

## بررسی عوامل مؤثر در نگرش زنان عضو باشگاه‌های ورزشی منطقه پنج تهران به «مدیریت بدن»

فاطمه براتلو\*

مرجان خودی\*\*

### چکیده

هدف از این تحقیق بررسی عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر در نگرش زنان شهر تهران به «مدیریت بدن» است. جامعه آماری این پژوهش همه زنان عضو باشگاه‌های ورزشی منطقه پنج تهران است که تعداد آنان ۱۸۴۱ نفر به دست آمد. حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۳۱۷ نفر و روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود که روایی آن را چند تن از اساتید مدیریت فرهنگی تأیید کردند. پایایی ابزار پس از توزیع ۳۰ پرسش‌نامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۱ به دست آمد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار در قالب جداول و نمودارها) و آمار استنباطی (آلفای کرونباخ و آزمون دو جمله‌ای) با استفاده از نرم‌افزار SPSS در سطح معناداری  $P \leq 0/05$  استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که همه عوامل فردی اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. همچنین، اکثر عوامل فرهنگی و اجتماعی اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند و فقط چهار گویه «جراحی زیبایی زنان انتخاب‌های فردی آنان برای مقابله با فشارهای فرهنگی است»، «شکل بدنی خوب داشتن نمایش ثروت و قدرت خانواده‌ها از طریق زنان

\* استادیار پژوهشکده مطالعات اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)،

baratlou@ihcs.ac.ir

\*\* کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران،

khodimarjan@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۲۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۲/۱۴

و نوعی تظاهر به رفاه است»، «نمود زیباتر داشتن (زیبایی بیش‌تر) به ترمیم رفتارهای پرخاش‌گرانه کمک می‌کند»، و «درک زنان از عقیده شوهرانشان درباره ظاهرشان در نگرش آنان به بدن اثرگذار است» از بین عوامل فرهنگی و اجتماعی اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن در سطحی پایین‌تر از حد متوسط قرار دارند. علاوه بر این، اکثر گویه‌های اثرگذاری نگرش زنان به فناوری‌های نوین «مدیریت بدن» در نگرش آنان به ایجاد ضرورت برای نظارت بر بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند و فقط گویه «سهولت دسترسی به مطب‌ها و پزشکان لاغری و تغذیه» در سطحی پایین‌تر از حد متوسط است.

**کلیدواژه‌ها:** نگرش زنان، مدیریت بدن، نظارت بدن، فناوری‌های زیبایی، عوامل فرهنگی - اجتماعی.

## ۱. مقدمه

نگرش زنان به بدن مقوله‌ای اجتماعی است. افراد گوناگون با توجه به آگاهی‌های خود درک و تجربه متفاوتی از آن دارند. تجربه جمعی بدن‌ها به صورت بدن‌های زنانه و مردانه، بدن‌های ایدئولوژیک و سیاسی، بدن‌هایی با نشانگانی از طبقات اجتماعی گوناگون، یا بدن‌هایی با هویت‌های قومی یا هویت‌های اجتماعی معین حامل رمزگان پیچیده‌ای است. رمزگان متعددی که در تاریخ و جغرافیای متفاوت فرهنگی انتقال‌دهنده معناست. بدن‌های منفرد به مثابه پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی در جوامع تجسد می‌یابد. بدن‌ها در چنین وضعیتی هم دربردارنده مفهوم خود و هم بیان‌گر عوامل کارکردی و ساختاری در تعامل با محیط و دیگران‌اند (لیمون، ۱۹۹۱: ۱۲۷).

«مدیریت بدن» یا هر نوع نظارت و دست‌کاری مستمر در ویژگی‌های ظاهری و آشکار جسم با رویه‌های فعلی آرایشی / پیرایشی / فناوریانه صورت می‌گیرد. «نظارت بر بدن» یا کنترل بدن و بازنمایی خویشتن در جریان زندگی روزمره حکایت از نیاز فردی / ساختاری به «زیرکنترل‌درآوردن و انضباط بدن» دارد. بنابراین مفاهیم بدن برساخته‌ای با کارکردها و ویژگی‌های خاص خود است.

در ادوار پیشامدرن کارکرد بدن، به مثابه بخشی از حیات انسانی که از حوزه معرفت فاصله دارد، در رفتارهایی چون درازکردن گردن، سوراخ‌کردن گوش و بینی، کشیدن لاله گوش، تغییر در لب‌ها، انواع خال‌کوبی‌ها، باریک‌کردن جمجمه، روکش‌های طلائی دندان، تیزکردن دندان یا حکاکی روی دندان، و تیغ‌زنی روی پوست در برخی از تمدن‌های بشری نمود

می‌یافت و با انگیزه‌هایی چون دوری از بلا و خطر سحر و جادو و شیاطین، جلب رضایت خدایان، و اثبات خود در جایگاه عضوی از قبیله در حکم آداب و سنتی آیینی انجام می‌شد؛ اجرای رسوم و آیین‌های فرهنگی، تحت تأثیر آموزه‌های دینی یا بنا به تمایلات زیبایی‌شناسانه، به حریمی امن در اجتماعات می‌انجامید و گاه با ایجاد نشانگانی در ظاهر بر محبوبیت افراد یا جایگاهشان می‌افزود.

این‌گونه به‌نظر می‌رسد که تجربه زیسته بدن، آگاهانه و یا ناآگاهانه، همیشه برای انسان سرشار از معنا بوده است، حتی جایی که مفهوم بدن در تقابل با روح مفهوم‌سازی شده است، اما در اوضاع کنونی بدن‌ها عرصه تازه‌ای از زندگی و نوع تازه‌ای از تخیل را به‌وجود آورده‌اند. تا جایی که گاه توجه به بدن فقط یک انتخاب نیست، بلکه الزامی اجتماعی است. امروزه مدیریت بدن واجد اهمیت و دلالتی مضاعف شده است؛ برخی از صاحب‌نظران ظهور عصر جدید و تولد جامعه مصرفی‌نما (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۹) را علت دراولویت قراردادن بدن می‌دانند که واجد اهمیت و دلالت مضاعفی برای مدیریت با رفتارهای گوناگون بهداشتی نظیر بدن‌سازی، رژیم‌های غذایی، و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین به‌صورت تجهیزات ورزشی، آرایشی، پزشکی، و ... شده است (رضایی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۴۲).

برخلاف زمانی که توجه به ارزش‌های نمادین و خصلت‌های بازنمایانه بدن دلیلی برای قابلیت‌های بدنی و توانایی ادامه حیات بود، امروزه «مدیریت بدن» گاه جان متقاضیان را به‌خطر می‌اندازد. این پدیده فقط مختص جامعه ایرانی نیست، بلکه روش‌های بعضاً موقت نظارت بر بدن با عوارض جبران‌ناپذیر شیوعی گسترده دارد. براساس گزارش انجمن بین‌المللی جراحان پلاستیک (ISAPS) بیش از ۲۳ میلیون عمل جراحی و هم‌چنین تراسپ‌های زیبایی در سال ۲۰۱۳ انجام شده است. در سال ۲۰۱۴ در سراسر جهان ۴۰ هزار و ۲۷۷ پزشک جراح فقط حدود ۱۱ میلیون و ۶۰۰ هزار عمل جراحی زیبایی انجام داده‌اند. در کنار این تعداد حدود ۱۱ میلیون و ۹۰۰ مورد تراسپ زیباسازی نیز در سراسر جهان انجام شده است. زنان ۸۷/۲ درصد کل اقدامات انجام‌شده در سال ۲۰۱۳ را در سراسر جهان به خود اختصاص داده‌اند. فناوری‌های بهداشتی/ پزشکی روزبه‌روز شکل‌های متنوع‌تر و جدیدتری به‌خود می‌گیرند و انواع شیوه‌های اقناع تبلیغاتی مخاطب نیز توسعه می‌یابند و اثرگذارتر می‌شوند. شیوع استفاده از روش‌های جراحی و غیرجراحی زیبایی به بحث‌های بسیاری درباره چرایی و چگونگی آن منجر شده است، از تبحر متخصصان و فناوری‌های نوین در صنعت تجارت پزشکی تا مشکلات رفتاری و مسائل پیچیده اجتماعی و فرهنگی.

سهم ایران در این اقدامات ۰/۷ درصد بوده در حالی که جمعیت ایران ۰/۰۱ جمعیت دنیاست. این در حالی است که گاه مخاطرات و تبعات اجتماعی / روانی این نوع از رفتارها به مراتب نگران‌کننده‌تر از آسیب‌های پزشکی آن‌هاست.<sup>۱</sup> این نوع از کنش‌ها به‌ویژه در کلان‌شهرها از نوعی تغییر در نگرش افراد دلالت می‌کنند. با بسط مطالعاتی که به بازشناسی بدن به‌منزله جایگاه معنا می‌پردازند، می‌توان رویکردی نشانه‌شناختی به بدن اختیار کرد و در این چهارچوب به مشاهده و تحلیل بدنی درآمیخته با فرهنگ پرداخت. در این رویکرد بدن جایگاه اصلی بروز فرهنگ و هویت فرهنگی است. در این باره ماهیت اجتماعی جسمانیت انسان، تولید اجتماعی بدن، گفتمان‌های حاکم‌بر بدن، تاریخ اجتماعی بدن، و تعامل پیچیده بدن و جامعه و فرهنگ بررسی می‌شود (جواهری، ۱۳۸۷). چگونه جامعه عواطف را می‌سازد و پردازش می‌کند، شیوه‌هایی که انسان‌ها بدن‌های خود را مدیریت می‌کنند و از نظر اجتماعی ارزیابی می‌کنند، چگونگی نسبت‌دادن تغییرشکل‌دادن‌ها و نیز ارزش‌های سمبولیک خاص به اشکال بدنی خاص، و ... همه موضوعاتی است که در چهارچوب تعریف برساختن اجتماعی بدن قرار می‌گیرد (علیزاده، ۱۳۹۲).

به‌طور مشخص در مکتب فکری موس (۱۹۸۵، ۱۹۷۳) و بوردیو (۱۹۸۶) رویه‌های لباس پوشیدن ابزارهای تکنیکی برای ساخت و ارائه خویشنی جسم‌مندند. زندگی بدن از طریق چیش تکنیکی لباس‌ها، آرایه‌ها، و رفتارها شکل می‌گیرد؛ تولید و بازتولید بدن‌ها به زندگی روزمره شکل می‌دهد و بازسازی بدن‌ها بازسازی جهان، زندگی، و هویت فرد است (اباذری و حمیدی، ۱۳۸۷). در چنین اوضاعی مدیریت و نظارت بر بدن متأثر از مقتضیات فرهنگی و اجتماعی شامل عوامل متعددی مانند منابع هویت، سرمایه اجتماعی، و سرمایه فرهنگی خواهد بود.

## ۲. بیان مسئله

در امر «کالایی شدن بدن»، علاوه بر امکانات اجتماعی / اقتصادی، انگاره‌های فرهنگی را نمی‌توان نادیده گرفت. جامعه ایران در دهه‌های اخیر بی‌تأثیر از فرایندها و روندهای جهانی تحول فرهنگی و اجتماعی نبوده است؛ تغییراتی که نظریه‌پردازان اجتماعی با مفاهیم گوناگونی مانند رسانه‌ای شدن، شهری شدن، فناورانه شدن، بوروکراتیک شدن، زیبایی‌شناسانه شدن، تجاری شدن، کالایی شدن، اطلاعاتی شدن، مجازی شدن، دیجیتالی شدن (فاضلی، ۱۳۹۳: ۳۰۲)، و مصرف‌گرا شدن (رضایی و همکاران، ۱۳۸۸)

توصیف‌گر آن بوده‌اند جملگی بیان‌گر نوعی فشار اجتماعی است که طبقات و گروه‌های گوناگون را نشانه گرفته است. در فرایند عمومی تحول فرهنگ در عرصه جهانی، هم‌راه با تسهیل‌گری‌های ناشی از گسترش تعاملات مجازی و غیره، بدون اغراق زنان مخاطبان خوبی برای این سیاست‌ها و برنامه‌ها بوده‌اند که گاه با تحقیر و گاه با ترغیب سعی در تغییر وضعیت خود دارند. کارهای متفاوتی مانند آرایش، تاتوکردن، تغییر رنگ پوست، کاشت مو، رژیم‌های چاق‌کننده یا لاغرکننده، دست‌کاری در عضلات، کشش پوست، انواع روش‌های تناسب بدن، استفاده از انواع ژل‌ها/ داروها/ کرم‌ها، انواع تزریق‌ها، جراحی‌های زیبایی و ترابی‌ها در صورت و اندام‌ها، حجم‌دادن به اندام‌ها از طریق دارو، و دیگر روش‌های ترمیمی برای تغییر شکل صورت یا بدن راه‌کارهایی مرسوم بین زنان است.

این میل مضرات جسمی، روحی، و اقتصادی زیادی را به دنبال دارد؛ از جمله می‌توان کاهش نرخ باروری زنان و کاهش میل زنان به تجربه مادری، صرف وقت و هزینه اقتصادی زیاد، بی‌نظمی در تغذیه، مشکل اعتمادبه‌نفس، و تزلزل در خودانگاره شخصیتی را نام برد. مسائل مربوط به بدن از منظر باورهای اعتقادی/ ایدئولوژیک نیز چالش بزرگی در جامعه ایرانی است (فاضلی، ۱۳۹۳). از این نظر به‌ویژه در سیاست‌های فرهنگی باید مروری محققانه داشت، اما پیش‌نیاز آن مطالعات دقیق و همه‌جانبه‌ای است که در این باره صورت می‌پذیرد. در جهان رسانه‌ای شده امروز تغییر معیارهای زیبایی امر جدیدی نیست. نکته این‌جاست که در جهان رسانه‌ای شده قدرت نرم تحمیل معیارهای زیبایی از پیرامون/ دیگری اعمال می‌شود که به لحاظ قدرت رسانه‌ای و فناوری برتر است و توانایی آن را دارد تا کالبدهای ساخته‌شده فرهنگی/ اجتماعی خود را در تخیل و باور عمومی با هنرمندی، خاموش، و بی‌هیا هو به تصویر درآورد. همان‌گونه که فوکو به‌درستی بیان می‌کند: «کنترل بر بدن از طریق سرکوب اعمال نمی‌شود، بلکه کنترل از طریق تحریک صورت می‌گیرد» (فوکو، ۱۹۸۰: ۵۷).

این دلایل و دلایل دیگری از این دست بیان‌گر آن است که ما با مسئله‌ای ضروری، همه‌گیر، و در عین حال مدیریت‌ناپذیر یا حداقل با مدیریت پیچیده مواجه‌ایم. فارغ از رویکرد تحلیل جنسیتی نظریه‌پردازان فمینیست و ایده «سلطه‌های جنسیتی» آنان، در این‌جا انواع خشونت‌ها علیه بدن در دوگانه سلامتی- زیبایی به دلیل فرض تغییر نگرش‌ها و انگاره‌های فرهنگی معضل‌آفرین است. در این مقاله به دنبال آن‌ایم که جنبه‌هایی از این تغییر نگرش به «مدیریت بدن» را در گروهی از جامعه فعال زنان نمایان کنیم.

### ۳. فایده و هدف پژوهش

به لحاظ نظری، در این مقاله تلاش می‌کنیم تا با توجه به نشانه‌هایی از تولد مفهومی جدید با انگاره‌های متفاوت در فضای آکادمی، در مقایسه با جامعه، قدرت مفهوم «مدیریت بدن» را در مطالعات میدانی در جامعه ایران با ویژگی‌های فرهنگی/اجتماعی متمایز خودش محک بزیم و در رویکردی میان‌رشته‌ای ضمن آسیب‌شناسی، از ره‌گذر ارزیابی نگرش زنان درباره عوامل مؤثر در چگونگی توجه زنان به این امر، به مسئله «مدیریت بدن» پردازیم و از این طریق داده‌های مفیدی را درباره فضای غیررسمی فرهنگ عمومی آشکار کنیم.

### ۴. چهارچوب نظری پژوهش

در این بخش، با توجه به رویکرد میان‌رشته‌ای، نخست ادبیات تحقیق درباره مفهوم «بدن» در اندیشه‌های مطرح در حوزه‌های گوناگون جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، مطالعات فرهنگی، و روان‌شناسی اجتماعی به اختصار تبیین و در نهایت الگوی مفهومی ارائه شده است.

در حوزه جامعه‌شناسی، اروین گافمن (Gaffman, 1982-1922) در اثر معروفش نمود خود در زندگی روزانه به این پرداخته است که چگونه مردم قادرند با دخالت در امور بدن‌های خود آن را در جریان زندگی روزمره متفاوت کنند. گافمن ایجاد خود اجتماعی و کنش متقابل اجتماعی را در اهمیت یافتن ظاهر بدن و مدیریت آن اساسی می‌داند (ادبی سده، ۱۳۹۰: ۶۳). وی نشان می‌دهد که بدن موجودیتی ساده نیست، بلکه در عمل وسیله‌ای برای کنارآمدن با اوضاع و احوال بیرونی است. حالات چهره و چگونگی رفتارها و حرکات بدن محتوای اساسی نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما مشروط به آن‌هاست. برای آن‌که بتوانیم با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی و هویت شخصی خود شریک شویم باید بتوانیم نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم (آزادارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱).

میشل فوکو (Foucault, 1926-1984) را باید یکی از معروف‌ترین صاحب‌نظرانی دانست که در نوشته‌ها و کتاب‌های خود درباره پزشکی، زندان، و جنسیت به بدن توجه کرده است. او بدن را به مثابه ابژه قدرت و دانش تجزیه و تحلیل می‌کند و آن را هم‌چون فرآورده‌ای از قدرت و دانش می‌پندارد که در اجتماع ساخته و پرداخته شده است (ذکائی، ۱۳۸۷). بدن در دیدگاه فوکو به کانون آفرینش، بازآفرینی، و دگرگونی ساخت اجتماعی تبدیل می‌شود (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۴۵).

آنتونی گیدنز (Giddens, 1938) از مشهورترین جامعه‌شناسان بریتانیایی است. از نظر او خودآرایی و تزئین خویشتن با پویایی خویشتن در ارتباط است. در این معنا، پوشاک علاوه بر آن که وسیله مهمی برای پنهان‌سازی یا آشکارسازی وجوه گوناگون زندگی شخصی است، وسیله‌ای برای خودنمایی نیز محسوب می‌شود، چراکه لباس آداب و اصول رایج را به هویت شخص پیوند می‌زند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۹۵). به اعتقاد گیدنز، برای آن که بتوانیم به‌طور مساوی با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم و موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم (همان: ۸۶-۸۷). نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه ویژگی‌های ظاهری رؤیت‌پذیر از جمله طرز پوشش و آرایش است که به‌طور معمول به‌مثابه نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها به‌کار گرفته می‌شوند. کردار متمایزکننده آن است که بدانیم افراد از نمای ظاهری خود چگونه در فعالیت‌های روزمره استفاده می‌کنند؛ به‌ویژه در عصر جدید بعضی از انواع نماهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیتی خاص یافته‌اند (همان: ۱۴۴).

بورديو (Bourdieu, 1930-2002) تحلیل خود از بدن را به تولید و تبدیل سرمایه پیوند می‌زند. از نظر او، سرمایه هر گونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاص مؤثر واقع می‌شود. بورديو تولید سرمایه فیزیکی را در گرو توسعه و گسترش بدن می‌داند که به موجب آن بدن در زمینه‌های اجتماعی حامل ارزش قلمداد می‌شود. بورديو در بحث سرمایه اجتماعی خود نیز به مسئله بدن می‌پردازد و آن را منبعی برای سرمایه‌های اجتماعی می‌داند. او بر این باور است که طبقات اجتماعی گوناگون به شیوه‌های متفاوتی با بدن خود برخورد می‌کنند؛ از این رو بدن عاملی مقایسه‌ای است که تقسیمات جامعه را خواه بین جنسیت‌ها و یا طبقات اجتماعی تجلی می‌بخشد. به عبارت دیگر، بدن افراد با معانی و ارزش‌های مرتبط با جایگاه‌های ساختاری آنان انطباق می‌یابد. بدین ترتیب، بدن در حکم شکلی جامع از سرمایه فیزیکی می‌تواند دربردارنده منزلت و شکل‌های نمادین متمایزکننده‌ای باشد که با هویت افراد در پیوند است (موحد، ۱۳۹۱).

مایک فدرستون (Featherstone, 1946) جامعه‌شناس بریتانیایی است. او در کتاب فرهنگ مصرفی و پسامدرنیسم با تشریح تأثیرات مدرنیته متأخر یا پسامدرنیسم علاقه عامه مردم به کامل جلوه‌دادن، فریبندگی و کنترل بدن، خلاقیت در سبک زندگی خویش، و مصرف سبک‌های متغیر را از ویژگی‌های این مرحله از تکامل اجتماعی و اقتصادی جوامع می‌داند. از نظر او 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 بدن خویش استفاده کند. فرهنگ مصرفی این ایدئولوژی را ترویج می‌کند که بدن ناقل لذت و خودابرازی است (رضایی، ۱۳۸۹).

نوربرت الیاس (Elias, 1897-1990) جامعه‌شناس آلمانی است. *فرایند متملن‌شدن* الیاس در سال ۱۹۳۹ در سوئیس منتشر شد. او در *فرایند متملن‌شدن*، با تشریح تحول فرهنگ بدن از عهد عتیق تا دوران معاصر، سعی داشته است تا فرایند منضبط‌کردن بدن و کنترل رفتارهای پرخاش‌گرانه را نشان دهد (ذکائی، ۱۳۸۶: ۱۷۵). الیاس تلاش برای زیبایی بیش‌تر یا برخورداری از نمود زیباتر را نمونه‌ای از نمایش رمزگونه بدن می‌داند. این نمود مبتنی بر حرکتی گویا به‌منظور بیان احساسات فردی از طریق اجتماعی و به‌تبع آن کسب قدرت اجتماعی و دسترسی به ارزش‌های فرهنگی است (اتکینسون، ۲۰۰۸ به نقل از حیدری، ۱۳۸۹).

برایان ترنر (Turner, 1945) نیز سعی دارد مقوله بدن را در نظریه اجتماعی احیا کند. او بدن را به‌مثابه نظام نشانه‌هایی با معانی و نمادهای اجتماعی مفهوم‌پردازی کرده است و در واقع آن را نظامی از علائم تفسیر می‌کند که نشان‌دهنده روابط قدرت است. ما برای خلق لذت بدن‌ها را منظم و قانونمند می‌کنیم. به اعتقاد ترنر تغییر مکان مطالعه بدن از حوزه نیروهای مقدس به واقعیات دنیوی به‌واسطه فرایند سکولارشدن انجام شده است (توسلی، ۱۳۹۱).

ژان بودریار (Baudrillard, 1929-2007) نظریه‌پرداز پسا مدرنیته و پسا ساختارگرایی است. او اظهار می‌دارد که تصور ما از بدن خویش فقط براساس ادراک ما شکل نمی‌گیرد، بلکه میانجی‌گری عوامل اجتماعی - فرهنگی هم اثرگذار است. در اوضاعی که یکی از عناصر رضایت از خود رضایت از بدن خود است (جواهری، ۱۳۸۷)، بودریار معتقد است رسانه‌های جمعی در قرن ۲۱ از نمایش یک الگوی تکراری از شکل بدن حمایت می‌کنند؛ مطالب انتشار یافته درباره مشاهیر و ستارگان سینمایی در رسانه‌های گوناگون به تقویت چنین پیام‌هایی منجر می‌شود (ادیبی‌سده، ۱۳۹۰).

تورستین وبلن (Veblen, 1857) اولین تئوری جامعه‌شناختی راجع به مد و زیبایی را ارائه کرد. او عرضه مد و تجمل‌گرایی را بعدی از توسعه اقتصادی در اروپا می‌داند که بیش‌تر در حوزه زنان اتفاق افتاده است. طبقه ثروتمند قدرت خود را از طریق زنان خود نمایش می‌دهند. در همین جریان، اندیشه تظاهر به تن‌آسایی برای زنان بیش از مردان طبقه خویش قوت گرفت. زنان طبقه مرفه زینت خانواده شدند. تحت تأثیر آداب این دوران، نظام اجتماعی امروز زن را موظف می‌کند تا توانایی خانواده در صرف هزینه را به‌نمایش گذارد (رفعت‌جاه، ۱۳۸۶: ۱۵۲).



اما درباره بدن در رویکرد انسان‌شناسی می‌توان به مارسل موس (Muss, 1872-1950) اشاره داشت. رابطه بدن و جامعه از انسان‌شناسی و مباحث او آغاز شد. موس در مقاله «تکنیک‌های بدن» پیوند میان تکنیک‌های بدن و نظام‌های اجتماعی را نشان می‌دهد و با استفاده از مفهوم عادت‌واره (natural symbols) مختص بودن فعالیت‌های بدنی و جسمانی را به فرهنگ و جامعه‌ای خاص نشان می‌دهد و آن را دستاورد تاریخی‌ای می‌داند که به‌واسطه آن مردمان در یک فرهنگ و جامعه می‌آموزند که چگونه از بدن‌هایشان استفاده کنند. به نظر او چنین استفاده‌هایی فنی، سنتی، و کارآمد است. آن‌ها به‌وسیله مجموعه خاصی از حرکات یا فرم‌ها شکل می‌گیرند و به‌وسیله ابزارهای تعلیم و آموزش به‌دست می‌آیند و هدف یا وظیفه معینی را دنبال می‌کنند (کراسلی، ۱۹۹۵: ۱۳۴، به نقل از ذکائی، ۱۳۸۷).

مری داگلاس (Douglas, 1921-2007)، یکی دیگر از صاحب‌نظران حوزه انسان‌شناسی، بدن را به‌مثابه متنی فرهنگی در نظر می‌گیرد که ارزش‌های فرهنگی، اشتغال، و اضطراب‌های فرهنگی خاص را منعکس می‌کند و تجلی عینی بدان می‌بخشد (ذکائی، ۱۳۸۷: ۱۲۲). داگلاس در اثر کلاسیک خود موسوم به *خطر و خلوص* (۱۹۷۰) شیوه‌هایی را تشریح می‌کند که براساس آن بدن به‌منزله نمادی از جامعه عمل می‌کند. او استدلال می‌کند که بدن مدلی است که می‌تواند بیان‌گر هر گونه نظام اجتماعی مشخصی باشد. داگلاس نوعی مبادله مستمر در معانی بین بدن جسمانی و بدن اجتماعی را تشخیص می‌دهد و معتقد است هر یک دیگری را تقویت می‌کند (همان). بدین ترتیب، در اثر داگلاس و سنت مردم‌شناسی او تأکید بر این است که در فرهنگی خاص بدن چگونه بازنمایی و به مکانی برای شیوه‌های رفتاری و اعمال دلالت‌کننده در جامعه تبدیل می‌شود.

نانسی شپر هیوز (Scheper-Hughes) و مارگارت لاک (Lock) سه نوع بدن را مشخص می‌کنند: بدن خود، بدن منفرد، یا اختصاصی (individual body-self) که وجه طبیعی‌تر بدن و جدای از دیگر بدن‌هاست و همه درکی مشترک از آن دارند؛ بدن اجتماعی (social body) که بدن را به‌مثابه نمادی طبیعی (natural symbol) برای تفکر درباره سرشت و طبیعت خود می‌داند؛ و بدن سیاسی (body politic) که به کنترل و نظارت بر بدن‌ها اشاره دارد. هیوز و لاک از استعاره‌های بدن استفاده می‌کنند و خاطر نشان می‌کنند که بروز و اظهار احساس برگرفته از فرهنگ نشان‌دهنده پیوند میان ذهن و سه بدن فردی، اجتماعی، و سیاسی است. رویکرد مطالعات فرهنگی بدن به شرح، تحلیل، و گاه مقایسه کنش‌های جسمانی در متن فرهنگی و اجتماعی آن می‌پردازد و رفتارهای بدنی را، علاوه بر وجه زیستی و عینی آن،

سازه‌های زبانی، گفتمانی، تاریخی، و البته اجتماعی و فرهنگی می‌داند. این مطالعات دربرگیرنده طیف وسیعی از موضوعات مطالعاتی است که از جمله آن‌ها می‌توان به مطالعات ورزش و بازی و تفریح، سلامت و بهداشت، اصلاح و تغییر بدن، آداب و منش‌های رفتاری، پوشش و تزئین بدن، مکان و فضا، ارتباطات غیرکلامی، مد و زیبایی، روابط جنسی، بیماری و مرگ، و رابطه میان بدن و نیروهای ماوراءالطبیعه اشاره کرد (ذکائی و امن‌پور، ۱۳۹۱: ۱۲). مطالعات فرهنگی بدن نشان می‌دهد که بدن‌های انسانی چگونه فهمیده می‌شوند، یعنی درک افراد از بدنی که آن را در تصرف خود دارند و نیز معنایی که برای جامعه دارد چگونه است، و عوامل انسانی چگونه بدن‌های خود را مدیریت، رسیدگی، درمان، یا متحول می‌کنند (همان: ۴۰).

دیک هبداچ (Hebdige, 1951) با تحلیل خرده‌فرهنگ‌های خیابانی، نظیر پانک، بدن را نخستین محمل هویت آنان برمی‌شمارد و معتقد است که آنان به جای امر مصرف بر بدن‌هایشان به‌مثابه ابزار تجلی تکیه می‌کنند، چراکه بدن یکی از معدود ابزارهایی است که در اختیار دارند (دیورینگ، ۱۳۸۲: ۱۵). این خرده‌فرهنگ‌ها سبک‌ها را تلفیق و با یک‌دیگر پیوند می‌دهند، به‌گونه‌ای که معنای خاص و جدیدی به‌دست آید. هبداچ رفتار این خرده‌فرهنگ‌ها را نوعی مقاومت در مقابل مصرف‌گرایی و نیز بی‌کاری می‌داند و بنابراین خصلتی سیاسی بدان می‌بخشد.

آنجلا مکرابی (Macrabbi, 1956) از صاحب‌نظران مطالعات فرهنگی، با الهام از عقاید آلتوسر و گرامشی، به رواج ایدئولوژی حاکم، تحلیل نشانه‌شناختی ایدئولوژی حاکم، و نیز بازتولید آن در میان دختران جوان اشاره دارد. او به رمزگشایی از مجله جکی، مجله‌ای برای دختران نوجوان، می‌پردازد و چهار رمز را مشخص می‌کند؛ از جمله رمز مد و زیبایی که به خوانندگان می‌آموزد چگونه لباس بپوشند و به نیازهای ایدئولوژی پاسخ دهند و به حیطة مصرف‌گرایی زنان قدم می‌گذارد (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۶۹).

در رویکرد روان‌شناسی اجتماعی به بدن، ناهماهنگی شناختی از معروف‌ترین نظریات لئون فستینگر (Festinger, 1919-1989) است که هنوز کاربرد فراوان در حوزه‌های گوناگون روان‌شناسی دارد. براساس نظریه کلاسیک فستینگر در زمینه مقایسه اجتماعی، افراد انگیزه‌ای درونی برای ارزیابی ابعاد خود (توانایی، نگرش، و موقعیت) دارند. چگونگی مقایسه افراد با دیگران، مقایسه اجتماعی صعودی یا مقایسه اجتماعی نزولی، در ارزیابی آنان از خود اثرگذار است. با این حال، فرض اساسی اکثر پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه تصویر بدن از نوع مقایسه اجتماعی صعودی است. نتیجه این مقایسه می‌تواند ایجاد یا

تشدید نارضایتی و به دنبال آن اتخاذ رفتارهای جبران‌کننده مخاطره‌آمیز باشد (ریاحی، ۱۳۹۰).

فمینیست‌ها به درگیری زنان با صنعت زیبایی با دیدی انتقادی می‌نگرند. آنان زنان را قربانیان هنجارهای زیبایی و ایدئولوژی زنانه‌ای می‌دانند که بر آنان تحمیل می‌شود. بر این اساس، رویه‌های زیبایی زنان را زیر فشارهای ساختاری سیستم زیبایی قرار می‌دهند. فمینیست‌های موج دوم خیلی بیش‌تر از گذشتگان زیبایی و متعلقاتش را جایگاه اصلی ستم بر زنان می‌دانستند و معتقد بودند که همه‌ی اسباب فرهنگ عامه شامل مجله‌های زنان، تبلیغات، و صنعت مد و زیبایی آرزوها و اهداف زنان را تقلیل‌گرایانه جهت می‌دهند. فمینیست‌های رادیکال از بازتولید ستم جنسی سخن می‌گویند و معتقدند که معیارهای زیبایی معانی‌ای از کنترل اجتماعی‌اند که نخبگان قدرت به‌کار می‌برند (موحد، ۱۳۹۱). فمینیست‌های لیبرال به جامعه‌پذیری متفاوت دختران و پسران اشاره دارند و زنانگی را امری اجتماعی می‌دانند. به‌زعم آنان، فرد توان‌رهایی از کلیشه‌های رایج زنانگی را ندارد. جامعه و فرهنگ حاکم بر آن به یک دختر از همان آغاز سنین کودکی می‌آموزد که اساسی‌ترین ویژگی او خصیصه‌ی زنانگی است و او باید خود را با این خصیصه تعریف کند. فمینیست‌های مارکسیست و سوسیالیست نظام سرمایه‌داری و فرهنگ مصرفی را عامل اصلی نارضایتی زنان از ظاهر و بدن خود می‌دانند، چراکه معتقدند این نظام زنان را هدف اصلی مصرف‌گرایی خود قرار داده است. به‌عبارتی، بهبود کیفیت زندگی و نیز منطق نظام سرمایه‌داری، یعنی بازار مصرف‌انبوه و سود فراوان، به موازات یک‌دیگر و البته با یاری رسانه‌ها مصرف و میل به مصرف‌گرایی را افزایش می‌دهند و هر روز بیش از قبل زنان را به این سو سوق می‌دهند. بنابراین زنان در عصر مصرف‌گرایی و تبلیغات هویت خود را در ارتباط با ظاهر خود تعریف می‌کنند. آن‌چنان که می‌توان گفت: «ظاهر، بدن، و هویت با مصرف‌گرایی قرن بیست‌ویکم پیوند خورده است» (Frost, 2003).

با مرور ادبیات موضوع، اکنون سؤالات تحقیق به‌صورت زیر بیان می‌شود:

۱. عوامل فردی تا چه اندازه در نگرش زنان به مدیریت بدن اثرگذار است؟
۲. عوامل فرهنگی و اجتماعی تا چه اندازه در نگرش زنان به مدیریت بدن اثرگذار است؟
۳. نگرش زنان به فناوری‌های نوین پزشکی - سلامتی تا چه اندازه در نگرش آنان به ضرورت نظارت و مدیریت بدن اثرگذار است؟

## ۵. روش اجرای تحقیق

روش در این تحقیق کمی و توصیفی - پیمایشی است. با توجه به نبود پرسش‌نامه معیار در این زمینه از پرسش‌نامه محقق ساخته در این تحقیق استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای چند بخش به شرح زیر است:

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: شامل هشت گویه است که سؤالاتی شامل سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، وضعیت اشتغال و درآمد، پای‌بندی به نماز و روزه، علاقه‌مندی به مطالعه روزنامه و مجله و کتاب، علاقه‌مندی به تئاتر و سینما و موسیقی، و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی را شامل می‌شود و هر کدام از گویه‌ها با توجه به وضعیت جامعه آماری به صورت پاسخ بسته دسته‌بندی شده‌اند.

فعالیت‌های کنترل و مدیریت بدن: شامل شش گویه ورزش، پیاده‌روی، رژیم غذایی، فناوری‌های پزشکی، عمل جراحی برای اصلاح یا تغییر شکل صورت یا بدن، و استفاده از معاینه و آزمایش‌های ادواری به منظور اطمینان از سلامت است. برای سنجش پاسخ آزمودنی‌ها از طیف پنج‌ارزشی لیکرت (خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵) استفاده شده است.

عوامل اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن: تأثیر عوامل فردی شامل ده سؤال، تأثیر عوامل فرهنگی - اجتماعی شامل ۳۱ سؤال، و تأثیر فناوری‌های نوین شامل ده سؤال است که در طیف پنج‌ارزشی لیکرت (خیلی مخالفم=۱ تا خیلی موافقم=۵) طراحی شده است.

اعتبار محتوایی و صوری به تأیید هشت تن از اساتید و صاحب‌نظران رسید. به‌طور مشخص در این مرحله هماهنگی سؤالات با اهداف پژوهش و با ابعاد متغیرها، هماهنگی بین نوع و تعداد سؤالات، حذف یا اضافه کردن سؤالات، و دیگر موارد انجام شد. در اجرای مقدماتی ۴۰ پرسش‌نامه در میان بانوان عضو باشگاه‌های منطقه پنج تهران توزیع شد. پایایی پرسش‌نامه با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ به صورت زیر به دست آمد.

جدول ۱. پایایی ابزار اندازه‌گیری

عوامل	مقدار آلفای کرونباخ
عوامل فردی	۰/۷۷۴
عوامل اجتماعی و فرهنگی	۰/۷۱۶
عوامل فناوری‌های نوین	۰/۸۹۴

مقادیر آلفا بیش تر از ۰/۷ و قابل قبول است. در این مرحله از عوامل فردی چهار سؤال و از عوامل فناوری نوین نیز پنج سؤال حذف شد. جامعه آماری این پژوهش همه زنان عضو باشگاه‌های ورزشی منطقه پنج تهران است. با مراجعه به تک تک باشگاه‌های ورزشی بانوان منطقه پنج تهران تعداد آنان ۱۸۴۱ نفر به دست آمد (جدول ۲).

جدول ۲. وضعیت جامعه آماری

درصد	حجم جامعه	تعداد باشگاه	
۹/۸	۱۸۱	۵	ناحیه ۱
۸/۹	۱۶۵	۳	ناحیه ۲
۱۹	۳۵۰	۷	ناحیه ۳
۱۷/۴	۳۲۱	۵	ناحیه ۴
۱۲/۳	۲۲۶	۳	ناحیه ۵
۱۷/۳	۳۱۸	۶	ناحیه ۶
۱۵/۳	۲۸۰	۶	ناحیه ۷
۱۰۰	۱۸۴۱	۳۰	مجموع

حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۳۱۷ نفر برآورد شد.

$$n = \frac{Nt^2pq}{Nd^2 + t^2pq} = \frac{1841 \times 3.84 \times 0.5 \times 0.5}{1841 \times 0.0025 + 3.84 \times 0.5 \times 0.5} = 317$$

جدول ۳. اطلاعات مربوط به محاسبه حجم نمونه

۱۸۴۱	حجم جامعه	N
۳۱۷	حجم نمونه	N
۱/۹۶	سطح اطمینان قابل قبول	T
۰/۵	نسبتی از جمعیت دارای صفت معین	P
۰/۵	نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین	Q
۰/۰۵	دقت احتمالی مطلوب یا فاصله اطمینان	D

روش نمونه‌گیری تصادفی از نوع نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب با حجم است. از نواحی هفت‌گانه سه ناحیه و از هر ناحیه دو باشگاه به صورت تصادفی انتخاب شد. سپس متناسب با

کل جامعه تعداد نمونه متناسب برای هر باشگاه مشخص شد. در توزیع، اسامی اعضا در هر باشگاه از مسئول مربوطه گرفته شد و به صورت تصادفی نمونه‌گیری انجام شد. پرسش‌نامه‌های عودت داده‌شده ناقص از مجموعه پرسش‌نامه‌ها خارج و نمونه‌های دیگری به صورت تصادفی جانشین آن‌ها می‌شدند تا تعداد نمونه‌ها از میزان مقرر چندان کاهش نیابد.

جدول ۴. فراوانی و درصد نمونه آماری

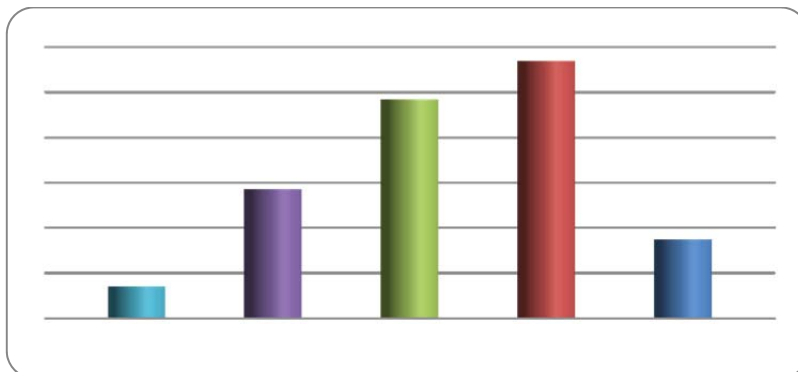
طبقات	حجم نمونه	درصد	تعداد باشگاه انتخابی	حجم نمونه	درصد
ناحیه ۱	۷۰	۰/۲۲	۲	۳۲	۰/۱۰
				۳۸	۰/۱۲
ناحیه ۳	۱۳۶	۰/۴۳	۲	۷۹	۰/۲۵
				۵۷	۰/۱۸
ناحیه ۵	۱۱۱	۰/۳۵	۲	۵۱	۰/۱۶
				۶۰	۰/۱۹
مجموع	۳۱۷	۱۰۰	۱۱	۳۱۷	۱۰۰

به آزمودنی‌ها توضیحات ضروری در خصوص نحوه تکمیل پرسش‌نامه داده شده است. در نهایت ۳۱۷ پرسش‌نامه تجزیه و تحلیل شد. به منظور سامان دادن، خلاصه کردن، طبقه‌بندی نمرات خام، و توصیف اندازه‌های نمونه از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، و ...) در جامعه تحقیق استفاده شده است. هم‌چنین در آمار استنباطی با استفاده از آزمون دوجمله‌ای از نرم‌افزار SPSS در سطح معناداری  $P \leq 0/05$  استفاده شد.

## ۱.۵ توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی

جدول ۵. وضعیت سن آزمودنی‌های تحقیق

سن	فراوانی	درصد فراوانی
۲۰ سال و پایین‌تر	۳۵	۱۱
۲۱-۳۰ سال	۱۱۴	۳۶
۳۱-۴۰ سال	۹۷	۳۰/۶
۴۱-۵۰ سال	۵۷	۱۸
۵۱ سال به بالا	۱۴	۴/۴
مجموع	۳۱۷	۱۰۰

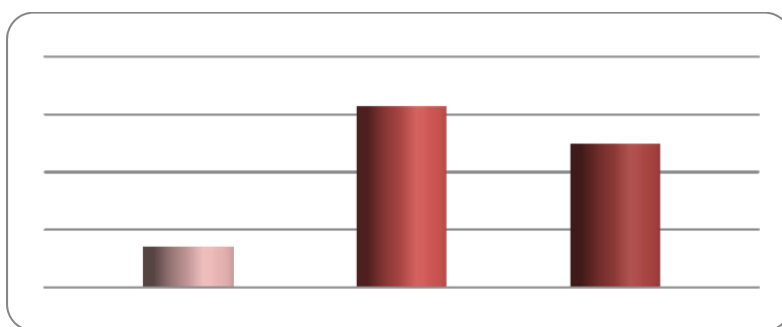


نمودار ۱. وضعیت سن آزمودنی‌های تحقیق

بیشترین تعداد آزمودنی‌ها در رده سنی ۲۱-۳۰ سال قرار دارند (۳۶ درصد) و آزمودنی‌های با سنین ۳۱-۴۰ سال با قدری فاصله در رتبه دوم قرار دارند. رده سنی ۵۱ سال به بالا دارای کمترین فراوانی است.

جدول ۶. وضعیت تأهل آزمودنی‌های تحقیق

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۱۲۵	۳۹/۵
متأهل	۱۵۷	۴۹/۵
دیگر	۳۵	۱۱
مجموع	۳۱۷	۱۰۰

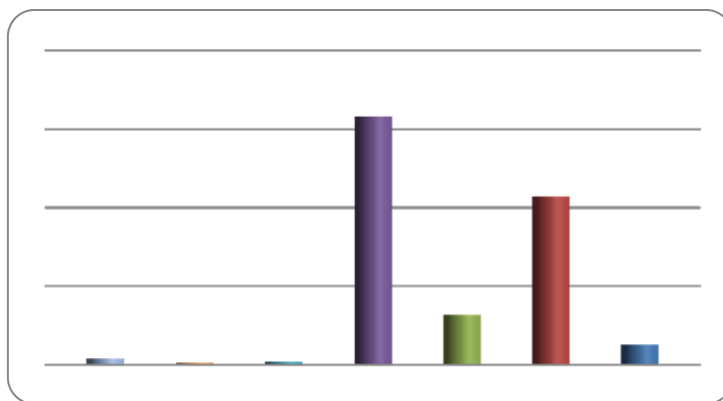


نمودار ۲. وضعیت تأهل آزمودنی‌های تحقیق

نتایج جدول و نمودار فوق حاکی از آن است که بیش‌تر آزمودنی‌ها متأهل‌اند (۴۹/۵ درصد).

جدول ۷. میزان تحصیلات شخصی آزمودنی‌های تحقیق

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
زیردیپلم	۱۳	۴/۱
دیپلم	۱۰۷	۳۳/۸
کاردانی	۳۲	۱۰/۱
کارشناسی	۱۵۸	۴۹/۸
کارشناسی ارشد	۲	۰/۶
دکتری	۱	۰/۳
دیگر	۴	۱/۳
مجموع	۳۱۷	۱۰۰



نمودار ۳. میزان تحصیلات شخصی آزمودنی‌های تحقیق

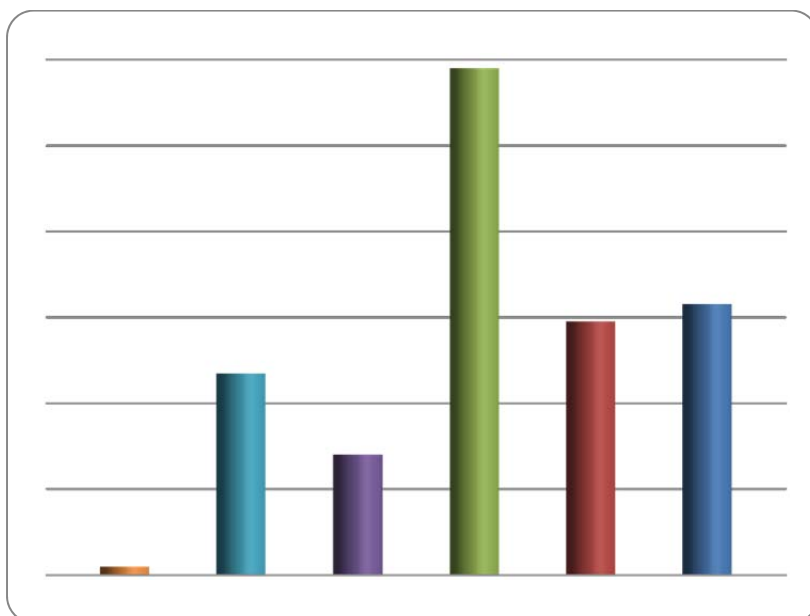
یافته‌های جدول و نمودار فوق نشان می‌دهد که بیش‌تر آزمودنی‌ها مدرک کارشناسی دارند (۴۹/۸ درصد) و بانوان با مدرک دیپلم با فاصله دومین گروه‌اند. کم‌ترین فراوانی‌ها مربوط به بانوانی با تحصیلات دکتری و کارشناسی ارشد است.

جدول ۸ وضعیت اشتغال آزمودنی‌های تحقیق

وضعیت اشتغال	فراوانی	درصد فراوانی
شاغل	۶۳	۱۹/۹
جویای شغل	۵۹	۱۸/۶



۳۷/۲	۱۱۸	در حال تحصیل
۸/۸	۲۸	خانه‌دار
۱۴/۸	۴۷	خانه‌دار و دارای درآمد
۰/۶	۲	دیگر
۱۰۰	۳۱۷	مجموع



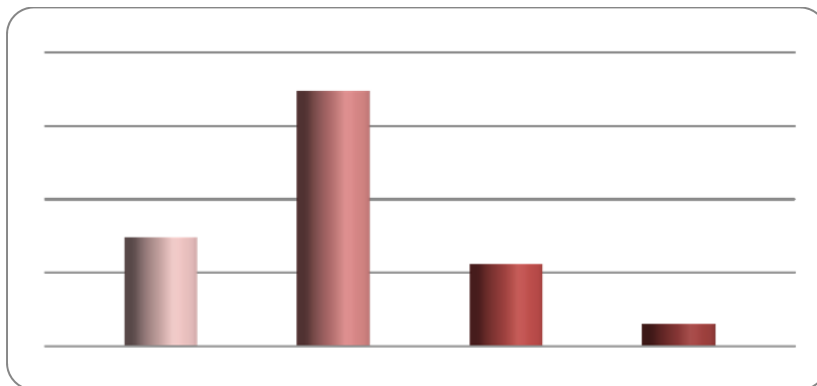
نمودار ۴. وضعیت اشتغال آزمودنی‌های تحقیق

بیشتر آزمودنی‌ها در حال تحصیل‌اند (۳۷/۲ درصد). خانه‌داران کم‌ترین فراوانی را دارند.

جدول ۹. وضعیت اقتصادی آزمودنی‌های تحقیق

وضعیت اقتصادی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۱۵	۴/۷
خوب	۵۶	۱۷/۷
متوسط رو به بالا	۱۷۴	۵۴/۳
متوسط رو به پایین	۷۴	۲۳/۳
مجموع	۳۱۷	۱۰۰

۴۰ بررسی عوامل مؤثر در نگرش زنان عضو باشگاه‌های ورزشی منطقه پنج تهران ...

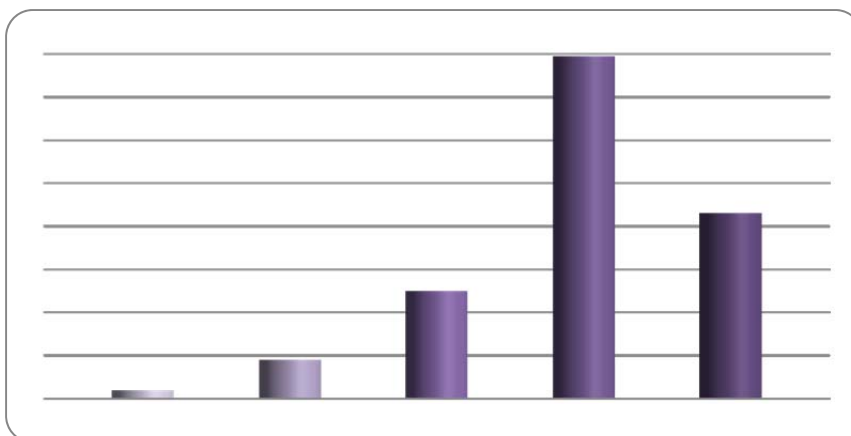


نمودار ۵. وضعیت اقتصادی آزمودنی‌های تحقیق

بیش از نیمی از آزمودنی‌ها وضعیت اقتصادی متوسط رو به بالا دارند (۵۴/۳ درصد). کم‌ترین فراوانی مربوط به آزمودنی‌هایی با وضعیت اقتصادی عالی است.

جدول ۱۰. میزان درآمد آزمودنی‌های تحقیق

میزان درآمد	فراوانی	درصد فراوانی
۱۲۰۰-۸۰۰	۸۶	۲۷/۱
۱۶۰۰-۱۲۰۱	۱۵۹	۵۰/۲
۲۰۰۰-۱۶۰۱	۵۰	۱۵/۸
۲۵۰۰-۲۰۰۱	۱۸	۵/۷
۳۰۰۰-۲۵۰۱ و بیش‌تر	۴	۱/۳
مجموع	۳۱۷	۱۰۰

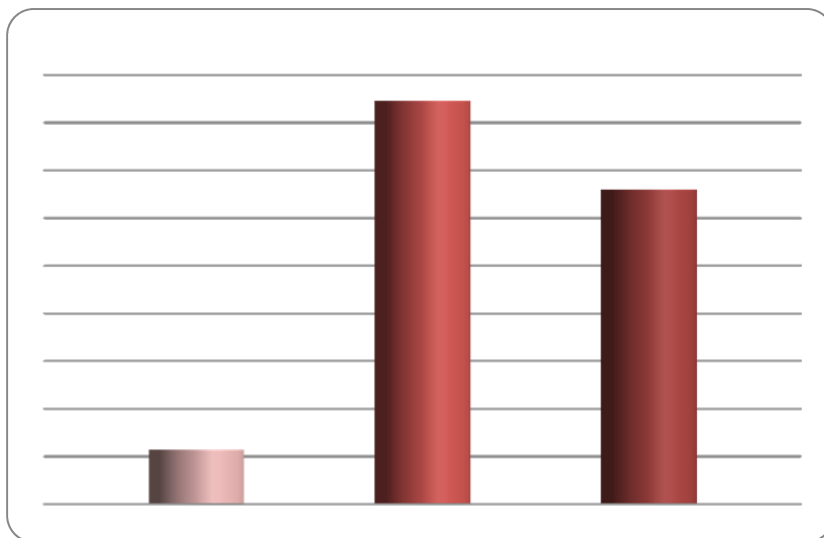


نمودار ۶. میزان درآمد آزمودنی‌های تحقیق

همان‌گونه که در جدول و نمودار بالا مشاهده می‌شود، نیمی از آزمودنی‌ها درآمد ۱۲۰۱-۱۶۰۰ دارند (۵۰/۲)، اما کم‌ترین فراوانی بیش‌ترین درآمد را دارد.

جدول ۱۱. وضعیت مسکن آزمودنی‌های تحقیق

وضعیت مسکن	فراوانی	درصد فراوانی
استیجاری	۱۳۲	۴۱/۶
شخصی	۱۶۹	۵۱/۱
سازمانی	۲۳	۷/۳
مجموع	۳۱۷	۱۰۰



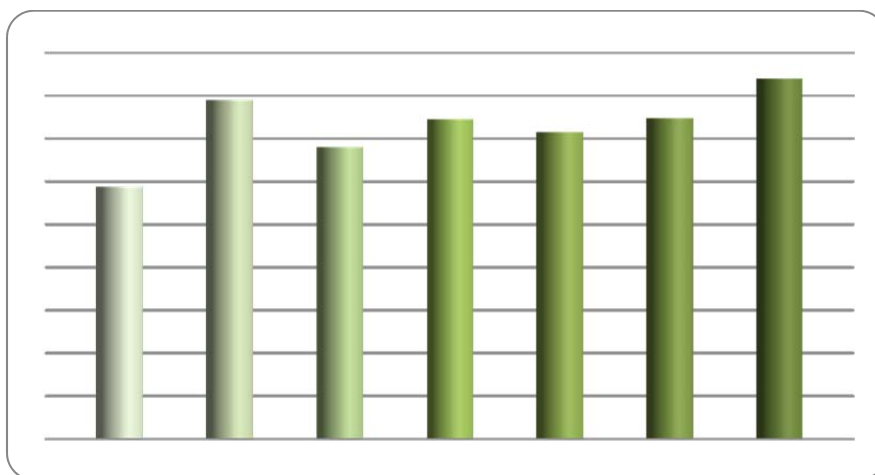
نمودار ۷. وضعیت مسکن آزمودنی‌های تحقیق

نتایج جدول و نمودار فوق نشان می‌دهد که بیش‌تر آزمودنی‌ها منزل شخصی دارند (۵۱/۱ درصد).

جدول ۱۲. وضعیت اجرای فرایض دینی، سرمایه اجتماعی، و فعالیت اجتماعی آزمودنی‌ها

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین	انحراف معیار
۱۴۸	۹۰	۷۳	۵	۱	۴/۲۰	۰/۸۶۸
۷۱	۱۲۵	۹۶	۱۹	۶	۳/۷۴	۰/۹۴۶

۰/۸۵۹	۳/۵۸	۲	۲۱	۱۳۰	۱۲۲	۴۲	علاقه‌مندی به مطالعه روزنامه، مجله، و کتاب
۱/۰۴۷	۳/۷۳	۵	۴۹	۵۱	۱۳۴	۷۸	علاقه‌مندی به تئاتر، سینما، و موسیقی
۰/۸۰۷	۳/۰۴	۶	۶۴	۱۷۴	۵۸	۱۵	علاقه‌مندی به مشارکت در گروه‌های اجتماعی
۱/۰۵۶	۳/۹۵	۱	۴۹	۳۱	۱۱۹	۱۱۷	علاقه‌مندی به روابط دوستی
۰/۹۳۲	۲/۹۴	۷	۱۲۰	۸۳	۱۰۰	۷	عضویت در انجمن‌ها و تشکل‌های داوطلبانه



نمودار ۸ وضعیت اجرای فرایض دینی، سرمایه اجتماعی، و فعالیت اجتماعی آزمودنی‌ها

قبل از بررسی پاسخ آزمودنی‌ها، با بررسی نرمال‌بودن داده‌ها و نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف در جدول ۱۴ مشخص شد که توزیع داده‌ها غیرنرمال است و باید از آزمون‌های غیرپارامتریک استفاده کرد. بنابراین از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد.

جدول ۱۳. وضعیت توزیع طبیعی متغیرهای تحقیق

سطح معناداری	کلموگروف-اسمیرنوف Z	متغیر
۰/۰۰۱	۲/۴۶۰	عوامل فردی اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن

۰/۰۰۱	۳/۲۴۵	عوامل فرهنگی و اجتماعی اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن
۰/۰۰۱	۲/۰۸۷	فناوری‌های نوین مدیریت بدن و تأثیر آن در نگرش زنان

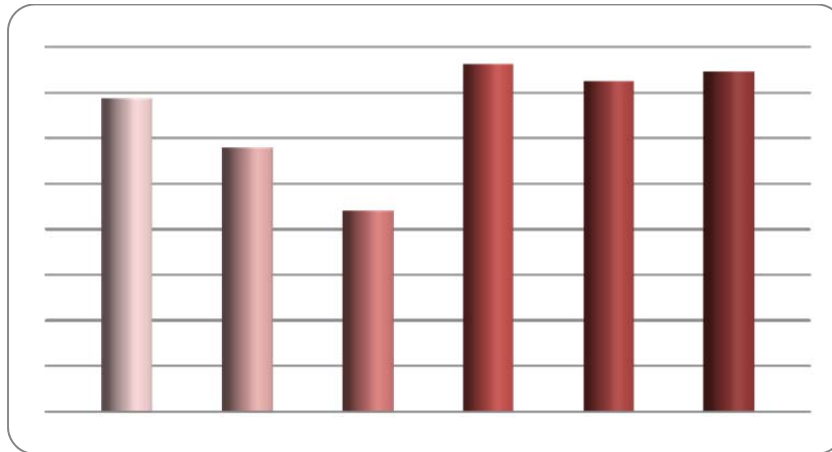
نتایج مربوط به فعالیت‌هایی که برای کنترل و مدیریت بدن انجام می‌گیرند در جدول ۱۵ و نمودار ۹ گزارش شده‌اند. با توجه به این که آزمودنی‌ها برخی از این فعالیت‌ها را به‌مثابه راه‌کار کنترل و مدیریت بدن انجام نمی‌دهند، تعداد آزمودنی‌هایی که هریک از راه‌کارها را به‌مثابه فعالیت کنترل و مدیریت بدن انجام می‌دهند در جدول ۱۵ بیان شده است.

جدول ۱۴. توزیع فعالیت‌های کنترل و مدیریت بدن

خبر	بله	
۰	۳۱۷	انجام امور ورزشی / پیاده‌روی
۳۰	۲۸۷	استفاده از رژیم غذایی
۲۶۰	۵۷	استفاده از فناوری‌های پزشکی
۲۷۲	۴۵	استفاده از عمل جراحی
۱۹	۲۹۸	استفاده از معاینه و آزمایش‌های ادواری به‌منظور اطمینان از سلامت

جدول ۱۵. فعالیت‌های کنترل و مدیریت بدن

انحراف معیار	میانگین	پایین	ع	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	
۱/۱۴۰	۳/۷۳	۱۰	۳۸	۸۶	۷۷	۱۰۶	انجام امور ورزشی
۱/۱۳۹	۳/۶۳	۶	۵۳	۹۱	۷۰	۹۷	پیاده‌روی
۱/۱۰۹	۳/۸۱	۶	۳۶	۶۴	۸۱	۱۰۰	استفاده از رژیم غذایی
۱/۱۴۵	۲/۲۱	۱۶	۲۵	۸	۴	۴	استفاده از فناوری‌های پزشکی
۰/۹۲۵	۲/۰۹	۱۳	۱۸	۱۲	۱	۱	استفاده از عمل جراحی
۱/۳۳۳	۳/۴۴	۲۳	۷۰	۴۵	۷۲	۸۸	استفاده از معاینه و آزمایش‌های ادواری به‌منظور اطمینان از سلامت



نمودار ۹. فعالیت‌های کنترل و مدیریت بدن

از بین فعالیت‌هایی که آزمودنی‌ها به‌مثابه راه‌کار کنترل و مدیریت بدن استفاده کرده‌اند، به‌ترتیب استفاده از رژیم غذایی، فعالیت‌های ورزشی، پیاده‌روی، و استفاده از معاینه و آزمایش‌های ادواری به‌منظور اطمینان از سلامت بیش‌ترین میانگین را دارند و با توجه به این‌که تفاوت معناداری با سطح متوسط دارند (میانگین برابر ۳) و میانگین آن‌ها بالاتر از سطح متوسط است، می‌توان استفاده از آن‌ها را در سطح پایین‌تر از متوسط گزارش کرد. نتایج مربوط به تأثیر سه‌گانه عوامل فردی / عوامل اجتماعی و فرهنگی / عوامل فناورانه یا فناوری‌های نوین و تأثیر آن‌ها در نگرش زنان به مدیریت بدن در جدول ۱۶ آمده است.

جدول ۱۶. عوامل فردی، اجتماعی و فرهنگی، و فناوری‌های نوین اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن

		Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (2-tailed)
FARDI	Group 1	<= 3	77	.24	.50	.000
	Group 2	> 3	240	.76		
	Total		317	1.00		
FARHANGI	Group 1	<= 3	82	.26	.50	.000
	Group 2	> 3	235	.74		
	Total		317	1.00		
FANAVARI	Group 1	<= 3	41	.13	.50	.000
	Group 2	> 3	276	.87		
	Total		317	1.00		

## ۶. نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان داد که همهٔ آزمودنی‌ها از فعالیت‌های ورزشی و پیاده‌روی در حکم فعالیتی برای کنترل و مدیریت بدن استفاده می‌کنند. با توجه به این‌که جامعهٔ آماری تحقیق را بانوان شرکت‌کننده در باشگاه‌های ورزشی تشکیل می‌دادند، همهٔ آزمودنی‌ها از دو راه‌کار فعالیت‌های ورزشی و پیاده‌روی به‌مثابهٔ فعالیت‌هایی برای کنترل و مدیریت بدن استفاده می‌کردند. هم‌چنین دو فعالیت استفاده از معاینه و آزمایش‌های ادواری به‌منظور اطمینان از سلامت و استفاده از رژیم غذایی نیز دو راه‌کار پرطرفدار در بین آزمودنی‌ها بودند. هرچند استفاده از رژیم غذایی سوییژهٔ زیبایی‌شناسانه هم دارد و در نمونهٔ مطالعه‌شده به‌مثابهٔ راه‌کاری در کنترل و مدیریت بدن به‌کار رفت. با این حال، استفاده از فناوری‌های پزشکی و استفاده از عمل جراحی برای اصلاح یا تغییر شکل صورت یا بدن دو فعالیتی‌اند که آزمودنی‌ها کم‌تر از آن‌ها برای کنترل و مدیریت بدن استفاده کرده‌اند. استفادهٔ کم‌تر از این دو راه‌کار می‌تواند به جامعهٔ تحقیق برگردد. بانوان ورزش‌کار ترجیح می‌دهند از راه‌های طبیعی برای مدیریت بدن خود و کنترل یا نظارت بر بدن استفاده کنند.

در پاسخ به این پرسش که عوامل فردی تا چه اندازه در نگرش زنان به مدیریت بدن اثرگذار است؟ نتایج نشان داد که همهٔ عوامل فردی اثرگذار در نگرش بانوان به بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. این موضوع نشان می‌دهد که عوامل فردی از جمله قابلیت‌های بدنی و احساس خطر به‌علت بیماری‌های استخوانی، بیماری‌های مفاصل پا و زانو، کمردردها، دیابت‌ها، و برخی بیماری‌های قلبی در این تمایل اثرگذارند. هم‌چنین تغییر در درک زنان از زیبایی و تغییر در شیوه و سبک زندگی، به‌علت مدرن‌شدن جامعهٔ امروزی، در افزایش توجه به مدیریت بدن تأثیر شایانی داشته است. در این فضا کسب احساس رضایت فردی از خود، ایجاد شوق و شادمانی در افزایش توجه به خود، امکان تحقق آرزوها و خواسته‌ها، و بهبودی روحیه و افزایش اعتمادبه‌نفس نیز تأثیری بالاتر از حد متوسط در نگرش زنان به مدیریت بدن دارند. به اذعان آزمودنی‌ها استقلال و آزادی عمل زنان در مقایسه با گذشتهٔ پیش‌تر شده است و در عین حال آگاهی به این مطلب که بدن‌ها خالق و ناقل لذت و منبعی برای تولید هیجان‌اند هم در این نتیجه اثرگذار بوده است. در مجموع، با توجه به یافته‌های جدول ۱۶، به‌نظر می‌رسد که عوامل فردی می‌تواند نگرش زنان به بدن را تحت تأثیر قرار دهد و به‌نوعی آن را در جهت مثبت تقویت کند.

بخشی از این یافته‌ها با ایده فدرستون در کتاب فرهنگ مصرفی و پسامدرنیسم هم‌سوست، که با تشریح تأثیرات مدرنیته متأخر یا پسامدرنیسم علاقه عامه مردم به کامل جلوه‌دادن، فریبندگی و کنترل بدن، خلاقیت در سبک زندگی خویش، و مصرف سبک‌های متغیر را از ویژگی‌های این مرحله از تکامل اجتماعی و اقتصادی جوامع می‌داند. از نظر فدرستون فرهنگ مصرفی این ایدئولوژی را ترویج می‌کند که بدن ناقل لذت و خودابرازی است. در این اوضاع درک افراد از بدنی که آن را در اختیار دارند و نیز معنایی که بدن در جامعه دارد عاملان انسانی را ترغیب به مدیریت بدن می‌کند.

با توجه به این نتایج هم‌چنین می‌توان به نظر بودریار استناد کرد که می‌گوید رضایت از خود رضایت از بدن خود است. در این زمینه فرشیدفر و همکاران (۲۰۱۳) هم اظهار کردند که تصویر مثبت درباره بدن و انطباق پیش‌بین همان جراحی زیبایی است، اما اعتماد به نفس پیش‌بین جراحی زیبایی نیست. اعتماد به نفس به طور غیرمستقیم در جراحی زیبایی تأثیر می‌گذارد که نشان دهنده اثرگذاری برخی از عوامل فردی در نگرش زنان به بدن و اقدام در جهت عمل جراحی است، که با تحقیق حاضر هم‌سوست. در مجموع به نظر می‌رسد عوامل فردی می‌تواند نگرش به بدن زنان را تحت تأثیر قرار دهد و به نوعی آن را در جهت مثبت تقویت کند.

در پاسخ به این پرسش که عوامل فرهنگی و اجتماعی تا چه اندازه در نگرش زنان به مدیریت بدن اثرگذار است؟ این نتیجه حاصل شده است که اکثر عوامل فرهنگی و اجتماعی اثرگذار در نگرش زنان به مدیریت بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند؛ این موضوع به این معنی است که آزمودنی‌ها نظام سرمایه‌داری و فرهنگ مصرفی را عامل اصلی نارضایتی زنان از ظاهرشان می‌دانند و اساساً این نظام زنان را هدف اصلی مصرف‌گرایی خود قرار داده است. بدین ترتیب عوامل فرهنگی و اجتماعی همانند عوامل فردی می‌توانند در نگرش زنان به بدن تأثیر داشته باشند؛ با این حال چهار مورد از گویه‌ها شامل «جراحی زیبایی زنان انتخاب‌های فردی آنان برای مقابله با فشارهای فرهنگی است»، «شکل بدنی خوب داشتن نمایش ثروت و قدرت خانواده‌ها از طریق زنان و نوعی تظاهر به رفاه است»، «نمود زیباتر داشتن (زیبایی بیش‌تر) به ترمیم رفتارهای پرخاش‌گرانه کمک می‌کند»، و «درک زنان از عقیده شوهرانشان درباره ظاهرشان در نگرش آنان به بدن اثرگذار است» در سطحی پایین‌تر از حد متوسط قرار دارند.

با مراجعه به ادبیات تحقیق و مقایسه آن با نتایج درمی‌یابیم که جراحی زیبایی زنان انتخاب‌های فردی آنان برای مقابله با فشارهای فرهنگی نیست. این یافته بنابر پاسخ



آزمودنی‌ها برخلاف رویکرد فمینیست‌هاست که زنان را قربانیان هنجارهای زیبایی و ایدئولوژی زنانه‌ای می‌دانند که بر آنان وارد می‌شود؛ در نتیجه در جامعه مطالعه‌شده رویه‌های زیبایی زنان با فشارهای ساختاری سیستم زیبایی ارتباط محسوسی ندارد. همچنین نظریه وبلن، مبنی بر این که نظام اجتماعی امروز زن را موظف می‌کند تا توانایی خانواده در صرف هزینه را به‌نمایش گذارد، در این نمونه مطالعاتی صدق نمی‌کند. با توجه به این که منطقه اجرا منطقه پنج تهران بوده است که در آن طبقات متوسط و متوسط رو به بالا ساکن‌اند، این نتیجه دور از انتظار نبوده است. احتمال می‌رود تکرار تحقیق در مناطق مرفه نتیجه متفاوتی داشته باشد. این مورد با یافته ستوده و همکاران (Sotoudeh et al., 2008) مبنی بر این که محل سکونت در تصور زنان از بدنشان اثر می‌گذارد هم‌سوست.

به اذعان آزمودنی‌ها نمود زیاتر داشتن (زیبایی بیش‌تر) ارتباط چندانی با ترمیم رفتارهای پرخاش‌گرانه ندارد. بنابراین ایده الیاس که تحول فرهنگ بدن را فرایند منضبط کردن بدن و کنترل رفتارهای پرخاش‌گرانه معرفی می‌کند با نتایج این مطالعه سازگار نیست. همچنین آزمودنی‌ها باور فمینیست‌های لیبرال را تأیید نکرده‌اند، مبنی بر این که زنان توان رهایی از کلیشه‌های رایج زنانگی را ندارند و خصیصه زنانگی اساسی‌ترین ویژگی مورد انتظار از زنان است. در نتیجه عقیده شوهران در درک زنان از موقعیت ظاهرشان اثرگذار نبوده است. این مورد با یافته ستوده و همکاران (ibid) هم‌سو نیست، مبنی بر این که عقیده شوهران درباره وزن همسرشان در تصور زنان از بدنشان تأثیر می‌گذارد.

در پی پاسخ به این سؤال که نگرش زنان به فناوری‌های نوین مدیریت بدن تا چه اندازه در نگرش آنان به ایجاد ضرورت برای نظارت بر بدن اثرگذار است؟ نتایج نشان داد که همه گویه‌های اثرگذاری نگرش زنان به فناوری‌های نوین مدیریت بدن در نگرش زنان به ایجاد ضرورت برای نظارت بر بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. این موضوع نشان می‌دهد که شناخت و آگاهی و باور به کارآمدی فناوری‌های ورزشی / حرکتی / اصلاحی و تناسب اندام، اعتماد و احساس امنیت در استفاده از فناوری‌های ورزشی / حرکتی / اصلاحی و تناسب اندام، شناخت و آگاهی و باور به کارآمدی فناوری‌های بهداشتی / مراقبتی / تغذیه‌ای، اعتماد و احساس امنیت در استفاده از فناوری‌های بهداشتی / مراقبتی / تغذیه‌ای / پزشکی / جراحی، شناخت و آگاهی و باور به کارآمدی فناوری‌های پزشکی / جراحی / جراحی پلاستیک، اعتماد و احساس امنیت در استفاده از فناوری‌های بهداشتی / مراقبتی / تغذیه‌ای / پزشکی / جراحی / جراحی پلاستیک، رشد علم و فناوری‌های بهداشتی / سلامتی / زیبایی، روش‌ها و راه‌کارهای متعدد برای تغییر شکل ظاهری بانوان، «اکتسابی شدن زیبایی»

به‌واسطه فناوری‌های نوین، و این‌که بدن جایگاه سلامتی و تن‌درستی است گویه‌هایی از اثرگذاری نگرش زنان به فناوری‌های نوین مدیریت بدن در نگرش زنان به ایجاد ضرورت برای نظارت بر بدن‌اند که در سطحی بالاتر از میانگین قرار دارند.

از نگاه 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 بدن خویش استفاده کند. در کنار آن همان‌گونه که بودریار از نمایش یک الگوی تکراری از شکل بدن در رسانه‌های جمعی سخن گفته است، که گرچه هزینه‌های هنگفتی را به خانواده تحمیل می‌کند، اما بنابر دلیل و بلن مبنی بر این‌که نظام اجتماعی امروز زن را موظف کرده است تا توانایی خانواده در صرف هزینه را به‌نمایش گذارد، هزینه‌های سنگین این فناوری‌ها برای خانواده توجیه شده است، چراکه نوعی منزلت برای آنان ایجاد می‌کند.

رویه‌های تبلیغ‌شده زیبایی و تناسب اندام نوعی کنترل اجتماعی است و به تغییر نگرش زنان درباره جراحی و اقدام منجر می‌شود، تحت تأثیر فناوری‌های نوین بهداشتی و پزشکی بدن برای زنان ایرانی تبدیل به پروژه‌ای برای بازآفرینی شده است، قضاوت درباره بدن چیزی بیش از قضاوت‌های زیبایی‌شناختی است، انجام دادن تغییر در بدن و ساختن آن به شیوه‌ای که امروز مورد پسند جامعه است نوعی دستیابی به ارزش فرهنگی و کسب قدرت اجتماعی است.

جراحی زیبایی را می‌توان تناقضی در چرخه میان فردیت و عاملیت فرد در احساس رضایت فردی تعریف کرد و برداشت‌های شخصی از مقوله زیبایی و استقلال و آزادی عمل زنان در برابر عوامل ایجادکننده فشار فرهنگی و اجتماعی دانست. شاید در این میان محرک‌های فناورانه فضایی ایجاد می‌کند تا عاملیت به معیارهای ساختاری/ محیطی پاسخ دهد؛ به‌گونه‌ای که در صورت انتخاب تا مرز بازآفرینی ظاهر خویش پیش رود یا بی‌تفاوتی را پیشه کند، هم‌چنان‌که خرده‌فرهنگ‌ها تغییراتی خاص را دنبال می‌کنند تا زبان بدن متفاوتی را در مقابل هنجارهای حاکم به‌کار گیرند، این واقعیت می‌تواند محرکی قوی در ترغیب زنان به بازنماییِ عامدانه خویش هم‌چون وسیله‌ای برای کسب قدرت باشد.

## پی‌نوشت

## کتاب‌نامه

- آزادارمکی، تقی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). «بدن به‌مثابه رسانه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ش ۱۶.
- اباذری، یوسف و نفیسه حمیدی (۱۳۸۷). «جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای مناقشات»، *پژوهش زنان*، دوره ششم، ش ۴.
- ادیبی‌سده، مهدی (۱۳۹۰). «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان»، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ش ۲۹.
- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*، ترجمه نریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- اسمارت، بری (۱۳۸۶). *میشل فوکو*، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- توسلی، غلامعباس و فاطمه مدیری (۱۳۹۱). «بررسی گرایش زنان به جراحی زیبایی در شهر تهران»، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ش ۳۰.
- جواهری، فاطمه (۱۳۸۷). «بدن و دلالت‌های فرهنگی - اجتماعی آن»، *نامه پژوهش فرهنگی*، ش ۱۱.
- حیدری چروده، مجید (۱۳۸۹). «رابطه باورهای زیباشناختی با تصویر ذهنی از بدن و نحوه مدیریت ظاهر در جوانان»، *مطالعات اجتماعی ایران*، ش ۱۲.
- خزیری، زهرا، طاهره دهداری، و محمود محمودی (۱۳۹۲). «بررسی نگرش دانشجویان دختر علوم پزشکی نسبت به انجام جراحی زیبایی و رابطه آن با تصور از بدن»، *مجله علوم پزشکی رازی*، ش ۱۱۷.
- دیورینگ، سایمون (۱۳۸۲). *مطالعات فرهنگی (مجموعه مقالات)*، ترجمه نیما ملک‌محمدی و شهریار وقفی‌پور، تهران: تلخون.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی جوانان ایران*، تهران: آگه.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۹۱). *فراغت، مصرف و جامعه*، تهران: تیسرا.
- ذکائی، محمدسعید و حمیده فرزانه (۱۳۸۷). «زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهرانی»، *فصل‌نامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، س ۴، ش ۱۱.
- رضایی، احمد (۱۳۸۹). «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران»، *مطالعات راهبردی زنان*، ش ۴۷.
- رضایی، احمد، مینا اینانلو، و محمد فکری (۱۳۸۹). «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران»، *مطالعات راهبردی زنان*، ش ۴۷.
- رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۶). «هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد»، *مجله کتاب زنان*، ش ۳۸.
- ریاحی، محمداسماعیل (۱۳۹۰). «بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میزان رضایتمندی از تصویر بدن»، *زن در توسعه و سیاست*، دوره نهم، ش ۳.
- علیزاده، توحید (۱۳۹۲). «تأملی در جامعه‌شناسی بدن»، *علوم اجتماعی*، ش ۷۲.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۳). *تاریخ فرهنگی ایران مدرن*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- موحد، مجید (۱۳۹۱). «مطالعه عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت چهره در میان دختران جوان»، *زن و جامعه*، ش ۲.

- Frost, L. (2003). *Young Women and the Body*, London: Palgrave.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity.
- Lennon, S. J. and N. A. Rudd (1994). 'Linkages between Attitudes towards Gender Roles, Body Satisfaction, Self-esteem, and Appearance Management Behaviors in Woman', *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 34.
- Sotoudeh, G. et al. (2008). 'What Women Think about Their Husbands' Opinions Might Influence Women's Body Image, An Explorative Study', *Indian Journal of Medical Science*, Vol. 65, No. 3.
- Scott, Susie (2010). 'How to Look Good (Nearly) Naked: The Performative Regulation of the Swimmers Body', *Body and Society*, Vol. 16, No. 2.
- Turner, Jonathan H. (1998). *The Structure of Sociological Theory*, USA: Wadsworth Publishing.