پیدا کرده، به طوری که مدیریت بدن واجد اهمیت و دلالت مضاعف گشته است و رفتارهای گوناگون بهداشتی نظیر بدن سازی، رژیم‌های غذایی، تجهیزات ورزشی و آرایشی مختلف برای مراقبت از بدن پدیدار شده است (رضایی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۴۲).

نظارت بر بدن: دو گونه تعریف برای آن ارائه شده است: نخست، هر گونه حفظ و کنترل بدن برای بازنمایی خویشتن در جریان زندگی روزمره، به گونه ای که خود فرد بر رفتارها و ژست‌های بدن خود احاطه داشته باشد؛ دوم، تحت انضباط در آوردن بدن ناشی از تسلط کانون قدرت برای کنترل ارادی حرکات بدن.

گفتمان بدن: بیان این واقعیت است که بدن بیش از آنکه جسم مادی باشد نوعی معنا است این معنا نه تنها در ذهن ما آدمیان، بلکه مهم تر از آن در مجموعه ساختارهای جمعی زندگی انسان به وجود می‌آید. به این معنا که از هر منظری که به بدن بنگریم، ناتوان از انکار فرهنگ دران هستیم (فاضلی، ۱۳۹۳، ۲۹۸).

زیباشناسانه شدن: رضای حس زیباشناختی رایج ترین و مرسوم ترین عاملی شناخته می‌شود که کنشگران اجتماعی را ترغیب میکند تا این اصلاحات و دگرگونی‌ها را بر سیمای ظاهری بدن‌های خود اعمال کنند (ذکایی، ۱۳۹۱، ۳۹۸).

جسمانیت انسان، تولید اجتماعی بدن، گفتمان‌های حاکم بر بدن، تاریخ اجتماعی بدن و تعامل پیچیده‌ی میان بدن، جامعه و فرهنگ را بررسی می‌کند (ترنر، ۱۹۹۴، به نقل از جواهری). اینها نشانه‌هایی از تولد مفهومی جدید با انگاره‌های متفاوت در فضای آکادمیاست. در این مطالعه، عوامل فردی موثر بر نگرش زنان شهر تهران نسبت به بدن مورد توجه است.

اهداف تحقیق

هدف کلی: شناسایی و بررسی عوامل تاثیرگذار بر نگرش زنان شهر تهران نسبت به مدیریت بدن

اهداف اختصاصی

- بررسی تاثیر عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به بدن در شهر تهران
- مقایسه دیدگاه آزمودنی‌ها در مورد تاثیر عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به بدن بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی

سوالات تحقیق

- عوامل فردی تا چه اندازه بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار است؟
- آیا ویژگی‌های جمعیت شناختی (تحصیل، پایگاه اقتصادی، سن،...) بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار است؟

تعریف مفهومی واژه‌ها

بدن: فهم بدن در چارچوب مطالعات فرهنگی و از طریق بازشناسی بدن به منزله‌ی جایگاه معنا بسط پیدا کرد. در مکتب فکری موس (۱۹۸۵، ۱۹۷۳) و بوردیو (۱۹۸۶) می‌توان رویه‌های لباس پوشیدن را به عنوان ابزارهای تکنیکی برای ساختن و ارائه دادن خویشتنی جسم مند تلقی کرد. زندگی بدن از طریق چینش

را ترویج می‌کند که بدن ناقل لذت و خود ابزاری است. (رضائی، ۱۳۸۹)

میشل فوکو^۴ را باید یکی از معروف ترین صاحب نظرانی دانست که در نوشته‌ها و کتابهای خود درباره پزشکی، زندان و جنسیت به بدن توجه نموده است. او بدن را به عنوان ابژه قدرت و دانش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و بدن را همچون فرآورده قدرت و دانش می‌پندارد و آن را ساخته و پرداخته اجتماع می‌داند. (ذکایی، ۱۳۸۷) بدن در دیدگاه فوکو، به کانون آفرینش، باز آفرینی و دگرگونی ساخت اجتماعی تبدیل می‌شود (لوپزو اسکات، ۱۳۸۵، ۱۴۵). در تاریخ جنسیت، فوکو با پیچیدگی هر چه تمام تر نشان می‌دهد که چگونه جامعه غربی از این رهگذر به جامعه‌ای معترف تبدیل می‌شود (فوکو ۱۳۸۳، ۶۹)، در این نگاه اعتراف منتهی به سوژگی و انقیاد است. (فوکو ۱۳۸۳، ۶۹) و این فردیت سازی در نهایت منجر به استیلای بر فرد می‌گردد.

از نظر گیدنز^۵، خودآرایی و تزیین خویشتن با پویایی خویشتن مرتبط است. در این معنا، پوشاک علاوه بر آن که وسیله مهمی برای پنهان سازی یا آشکار سازی وجوه مختلف زندگی شخصی است، نوعی وسیله خودنمایی نیز محسوب می‌شود؛ چرا که لباس آداب و اصول رایج را به هويت شخص پیوند می‌زند. (گیدنز، ۱۳۸۵، ۹۵).

گیدنز معتقد است در جوامع مدرن و جوامعی که مدرنیته بدان‌ها راه یافته، در فرایند هويت یابی، دشواری‌ها و آشفتگی‌هایی به وجود می‌آید. رواج فردگرایی، مادی گرایی ولذت جویی در این گونه جوامع، جریاناتی بیمارگون راگسترش می‌دهد که یکی از مظاهر آن، رواج خودشیفتگی و بروز شخصیت‌های خودشیفته است. او معتقد است که در جامعه مدرن، آدم‌ها مدام به خودشان مشغول اند و در پرتو معیارها و ارزش‌های مدرن به بازانديشی و تأمل درباره خودشان

نگرش: این مفهوم مانند هر مفهوم دیگری دارای تعاریف متعددی است. برخی آن را اینگونه تعریف نموده اند: «نگرش عبارت است از یک حالت عاطفی مثبت یا منفی نسبت به یک موضوع». در تعریف دیگر توجه به عناصر آن نیز مبذول شده است: «ترکیب شناختها، احساسها، و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معینی، نگرش شخص نسبت به یک موضوع اجتماعی است».

بدن در رویکرد جامعه‌شناسی

اروین گافمن کانون اصلی علاقه گافمن^۳ در اثر معروف او «نمود خود در زندگی روزانه» این است که چگونه مردم قادر هستند در بدن‌های خود دخالت کنند و آن را در جریان زندگی روزمره، متفاوت بسازند. گافمن فرهنگ لغات مشترک زبان بدن را برای اهمیت دادن به مدیریت و ظاهر بدن برای ایجاد خود اجتماعی و برای نگه داشتن کنش متقابل اجتماعی اساسی می‌داند. (شیلینگ، ۲۰۰۵: ص ۸ به نقل از ادیبی سده و دیگران، ۱۳۹۰، ۶۳).

گافمن نشان می‌دهد که بدن نه فقط موجودیتی ساده، بلکه وسیله ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال برونی است، و حالات چهره و حرکات بدن محتوای اساسی نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما مشروط به آنهاست و برای آنکه بتوانیم با دیگران در تولید و باز تولید روابط اجتماعی و هويت شخصی خود شریک شویم باید بتوانیم نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱).

فدرستون فرهنگ مصرفی مسئولیت حفاظت و نگهداری از بدن را به خود فرد می‌سپارد و او را تشویق می‌کند تا از راهبردهای ابزاری برای مبارزه با افول و فساد بدن خویش استفاده کند و این ایدئولوژی

می‌پردازند، در نتیجه بروز چالش‌های هویتی یکی از مشخصه‌های جوامع مدرن است (گیدنز، ۱۳۸۲).

بودریار^۶ نیز اظهار می‌دارد تصور ما از بدن خویش فقط بر اساس ادراک ما از بدن خود شکل نمی‌گیرد، بلکه از میانجیگری بدن ما در عوامل اجتماعی فرهنگی هم تاثیر می‌پذیرد. پس می‌توان گفت یکی از عناصر رضایت از خود، رضایت از بدن خود است. (جواهری، ۱۳۸۷).

بدن در رویکرد انسان‌شناسی

مارسل موس^۷ یک دانشمند در زمینه جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی اهل فرانسه بود. رابطه بدن و جامعه از انسان‌شناسی و مباحث مارسل موس^۸ آغاز شد. موس در مقاله "تکنیکهای بدن" پیوند میان تکنیکهای بدن و نظامهای اجتماعی را نشان داده و با استفاده از مفهوم عادت واره^۹ مختص بودن فعالیت‌های بدنی و جسمانی به یک فرهنگ و جامعه خاص نشان می‌دهد و آن را دستاوردهای تاریخی ای می‌داند که به واسطه آن مردمان یک فرهنگ و جامعه می‌آموزند که چگونه از بدنهایشان استفاده کنند. به نظر او چنین استفاده‌هایی فنی، سنتی و کارآمد هستند. آنها به وسیله مجموعه خاصی از حرکات یا فرمها شکل می‌گیرند و به وسیله ابزارهای تعلیم و آموزش به دست می‌آیند و هدف یا وظیفه معینی را انجام می‌دهند (کراسلی، ۱۹۹۵، ۱۳۴، به نقل از ذکائی، ۱۳۸۷).

بدن در رویکرد روان‌شناسی اجتماعی

لئون فستینگر (۱۹۱۹) که یک روان‌شناس بود، در بروکلین نیویورک به دنیا آمد و در سال ۱۹۸۹ در گذشت. شاید بتوان گفت که معروف‌ترین بخش نظریات او، که هنوز کاربرد فراوان در حوزه‌های مختلف روانشناسی دارد، نا هماهنگی شناختی است. به عقیده فستینگر، افراد تنها زمانی به مقایسه خود با

دیگران می‌پردازند که اطلاعات عینی درباره معیارها و استانداردها وجود نداشته باشد و هدف این مقایسه، تصحیح یا تدقیق ارزیابی شخصی‌شان از خود است. با این حال، فرض اساسی اکثر پژوهشهای انجام شده در زمینه تصویر بدن این است که افراد، بیشتر تمایل دارند تا ظاهر و بدن خود را با افراد زیباتر و جذاب‌تر نظیر مدل‌های مد لباس، ستاره‌های سینما و تلویزیون و ورزشکاران مقایسه نمایند (مقایسه اجتماعی صعودی) و نه با افراد زشت یا غیر جذاب (مقایسه اجتماعی نزولی). نتیجه این مقایسه، می‌تواند ایجاد یا تشدید نارضایتی از بدن و به دنبال آن اتخاذ رفتارهای جبران‌کننده مخاطره‌آمیز (نظیر اختلالات تغذیه، برنزه کردن، جراحی زیبایی، مصرف قرص‌های لاغری یا نیروزا) باشد (ریاحی، ۱۳۹۰).

فمینیسم لیبرال

فمینیست‌های لیبرال چنین استدلال می‌کنند که در جراحی زیبایی زنان به واسطه انتخاب‌های فردی در مقابل فشارهای فرهنگی پدرسالارانه مقاومت بهتری می‌کنند. لیبرال از عاملیت افرادی که به جراحی زیبایی روی می‌آورند سخن به میان آورده و آن را نشانه‌ای از کنترل بر خود و استقلال و انتخاب فردی می‌دانند، چرا که رابطه‌ای بین ظاهر خوب و احساس خوب داشتن وجود دارد. اگرچه زنان ممکن است تحت فشارهای فرهنگی به جراحی زیبایی روی بیاورند، اما در این اقدام حسی از رضایت، عینیت بخشی و مبارزه آنان برای کنترل بدنشان است که باید در تحلیل‌ها بدانها نیز توجه نمود. لیبرال از عاملیت افرادی که به جراحی زیبایی روی می‌آورند سخن به میان آورده و آن را نشانه‌ای از کنترل بر خود و استقلال و انتخاب فردی می‌داند (لاتام، ۲۰۰۸، ۹۹۷).

روش شناسی

کتاب و علاقمندی به تاتر-سینما-موسیقی) و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی ذکر شده است. پرسش نامه عوامل تاثیرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن: این پرسش نامه شامل ده سوال است که در طیف ۵ ارزشی لیکرت (خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵) طراحی شده است.

برای اعتبار محتوایی و صوری از تأیید استادان راهنما و مشاور و همچنین ۶ تن از صاحب نظران حوزه مدیریت فرهنگی جهت اعمال نظر استفاده شده است. پس از توزیع و عودت پرسشنامه‌ها، نظرات و پیشنهادها با نظر اساتید محترم راهنما و مشاور بررسی و در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید. ضمن اجرای مطالعه مقدماتی جهت تشخیص محدودیت‌های اجرایی و برطرف کردن ابهامات احتمالی پایایی پرسشنامه نیز بررسی شد. بدین منظور از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. بدین ترتیب ۴۰ پرسش نامه در میان بانوان عضو باشگاههای منطقه پنج تهران توزیع شد. در نهایت ضریب حاصله آلفای کرونباخ پرسش نامه‌ها ۰/۹۱ بدست آمد. به منظور سامان دادن، خلاصه کردن، طبقه بندی نمرات خام و توصیف اندازه‌های نمونه از آمار توصیفی (میانگین، حداقل، حداکثر، درصد، فراوانی، انحراف معیار و جدول‌ها) برای توصیف متغیرها در جامعه تحقیق استفاده شده است. همچنین در آمار استنباطی با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، خی دو و کروسکال والیس با استفاده از نرم افزار SPSS در سطح معناداری $P \leq 0/05$ استفاده شد.

یافته ها

نتایج جداول ۱ و ۲ فوق نشان می‌دهد که تمام عوامل فردی ذکر شده در جدول دارای میانگین بالاتر از حد متوسط (میانگین ۳) هستند و با توجه به اینکه میانگین مشاهده شده گویه‌ها تفاوت معناداری با میانگین مورد انتظار (حد متوسط ۳) وجود دارد،

روش پژوهش حاضر توصیفی بوده و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه زنان عضو باشگاه‌های ورزشی منطقه ۵ تهران می‌باشد که با مراجعه به تک تک باشگاههای ورزشی بانوان منطقه ۵ تهران، تعداد آن‌ها ۱۸۴۱ نفر بدست آمد. حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران ۳۱۷ نفر برآورد گردید. در این تحقیق از روش نمونه گیری خوشه ای متناسب با حجم استفاده شد. بدین صورت که از نواحی هفت گانه، سه ناحیه بصورت تصادفی انتخاب شد و از هر ناحیه دو باشگاه به صورت تصادفی انتخاب شد. سپس متناسب با حجم نسبی هر باشگاه نسبت به کل جامعه، تعداد نمونه متناسب برای هر باشگاه مشخص شد. در مرحله بعدی لیست اعضا هر باشگاه از مسئولین باشگاه گرفته شد و به صورت تصادفی نمونه اصلی هر باشگاه انتخاب شد. با توجه به اینکه برخی از پرسش نامه‌ها ناقص و غیرقابل استفاده بودند، از لیست خارج و نمونه‌های دیگری به صورت تصادفی جایگزین آنها گردید تا تعداد نمونه‌های مورد نیاز کاهش نیابد. با توجه به عدم وجود پرسش نامه استاندارد در این زمینه، از یک پرسش نامه ویژگی‌های جمعیت شناختی و یک پرسش نامه محقق ساخته به شرح زیر استفاده شد:

پرسش نامه ویژگی‌های جمعیت شناختی: این پرسش نامه شامل ۸ گویه است که سوالاتی شامل سن، وضعیت تاهل، تحصیلات شخصی، تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال، سطح اقتصادی خانواده، مجموع درآمد و وضعیت اقتصادی را در برمی گیرد. هر کدام از گویه‌ها با توجه به وضعیت جامعه آماری به صورت پاسخ بسته دسته بندی شده اند. در ادامه زیر در سه بخش پرسش هایی در زمینه دیانت (نماز و روزه)، سرمایه فرهنگی (علاقمند به مطالعه روزنامه و مجله

بنابراین می‌توان عنوان کرد که تمام عوامل فردی سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. تاثیرگذار برنگرش زنان نسبت به مدیریت بدن در

جدول ۱. عوامل فردی تاثیرگذار برنگرش زنان نسبت به مدیریت بدن

انحراف استاندارد	میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
۰/۹۸۶	۳/۳۸	۲	۷۴	۷۷	۱۲۸	۳۶	توانایی‌ها و قابلیت‌های کاربردی بدن
۱/۱۳۰	۳/۴۹	۲	۸۹	۴۶	۱۱۳	۶۷	احساس خطر به دلیل بیماری‌های استخوانی مانند بیماری‌های مفاصل پا و زانو، کمردردها، دیابت‌ها، برخی بیماری‌های قلبی و غیره
۱/۰۵۹	۳/۲۳	۱۸	۷۱	۷۲	۱۳۲	۲۴	آگاهی به این مطلب که "بدن‌ها خالق و ناقل لذت و منبعی برای تولید هیجان اند"
۰/۹۳۳	۳/۲۴	۱۷	۳۹	۱۳۲	۱۱۰	۱۹	استقلال و آزادی عمل بیشتر زنان نسبت به گذشته
۰/۸۷۴	۳/۴۸	۳	۵۲	۷۲	۱۷۰	۲۰	تغییر در درک زنان از "زیبایی"
۰/۹۶۹	۳/۱۶	۱۸	۵۶	۱۱۷	۱۰۹	۱۷	تغییر در شیوه و سبک زندگی بدلیل مدرن شدن جامعه امروزما
۰/۹۱۳	۳/۶۳	۴	۳۸	۷۳	۱۵۷	۴۵	کسب احساس رضایت فردی از خود
۱/۰۱۸	۳/۶۱	۷	۴۹	۶۱	۱۴۴	۵۶	داشتن احساس خوب داشتن، شوق و شادمانی
۰/۹۷۵	۳/۱۲	۱۳	۸۴	۸۱	۱۲۹	۱۰	افزایش توجه به خود و امکان تحقق آرزوها و خواسته
۰/۹۳۶	۳/۸۱	۷	۲۳	۶۳	۱۵۴	۷۰	بهبودی روحیه و افزایش اعتماد به نفس

جدول ۲. نتایج آزمون خی دو برای عوامل فردی تاثیرگذار برنگرش زنان نسبت به مدیریت بدن

سطح معناداری	DF	خی دو	
۰/۰۰۱	۴	۱۴۱/۸۱	توانایی‌ها و قابلیت‌های کاربردی بدن
۰/۰۰۱	۴	۱۱۳/۵۸	احساس خطر به دلیل بیماری‌های استخوانی مانند بیماری‌های مفاصل پا و زانو، کمردردها، دیابت‌ها، برخی بیماری‌های قلبی و غیره
۰/۰۰۱	۴	۱۳۳/۳۰	آگاهی به این مطلب که "بدن‌ها خالق و ناقل لذت و منبعی برای تولید هیجان اند"
۰/۰۰۱	۴	۱۸۲/۹۲	استقلال و آزادی عمل بیشتر زنان نسبت به گذشته
۰/۰۰۱	۴	۲۶۹/۷۰	تغییر در درک زنان از "زیبایی"
۰/۰۰۱	۴	۱۴۵/۴۴	تغییر در شیوه و سبک زندگی بدلیل مدرن شدن جامعه امروزما
۰/۰۰۱	۴	۲۱۰/۸۱	کسب احساس رضایت فردی از خود
۰/۰۰۱	۴	۱۵۶/۸۶	داشتن احساس خوب داشتن، شوق و شادمانی
۰/۰۰۱	۴	۱۶۴/۵۰	افزایش توجه به خود و امکان تحقق آرزوها و خواسته
۰/۰۰۱	۴	۲۰۶/۰۷	بهبودی روحیه و افزایش اعتماد به نفس

دلیل بیماری‌های استخوانی مانند بیماری‌های مفاصل پا و زانو، کمردردها، دیابت‌ها، برخی بیماری‌های قلبی و غیره، استقلال و آزادی عمل بیشتر زنان نسبت به گذشته (لاتام، ۲۰۰۸)، آگاهی به این مطلب که بدن‌ها خالق و ناقل لذت و منبعی برای تولید هیجان اند (ترنر، ۱۹۹۴)، تغییر در شیوه و سبک زندگی به دلیل مدرن شدن جامعه امروز ما، داشتن احساس خوب داشتن، شوق و شادمانی (بودریار، ۲۰۰۵)، کسب احساس رضایت فردی از خود، تغییر در درک زنان از زیبایی، افزایش توجه به خود و امکان تحقق آرزوها و خواسته و بهبودی روحیه و افزایش اعتماد به نفس (ذکایی و همکاران، ۱۳۸۷) بدن‌ها خالق و ناقل لذت و منبعی برای تولید هیجان اند (فدرستون، ۱۹۹۶) تاثیر بالاتر از حد متوسط بر نگرش زنان نسبت به بدن دارند.

یافته‌های مربوط به گویه‌ها بیشترین میانگین نمره، با ۳/۶۳ مربوط به گویه «کسب احساس رضایت فردی از خود» بوده است. بنابر این در عصر مدرن بارشده فردگرایی مفهوم خود به مثابه بخشی از رویکرد تاملی و بازاندیشی فرد مدرن رونق می‌یابد و فرد نوین به بازسازی هویت و تمایز همت می‌گمارد. در مجموع به نظر می‌رسد عوامل فردی می‌تواند نگرش نسبت به بدن زنان تحت تاثیر قرار دهد و به نوعی آن را در جهت مثبت تقویت نماید.

باتوجه به این نتیجه می‌توان به نظر بودریار استناد کرد که می‌گوید رضایت از خود، رضایت از بدن خوداست. و گویه «داشتن احساس خوب و شوق و شادمانی» بامیانگین ۳/۶۱ بوده است. باتوجه به این نتیجه می‌توان به نظریه فمینیسم استناد کرد که می‌گوید اگرچه زنان ممکن است تحت فشارهای فرهنگی به جراحی زیبایی روی بیاورند، اما در این اقدام حسی از رضایت، عینیت بخشی و مبارزه آنان برای کنترل بدنشان است و گویه در مجموع به نظر می‌رسد عوامل

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که تفاوت معناداری در مورد تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی سن، وضعیت تاهل، تحصیلات شخصی، تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال، وضعیت اقتصادی، میزان درآمد و وضعیت مسکن وجود دارد، با این حال تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس ناحیه سکونت تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۳. نتایج آزمون کروسکال والیس برای تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی

سطح معناداری	df	خی دو	ناحیه سکونت
۰/۵۰۰	۲	۱/۳۸۷	ناحیه سکونت
۰/۰۰۲	۴	۱۶/۶۳۹	سن
۰/۰۰۱	۲	۲۰/۵۲۱	وضعیت تاهل
۰/۰۰۱	۶	۳۷/۸۳۴	تحصیلات شخصی
۰/۰۰۱	۵	۸۴/۷۲۵	تحصیلات مادر
۰/۰۰۱	۵	۲۴/۴۳۸	وضعیت اشتغال
۰/۰۰۱	۳	۱۰۲/۰۷۷	وضعیت اقتصادی
۰/۰۰۱	۴	۴۶/۲۷۶	میزان درآمد
۰/۰۰۱	۲	۴۵/۰۳۴	وضعیت مسکن

بحث و نتیجه گیری

در این مبحث، هر یک از سوالات تحقیق مطرح شده و نتایج به دست آمده با سایر تحقیقات مورد مقایسه قرار خواهد گرفت.

سوال اول: عوامل فردی تا چه اندازه بر نگرش

زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار است؟

بر اساس نتایج جدول ۱ و ۲ حاکی از آن است که تمام عوامل فردی تاثیرگذار بر نگرش بانوان نسبت به بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. این موضوع نشان می‌دهد که عوامل فردی از جمله توانایی‌ها و قابلیت‌های کاربردی بدن، احساس خطر به

فردی می‌تواند نگرش نسبت به بدن زنان تحت تاثیر قرار دهد و به نوعی آن را در جهت مثبت تقویت نماید. جوامع فردی شده «ما، به نمایی می‌ماند که در آن انسان‌ها در نقش افراد بازی می‌کنند: یعنی در نقش کنشگرانی که باید به صورت خود مختار دست به انتخاب بزنند. فردگرایی جریانی است که آثار مشهودی در جوامع بر جای گذارده است. در فردگرایی ارتباط با گذشته، سنت و با دنیای معاصران از دست می‌رود و در کنار بعد مثبت امکان بالقوه بروز شکل منفی آن نیز وجود دارد. اما فردیت‌سازی مردم را از نقش‌های سنتی و محدودیت‌های آن به روش‌های مختلف آزاد ساخته ولی اشکال جدیدی از جبر اجتماعی را تولید می‌کند. نتیجه بسط همزمان فردگرایی و فردیت‌سازی پارادوکسی از آزادکردن و دریندکردن همزمان فرد است.

دارای پارادوکسی دانست که در چرخه میان فردیت، احساس رضایت فردی، تغییر درک زنان نسبت به زیبایی و استقلال و آزادی عمل زنان و عوامل فرهنگی و اجتماعی نقش ساختارهای اجتماعی و فشارهای اجتماعی و نیز در سیطره صاحبان سرمایه و مصرف‌گرایی قرار گرفته است و به نظر می‌رسد این عوامل باید بیشتر مورد توجه قرار گیرند و در جهت مثبت بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار باشند و به ارزش‌ها و اعتقادات فردی، دینی و اجتماعی و به درجاتی سرمایه فرهنگی رامورد توجه قرارداد شود و الگوها و عوامل فرهنگی به عنوان مشوق‌هایی برای درست اندیشیدن به جامعه معرفی شوند و تقلید از عامل‌های نابهنجار جلوگیری شود و نقش فرهنگ و تاکید بر سلامت و مراقبت و حفظ آن به مثابه امانتی الهی مورد توجه قرار گیرد.

منابع و مأخذ

آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان (۱۳۸۱)، بدن به مثابه رسانه هویت، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۱۶.

فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۳)، تاریخ فرهنگی ایران مدرن، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

فرشید فر، سید مهدی؛ امانی، ملیحه (۱۳۹۲). مطالعه جامعه‌شناختی انگیزه زنان از گرایش به جراحی‌های زیبایی. پژوهش نامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال چهارم، شماره ۲، ص ۲۲.

لوبروتون، داوید. (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی بدن. ترجمه‌ی ناصر کوهی. تهران: نشر ثالث.

دیبی سده، مهدی (۱۳۹۰)، تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، شماره ۲۹، ص ۵۹-۸۴

میناخانی، غلامرضا. (۱۳۹۰). ارتباط مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره. نشریه دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی. شماره ۴.

سوال دوم: آیا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (تحصیل، پایگاه اقتصادی، سن،...) بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن تاثیرگذار است؟

نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که تفاوت معناداری در مورد تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس متغیرهای جمعیت‌شناختی سن، وضعیت تاهل، تحصیلات شخصی، تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال، وضعیت اقتصادی، میزان درآمد و وضعیت مسکن وجود دارد. هر یک از این متغیرهای جمعیت‌شناختی می‌تواند در وضعیت تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش نسبت به بدن زنان تاثیرگذار باشد و نگرش آنها را تحت تاثیر قرار دهد، با این حال تاثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس منطقه سکونت تفاوت معناداری وجود ندارد.

با توجه به اینکه عوامل فردی تاثیرگذار بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند، به نظرمی رسد جراحی زیبایی را

- of women in menopause", International Journal of Human Sciences, Vol. 4, Issue: 2, pp. 1-14.
- Swami, Viren et al. (2008). The Attractive Female Body Weight and Female Body Dissatisfaction in 26 Countries across 10 World Regions: Results of the International Body Project I, Personality and Social Psychology
- Latham, Melanieh, 2005. The shape of things to come: Feminism, regulation and cosmetic surgery, Medical Law review, 16, Autumn.
- Crossley, N. (2005), Mapping reflexive body techniques: on and maintenance, Body & Society, vol.11 (1):pp 1-35, sage (London body modification Thousand Oaks and New Delhi.)
- Lennon, Sharron j & Rudd, Nancy A (1994), linkages between Attitudes towards Gender Roles, Body Satisfaction, self-esteem, and Appearance Management Behaviors in woman, family and consumer Sciences Research journal, 34:350-365
- ریاحی، محمد اسماعیل (۱۳۹۰)، بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میزان رضایت مندی از تصویر بدن، زن در توسعه و سیاست، دوره نهم، شماره ۳، از ص ۵-۳۵
- رضایی، احمد؛ اینانلو، مینا؛ فکری، محمد (۱۳۸۹). مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران. مطالعات راهبردی زنان، شماره ۴۷، ص ۱۷۰-۱۴۱.
- فاتحی، ابوالقاسم؛ اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷). مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن، مطالعه موردی زنان شهر شیراز. مطالعات راهبردی زنان، شماره ۱۱.
- ذکائی، محمد سعید و حمیده فرزانه (۱۳۸۷)، زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحیهای زیبایی در زنان تهرانی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره ۱۱، صص: ۴۵-۶۱.
- جواهری، فاطمه (۱۳۸۷). بدن و دلالت‌های فرهنگی - اجتماعی آن، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۱۱، صص ۳۷-۸۰
- اباذری، یوسف. وحمیدی. (۱۳۸۷). «جامعه شناسی بدن و پاره ای مناقشات». پژوهش زنان. دوره ششم.
- فوکو (۱۳۸۴)، پیدایش کلینیک: دیرینه شناسی ادراک، پزشکی، ترجمه یحیی امامی، تهران، نقش و نگار.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- Scott, Susie. (2010). How to Look Good (Nearly) Naked: The Per formative Regulation of the Swimmers Body, Body and Society, Vol. 16, No 2, PP.143-168.
- Farshidfar Z, Dastjerdi R, Shahabizadeh F. Acceptance of cosmetic surgery: body image concern, self -esteem and conformity. Social and Behavioral Sciences.2013; 84: 238 – 242.
- Khorshid, L., Eşer, İ, Denat, Y. & Cinar, Ş (2007). " An investigation into the body image

یادداشت‌ها

- ¹ . Sharp
- ² Cultural Phenomenon
- ³ Gaffman, E
- ⁴ Michel Foucault
- ⁵ Giddens
- ⁶ Baudrillard
- ⁷ Marcel Mauss
- ⁸ M. Mauss
- ⁹ Natural symbols