

بررسی جامعه شناختی مقایسه مدیریت بدن بین زنان و مردان

خدیجه سفیری^۱، سید محمد سید میرزایی^۲ و حکیمه آزادی ایگدر^{۳*}

چکیده

هدف از این پژوهش مطالعه بررسی جامعه شناختی مقایسه مدیریت بدن بین زنان و مردان در شهر شیراز است.

مطالعه موردی این پژوهش باشگاه های ورزشی، مراکز خرید و خانوارهای شهر شیراز در سال (۲۰۱۲) است. روش نمونه گیری در این پژوهش تصادفی ساده بوده با استفاده از رابطه آماری کوکران ۳۸۰ نفر در گروه سنی ۲۰-۴۰ ساله از مناطق ۵،۱ و ۶ انتخاب شدند و بمنظور آزمون فرضیه ها از آزمون های همبستگی پیرسون، تی مستقل، تحلیل واریانس یک طرفه، کندال، رگرسیون چند متغیره بهره جسته ایم. نتایج نشان دادند که میان دو جنس و مدیریت بدن تفاوت معنی داری وجود دارد و بین اعتماد به نفس و توجه به عوامل ذهنی و مدیریت بدن بین زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد، هم چنین بین دو متغیر فشارهای اجتماعی و مدیریت بدن بین زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد. نتایج این پژوهش نشان می دهد که عمده سنجه های متغیرهای مستقل (عوامل فردی، فشارهای اجتماعی) مورد بررسی بر روی متغیر وابسته (مدیریت بدن) تاثیر گذار بوده اند.

واژه های کلیدی: فشارهای اجتماعی، اعتماد به نفس، عوامل ذهنی، رسانه، مدیریت بدن میان زنان و مردان در شهر شیراز.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رساله های علمی علوم انسانی

۱- استادتمام جامعه شناسی، دانشگاه الزهرا تهران، m-safiri@yahoo.com

۲- استاد تمام جامعه شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی seyedmirzaie@yahoo.com

۳- کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.

*- نویسنده مسئول مقاله: lale_azadi@yahoo.com

پیشگفتار

در دنیای روابط کوتاه و مقطعی امروزی افراد بیش از آن که خود را به سبب تفاوت‌ها و یا شباهت‌هایی در ویژگی اکتسابی و انتسابی بشناسند خویشتن را با ویژگی‌های ظاهری و قابل رویت شناسایی می‌کنند و ظاهر هر فرد پیش از پیش نشان دهنده هویت فردی شخصی او بشمار می‌رود. سرمایه داری زنان را به آماج اصلی مصرف محوری خود تبدیل کرده است. زنان در جامعه غربی به گونه کامل بر اساس بدن ظاهری خود شناخته می‌شوند (Frost, 2003). سرمایه داری دریافته که زیبایی فرمولی بسیار انعطاف پذیر دارد. چنان چه بخواهید ثروتمند شوید تنها بایستی بازار زیبایی تازه ای را کشف کنید و همه زنان را قانع کنید که آنها نیاز دارند و این بازار و مواد را می‌خواهند (Honsen, 2002).

ایشان به چند روش زنان را به سوی خود فرا می‌خوانند و بهره می‌برند:

۱- آن‌هایی که به دستکاری در اندام زنانه پرداخته و آن را در قالب مد روز در آورده و سود می‌برند.

۲- آن‌هایی که پوست و این اندام دستکاری شده را با لوازم آرایش، رنگ‌ها، لوسین‌ها، امولسیون‌ها و عطرها می‌آرایند.

۳- آن‌هایی که بر اندام دستکاری شده لباس‌های مد روز می‌پوشانند و آن را با جواهر زینت می‌دهند (Honsen, 2002).

«زیبایی همواره مورد توجه انسان‌ها در جوامع گوناگون قرار گرفته و ارزشی مطلق داشته است، اما این‌که چه چیزی در هر جامعه یا برهه زمانی زیبا دانسته می‌شود، مفهوم نسبی است که بر حسب جامعه، فرهنگ و دوره تاریخی متغیر است، این عامل‌های محیطی تعیین می‌کنند که چه چیزی زشت و چه چیزی زیبا است. فرد در این مکانیسم خود را از دریچه چشم دیگران می‌نگرد و ارزیابی می‌کند و نسبت به هماهنگی اندامش با معیارهای همگانی و راجع به خود احساس رضایت و ناخشنودی می‌کند.» (Zamiran, 1999 sid by Modiri, 2008).

مبانی نظری

جذابیت جسمانی از جمله موضوع‌هایی است که در دوران مدرن استانداردهای جدیدی پیدا کرده و از عوامل شکل دهنده روابط افراد محسوب می‌شود، به گونه ای که مدیریت بدن در دوران مدرن اهمیت بیشتری پیدا کرده است و رفتارهای گوناگون بهداشتی نظیر بدن سازی، رژیم‌های غذایی، تجهیزات ورزشی و آرایشی گوناگون برای مراقبت از بدن پدیدار شده است (Fazeli, 2003., sid by Inanlu & Fekri, 2010). به نظرمی رسد در دوره جدید باتحولات جهانی

شدن، بیش از حد به مسئله بدن توجه شده است که می توان به پاره ای عوامل اشاره کرد: عوامل جمعیت شناختی، رشد فرهنگ مصرفی، پیدایش فناوری های نوین و حرکت به سوی مدرنیته (Abazari & Hamidi, 2008, pp131-132). بر اساس دیدگاه ویدمن (Weidman, 2008) جامعه پذیری فرآیندی ناآگاهانه که به وسیله آن اشخاص استانداردها و هنجارهای رفتاری را درونی می کنند و به احساس هویت و تعهد برای رشته حرفه ای شکل می دهند، در نظر گرفته می شود. بدن یک عنصر از فرهنگی است که جنبه درونی و خودمانی پیدا کرده است. در اندیشه انسانی در رویکرد دینی در غالب ادیان و دستورات وحی الهی بدن به عنوان یک جسم کالبدی و مادی در نظر گرفته شده است. در رویکرد فلسفی بدن را باید در تقابل دوئالیسم دکارتی بنام ذهن و بدن مورد تأمل قرار داد. در رویکرد روان شناختی باید به معیارهای عقلی و ذهن فردی در بدن توجه کرد. در رویکرد فمینیستی^۱ به تقابل میان بدن مردانه و زنانه توجه شده است. فمینیست های نسل نخست در قالب مباحث پدر سالاری اشاره به بدن زن می کنند نسل دوم این دیدگاه رویکرد جدیدی نسبت به بدن زن نداشته نسل سوم فمینیست ها که از دیدگاه پست مدرن بدن زن را به عنوان امری ثابت غیر تاریخی تحت جنبه زیستی دو جنس بررسی کرده اند (Feadtherton, 1991).

در واقع امروزه خرید کالا مصرفی نشانگر هویت فردی و اجتماعی است افراد برای اثبات این که به طبقه ای خاص تعلق دارند با عنوان مد از پوشش، آرایش، شکل دادن و آرایش، بدن خود را تنظیم می کنند امروزه در رسانه های جمعی از زنان و مردانی استفاده می شود که بدن های خاص دارند مردان بلند تر، ورزیده تر و عضلانی تر هستند. انسان های اغلب جوانان اند و زیبایی و نشاط خود را مدیون مصرف کالاها بهداشتی و پزشکی معرفی می کنند. زنانی که کالاها را تجاری را تبلیغ می کنند، اغلب زنانی لاغر اندام، ظریف با پوست های شاداب این افراد اغلب به عنوان افرادی شاد و موفق شناسانده می شوند در واقع تبلیغات در جامعه مصرفی از راه ابزار های گوناگون چون وسایل آرایش جراحی های زیبایی، کلاس های ورزشی و زیبایی اندام، وسایل لاغری و . . . همگی خدماتی هستند که در اختیار کسانی قرار می گیرند که بخواهند بدن زیبا داشته باشند.

در رویکرد اجتماعی و فرهنگی توجه به این واقعیت که بدن بخشی از خود یا قرارگاه عامل است، امری طبیعی باید دانست، «رویکرد پساساختارگرایانه»^۲ بدن را به عنوان زبان و یک عامل اساسی تلقی می کند. از منظر جامعه شناسانه قدر مسلم است که نوع کنترل و نظارتی که بر بدن اعمال می شود نظامی را دنبال می کند که جامعه در پی آن است آن گونه که بر تعبیر فوکو «نظریه

^۱ - Feminism Approach

^۲ - Poststructuralism Approach

انضباط^۱ بدن زنان به عنوان سرمایه ای اجتماعی تحت تأثیر فشار اجتماعی که ارزش و فرم آن را تعیین می‌کند تغییر شکل می‌دهد و این تغییر شکل بر منزلت یا وضع اجتماعی آنان کمکی شایان توجه می‌کند. در اندیشه فوکو بدن به ذات خود می‌تواند دارای تاریخ باشد، وی بر این باور است که بدن را به مثابه محصولی اجتماعی و تاریخی باید دانست، فوکو در بحث تبار شناسی خود تحت تأثیر اندیشه نیچه قرار داشته و در این نظام، بدن و نیروهای آن و نیز فایده مندی و مطیع بودن آن را هدف اصلی دانسته. بر این ترنر با توجه به ویژگی‌های جامعه مدرن و روبه توسعه به سمت حوزه جامعه‌شناسی بدن گرایش پیدا کرده و به نظر او چنین تفاوتی در بینش و رفتار انسانی در جهت دادن به اندیشه‌های اندیشمندان علوم اجتماعی باعث این شده که بدن را به مثابه امری اجتماعی و فرهنگی در زندگی روزمره در نظر باید گرفت. در اندیشه فوکو بدن به ذات خود می‌تواند دارای تاریخ باشد، وی بر این باور است که بدن را به مثابه محصولی اجتماعی و تاریخی باید دانست، فوکو در بحث تبار شناسی خود تحت تأثیر اندیشه نیچه قرار داشته و در این نظام، بدن و نیروهای آن و نیز فایده مندی و مطیع بودن آن را هدف اصلی دانسته است. از جنبه دیگر بیش‌تر آثار فوکو جنبه تحلیلی و تاریخی دارد، فوکو پذیرفته که انسان بصورت یک زندان به کنترل بدن خود می‌پردازد. به گفته فوکو ساختارهای انضباطی به وجود آورنده بدن‌های مطیع هستند (Giddens, 2006). یکی از انواع قدرتی که در کارهای فوکو مورد تحلیل قرار گرفته است قدرت ناشی از جنسیت افراد جامعه است که با ارائه تعریفی از زنانگی و مردانگی موجب می‌شود جنسی در جامعه پست‌تر و جنسی فراتر جلوه کند.

در اندیشه داگلاس (Douglas, 2003) بدن یک روایت اجتماعی به خود می‌گیرد، وی بر این باور است که بین بدن و تصور اجتماعی با هر گونه تأثیر از دیگران شکل می‌گیرد. از سوی دیگر، بدن به مثابه پدیده اجتماعی و فرهنگی، در جامعه‌ای که فرد در آن رشد می‌کند از همان دوران کودکی شکل می‌گیرد. اجتماعی شدن در جامعه، یادگیری فرهنگ یک جامعه را به ما می‌آموزد که اعضای گوناگون بدن دارای ارزش‌های یکسان و مساوی نمی‌باشد، در واقع از بُعد اندیشه دورکیمی باید بدن را یک واقعیت اجتماعی در زندگی روزمره تلقی نمود. پوشاک و وسایل زینتی برای بدن انسان ابزاری برای تعامل و ارتباط متقابل و انتقال داده‌ها به دیگران تلقی می‌گردد. در واقع در عصر حاضر تغییرات بدنی ناشی از گسترش فرهنگ زیبایی است که تحت تأثیر دنیای مدرنیته قرار گرفته است.

¹ - Discipline Theory

مهم‌ترین نظریه پیربورديو، نظریه عمل^۱ است. از دید بورديو آداب چیزی است که به افراد امکان می‌دهد به آن محیط اجتماعی روی آورند که متعلق به آنهاست و عاداتی را بپذیرند که با تعلق اجتماعی آنان متناسب است. بورديو، بمنظور نشان دادن جایگاه‌ها و تبادل میان عاملان یا گروه‌های اجتماعی به مقدار و اهمیت نسبی سرمایه در اختیار اشاره می‌کند. بورديو از چهار نوع سرمایه نام می‌برد:

الف- سرمایه اقتصادی یعنی همان در اختیار داشتن ثروت و پول

ب- سرمایه فرهنگی یعنی در اختیار داشتن و مورد استفاده قراردادن کالاهای فرهنگی و دانش

ج- سرمایه اجتماعی، یعنی روابط اجتماعی و فردی هر فرد با دیگر افراد

د- سرمایه نمادین، یعنی در اختیار داشتن شأن و احترام و پرستیژ

این اشکال سرمایه، تعیین‌کننده قدرت اجتماعی و نابرابری‌های اجتماعی هستند.

سهام عمده متمایز بورديو، اشاره به سرمایه فرهنگی در تولید نابرابری است. او بر این باور است که عاملان و کنشگران اجتماعی همان‌گونه که به انباشت و مصرف کالاهای مادی می‌پردازند، به انباشت و مصرف کالاهای فرهنگی نیز می‌پردازند، ولی دستیابی سرمایه فرهنگی بر خلاف دیگر اشکال سرمایه، سال‌ها به طول می‌انجامد و لذا در فرد درونی می‌شود.

سرمایه فرهنگی، اشاره به سلیقه‌ها و الگوهای مصرفی می‌باشد که از لحاظ فرهنگی دارای ارزش بوده و خود را در سبک زندگی متجلی می‌سازند. درست همان‌گونه که گروه‌های اجتماعی در سرمایه مادی متفاوت هستند، این گروه‌ها ممکن است در سلیقه‌ها، مهارت‌ها و دانش لازم برای تفسیر نمادهای اجتماعی نیز متفاوت باشند. وجود سطح متفاوت سرمایه فرهنگی در میان افراد و گروه‌های اجتماعی خود را در چگونگی گذراندن اوقات فراغت آنها نیز نشان می‌دهد لذا، افرادی که دارای سرمایه فرهنگی زیادی هستند در مقایسه با افرادی که فاقد این سرمایه فرهنگی باشند، سبک زندگی متفاوتی دارند (Featherston sid by shilling, 1991).

گیدنز (Giddens, 2006) در «نظریه ساختاربندي^۲» بر این باور است که مرد یا زن بودن بسته به نظارت دایمی بر بدن و حرکات بدنی است و در عمل هیچ‌گونه ویژگی جسمانی واحدی وجود ندارد که همه مردان را از همه زنان جدا سازد «بازگشت به بدن سر آغاز جست و جوی تازه‌ای برای هویت یابی است (Giddens, 2006, p306). با فرا رسیدن عصر جدید نمای ظاهری فرد بیش از آن‌که نشان‌دهنده هویت شخصی او باشد بیانگر هویت اجتماعی او بود، لباس و هویت اجتماعی حتی امروز هم هنوز به کلی از یک‌دیگر جدا نشده‌اند و پوشش افراد هم‌چنان به صورت نشانه‌ای از

¹ - Practice Theory

² - Structuralism Theory

نوع و موضع طبقاتی یا پایگاه حرفه‌ای آنان باقی مانده است. مدهای لباس در روزگار ما تحت تأثیر گروه‌های فشار، آگهی‌های تجارتي، امکانات اجتماعی، اقتصادی و دیگر عواملی است که بیش‌تر مروج استانداردهای اجباری هستند تا تفاوت‌های فردی (Giddens,2006. pp145-146). به باور گیدنز (Giddens,2006.p 308) امروزه بدن و خود، در قلمرو و بازتولید به یک‌دیگر پیوند خورده‌اند و باز تولید هم برای تداوم اجتماعی و هم برای زیست شناختانه‌گونه‌ها به کار می‌رود و امکانات تصمیم‌گیری در زمینه فناوری‌های باروری و تولید مثل، یا گزینه‌هایی که به احتمال زیاد به زودی پدید خواهد آمد، نمونه‌ای شاخصی از امکانات و مسایل مرتبط با سیاست زندگی به دست می‌دهد.

گافمن بین خود اجتماعی یا همان هویت اجتماعی در زندگی روزمره و در مفهوم «مدیریت تأثیرگذاری»^۱ بر اجرای نقش و نظارت بر حضار به بدن اشاره می‌کند (Ritzer,2004.p296). برایان ترنر با توجه به ویژگی‌های جامعه مدرن و روبه‌توسعه به سمت حوزه جامعه‌شناسی بدن گرایش پیدا کرده و به نظر او چنین تفاوتی در بینش و رفتار انسانی در جهت دادن به اندیشه‌های اندیشمندان علوم اجتماعی باعث این شده که بدن را به مثابه امری اجتماعی و فرهنگی در زندگی روزمره در نظر باید گرفت (Giddens,2006.p 308).

فمنیست‌های مارکسیست و سوسیالیست‌ها، نظام سرمایه‌داری و فرهنگ مصرفی را عامل اصلی عدم رضایت زنان از ظاهر و بدن خود می‌دانند چرا که بر این باورند که این نظام، زنان را هدف اصلی مصرف‌گرایی خود قرار داده است. به بیان دیگر، بهبود کیفیت زندگی و نیز منطق نظام سرمایه‌داری یعنی بازار مصرف انبوه و سود فراوان به موازات یک‌دیگر و البته با یاری رسانه‌ها، مصرف و میل به مصرف‌گرایی را افزایش داده و هر روز بیش از پیش زنان را به این سو سوق می‌دهد و لذا، زنان در عصر مصرف‌گرایی و تبلیغات، هویت خود را در ارتباط با ظاهر خود تعریف می‌نمایند. آنچنان که می‌توان گفت، «ظاهر، بدن و هویت با مصرف‌گرایی قرن بیست و یکم پیوند خورده است.» (Frost,2003.p 55).

پیشینه پژوهش

آزاد ارمکی و چاوشیان (Azad Armaki & chavoshian,2002)، در پژوهشی با موضوع «بدن به مثابه رسانه هویت» که به روش کمی و کیفی، مصاحبه همراه با روش پیمایشی روی نمونه ۸۲۵ نفری که در میان افراد ۱۸ سال به بالا در تهران انجام دادند. نتایج نشان داد که مدیریت بدن با

¹ - Impression Management

متغیرهای جنس، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی و دیانت ارتباط معنا دار وجود دارد. هم چنین، بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و شغل با مدیریت بدن ارتباط معناداری وجود ندارد. جوان‌ترها بیش‌تر از مسن‌ترها به مدیریت بدن اهمیت می‌دهند و هم چنین، نتایج نشان داد مدیریت بدن در میان کسانی که نگرش غیرسنتی به مناسبات خانوادگی دارند بیش از کسانی است که نگرش سنتی به روابط خانواده دارند.

فاتحی و اخلاصی (Fatehi & Ekhlesi, 2007) در پژوهشی با عنوان «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن»، که مطالعه موردی در میان زنان ۱۸ تا ۴۰ سال که در مناطق ۸ گانه شیراز ساکن بودند به روش پیمایشی انجام شد. حجم نمونه پژوهش ۴۰۰ نفر بودند که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج پژوهش با استفاده از آماره‌های توصیفی و استنباطی نشان داد که میانگین مدیریت بدن برابر با ۶۲/۸ درصد است که حاکی از میزان بالای مدیریت زنان به بدن در همه وجوه آن اعم از آرایشی، مراقبت و ... است. هم‌چنین بین متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی- اجتماعی و مدیریت بدن رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار است و نیز بین تحصیلات و مدیریت بدن رابطه معنی‌داری وجود دارد. هرچه میزان تحصیلات افراد در مرتبه بالاتری قرار گیرد، به همان نسبت، میزان مدیریت بدن در آن‌ها رو به ازدیاد می‌گذارد و بالعکس.

مبری (Mobara, 2011) در پژوهشی با عنوان «بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن و عوامل موثر بر آن» که مطالعه موردی تمام دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز را مورد بررسی قرار دادند. روش پژوهش پیمایشی بوده و جامعه آماری کلیه دانشجویان دختر دانشگاه آزاد شهر شیراز بوده است و از راه فرمول لین ۳۷۰ نفر انتخاب شدند و نمونه‌گیری به روش تصادفی انجام شد. اعتبار صوری با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شد. نتایج نشان داد که بین کسب پذیرش اجتماعی و مدگرایی و مصرف رسانه‌ای و انتظارات اجتماعی و امکانات اقتصادی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. هم‌چنین نتایج نشان داد که بین مصرف گرایی، کسب هویت، لذت‌طلبی، سبک زندگی و مدیریت بدن رابطه معنادار وجود دارد.

حسینی و همکاران (Hosseini et al., 2010) در پژوهشی با موضوع «مقایسه میزان استرس و تصور از بدن در بین افراد ۲۰ تا ۳۰ ساله دارای سابقه عمل جراحی زیبایی در شهر اهواز» انجام دادند، نتایج حاصل از این پژوهش همچنین مشخص نموده که بین تصور از بدن خود در افراد استفاده‌کننده و غیر استفاده‌کننده از عمل جراحی زیبایی تفاوت معناداری وجود ندارد که در توجیه یافته‌های حاصل می‌توان اظهار داشت که اگر چه درجه نارضایتی از تصور بدنی و تاثیرات

فردی می تواند به عنوان یک جزء انگیزشی برای جراحی های زیبایی شمرده شود اما نمی تواند به تنهایی جراحی زیبایی را توجیه کند و تاثیرات فرهنگی- اجتماعی نیز باید در نظر گرفته شود.

ذکایی و همکاران (Zakaei et al, 2008) در پژوهشی با موضوع « زنان و فرهنگ بدن، زمینه های انتخاب جراحی های زیبایی در زنان تهرانی» را بررسی نمودند به این نتایج رسیدند که تجربه های زنان تهرانی نشان می دهد که باید این دسته از زنان، انتخاب جراحی صرفاً کوششی بود تا به رضایت فردی دست یابند. آن ها به خود توجه داشته و به دنبال پژوهش آرزوها و خواسته های خود بوده اند و پس از عمل احساس راحتی و شعف می نمایند چرا که این عمل ها موجب بهبود روحیه و افزایش اعتماد به نفسشان شده است.

تریگمن و روتل (Triggerman & Ruutel, 2003) در پژوهشی زنان دو کشور استرالیا و استونی مورد بررسی قرار داده اند. براساس یافته های آن ها، زنانی که کم تر تحت تأثیر نفوذ فرهنگ غربی و آمریکایی بوده اند (نظیر استونی)، کم تر از ناراضیانی از بدنشان رنج می برند. تفاوت های جنسیتی در این دو کشور نیز به چشم می خورد و این مطالعه نشان می دهد که زنان بسیار بیش تر ناراضیانی از بدن را تجربه می کنند و خودشان را نسبت به مردان سنگین تر تصور کرده و آرزو دارند تا لاغر شوند و زن از دست بدهند.

گیملین (Gimlin, 2000)، در مقاله ای با عنوان جراحی زیبایی، زیبایی به عنوان یک کالا و به منظور دستیابی به تجربه زنان در خصوص مسئله جراحی زیبایی و این که آنرا صرفاً از نگاه و منظر خود زنان بنگرد، به مصاحبه های کیفی با ۲۰ زن جزیره لانگ آیلند نیویورک که جراحی پلاستیک را صرفاً بمنظور زیبایی انجام داده اند، پرداخته، این زنان بر این نکته اصرار دارند که آن ها بدن هایشان را برای رضایت خود تغییر می دهند و نه برای افراد پیرامون خود نظیر همسر، دوست پسر، یا فرد دیگری، چرا که اگر چه نتیجه عمل زنانی که به جراحی پلاستیک مبادرت می کنند در نهایت، کمک به بازآفرینی فرهنگ زیبایی است که هزینه های سنگینی برای آن ها و همه زنان دارد و در کوتاه مدت به مقصد خاص خود رسیده اند.

داو (Dove, 2004)، در گروه پژوهشی خود در پژوهشی با عنوان « زیبایی نقادانه» طی بررسی ۳۲۰۰ زن از ۱۰ کشور جهان در گروه سنی ۱۸ تا ۶۴ سال که به صورت پیمایش تلفنی انتخاب شده بودند، دریافتند که ۴۴ درصد از زنان بر این باور هستند که زیبایی مقوله ای فراتر از ویژگی های جسمانی است (Tony, 2004). هم چنین، پژوهش یاد شده بیان می دارد که « از آن جا که از یک سو دائماً در رسانه های جمعی مفهوم تقلیل یافته زیبایی مورد استعمال واقع می شود و به دیگر مولفه های آن نظیر خوشحالی، مهربانی، تعقل، عشق و درک خود، توجهی نمی گردد و از سوی دیگر آن کیفیت خاصی از زیبایی

که در رسانه‌ها مورد تاکید قرار می‌گیرد، پدیده‌ای غیرقابل دسترسی است، بیش‌تر زنان، بویژه زنان و دختران جوان تر که الگوهای خود را از فرهنگ عمومی اخذ می‌کنند، دچار نوعی افسردگی و خودکم بینی و اعتماد به نفس پایین می‌گردند (Ectof,2004:47).

در بررسی انجام شده دیگری با عنوان «پروژه بدن غایب» جراحی پلاستیک، پاسخی به چهره‌های بدمنظر تلقی گردیده است (Gimlin,2006:704). نتایج بدست آمده از بررسی ذکر شده حاکی از آن است که توسل جستن به جراحی زیبایی پس از چندین مرتبه تلاش در بکارگیری رویکردهای عملی گوناگون بمنظور از بین بردن تجربیات بدنی مشکل ساز اتفاق افتاده است؛ بدین معنا که زنان پس از این که از اصلاحات موردنظر در صورت و اندام‌های خود ناامید گردیده‌اند، تصمیم به انجام عمل جراحی زیبایی گرفته‌اند (Gimlin,2006:705).

آدلمن (Adelman,2008) در پژوهشی به نام «بدن جسمانی و ساختار فرهنگی و نمادین» به این نتایج دست یافتند. آدلمن بر این باور است که بدن جسمانی و ساختار فرهنگی و نمادین در حقیقت از هم جدانشدنی هستند و باید در زمینه مسائلی از قبیل طبقه، نژاد، جنسیت و گرایش جنسی فهم شوند، به گونه ای که تمرین‌های خاص ورزشی زنان را تشویق می‌کند تا در راههایی که ممکن است صاحب قدرت شوند از خود دفاع کنند.

فرضیه های پژوهش

- فرضیه ۱ - بین اعتماد به نفس و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۲- بین عوامل ذهنی و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۳- بین دو جنس و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.
- فرضیه ۴- بین فشارهای وارد شده بر فرد (دوستان، نزدیکان و فامیل، همسر، رسانه ها) و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

در این پژوهش هم از روش مطالعه کتابخانه ای با بکار بردن داده ها و منابع موجود استفاده شده است که ضمن آن، کلیه مباحث نظری پیرامون مدیریت بدن در منابع و مآخذ، مورد بررسی قرار گرفته است و هم به صورت پیمایشی وارد میدان مطالعه شده و از پاسخگویان سوال شد. جامعه آماری کلیه زنان و مردان ۲۰ تا ۴۰ سال شهر شیراز در سال ۲۰۱۲ است. برای انتخاب نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران استفاده شد که

حجم نمونه برابر با ۳۸۰ نفر بوده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است که طی آن، از بین ۹ منطقه شهری شیراز، ۳ منطقه با توجه به ماهیت موضوع و روش پژوهش برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. به دلیل عدم دسترسی به پرسشنامه استاندارد شده در ارتباط با موضوع پژوهش، بر مبنای داده‌های بدست آمده از منابع مربوط به موضوع، پرسشنامه محقق ساختگی تنظیم شد که بیش‌تر سوالات آن در قالب طیف لیکرت پنج‌بخشی طراحی شده بود پس از گردآوری داده‌ها، از نرم افزار کامپیوتری SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است، پرسشنامه بین ۳۰ نفر از اعضای جامعه آماری مورد نظر به گونه تصادفی توزیع شد. و بمنظور تعیین اعتبار و روایی پژوهش اعتبار صوری در نظر گرفته شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه مبنی بر تعیین قدرت تبیین‌کنندگی گویه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است. این مقدار ۰/۸۹ بدست آمد. در این پژوهش به منظور کسب ابزار سنجش بهتر، آزمون مقدماتی انجام شد. سپس با استفاده از آزمون‌های تحلیل عاملی و سنجش پایایی به بررسی گویه‌های مقدماتی پرداخته و در نهایت، با جرح و تعدیل گویه‌ها پرسشنامه استخراج شد. داده‌های پرسشنامه در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که در سطح استنباطی از آزمون‌های T مستقل، کندال، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

فرضیه ۱ - بین اعتماد به نفس و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه وجود دارد.

جدول ۱- آزمون کندال بین دومتغیر اعتماد به نفس و مدیریت بدن

مدیریت بدن		اعتماد به نفس
۰/۱۱۳	ضریب همبستگی	
۰/۰۱۸	سطح معنی داری	
۳۶۱	تعداد	

نتایج این آزمون نشان دادند که بین اعتماد به نفس و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه معنی دار وجود دارد، نتایج این آزمون نشان داد سطح معنی داری کوچک‌تر از ۰/۰۵ و معادل ۰/۰۱۸ است، بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه ۲ - بین عوامل ذهنی و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه وجود دارد.

جدول ۲- ضریب همبستگی پیرسون بین دومتغیر عوامل ذهنی و مدیریت بدن

مدیریت بدن		عوامل ذهنی
۰/۳۹۹	ضریب همبستگی	
۰/۵۵	سطح معنی داری	
۳۶۳	تعداد	

نتایج این آزمون نشان داد بین توجه به عوامل ذهنی و مدیریت بدن رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد. هر فردی که در ذهن خود بیش تر به مقایسه خود با دیگران می پردازد باعث می شود بیش تر به مدیریت بدن گرایش داشته باشد. نتایج این آزمون نشان داد سطح معنی داری کوچک تر از ۰/۰۵ و معادل ۰/۵۵ می باشد، بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.
فرضیه ۳- بنظر می رسد بین دو جنس و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.

جدول ۳- آزمون T- TEST بین دومتغیر جنس و مدیریت بدن

مدیریت بدن			جنس
مقدار t	d درجه آزادی	سطح معنی داری	
-۵/۰۷۳	۳۶۱	۰/۰۰۰	

نتایج این آزمون نشان داد که میان جنس و مدیریت بدن رابطه معنی داری وجود دارد، نتایج این آزمون نشان داد سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ و معادل صفر است، بنابراین، فرضیه پژوهش تایید می شود.
فرضیه ۴- به نظر می رسد بین فشارهای وارد شده بر فرد (دوستان، نزدیکان و فامیل، همسر، رسانه ها) و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.

جدول ۴- همبستگی پیرسون بین دو متغیر فشارهای اجتماعی و مدیریت بدن

مدیریت بدن		فشارهای اجتماعی
۰/۱۹۱	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۳۵۵	تعداد	

همان گونه که در جدول بالا ملاحظه می شود سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است بنابراین، بین فشارهای اجتماعی و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.

بمنظور بررسی این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است، نتایج این آزمون نشان دادند بین فشارهای اجتماعی و مدیریت بدن رابطه معنی داری وجود دارد، نتایج این آزمون نشان داد سطح معنی داری کوچکتر از $0/05$ و معادل صفر است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

رگرسیون چندمتغیره

بمنظور نشان دادن تاثیر عوامل موثر بر مدیریت بدن، از رگرسیون چند متغیره استفاده کرده ایم. بدین منظور، تمامی عواملی که بر اساس آمار استنباطی پذیرفته شده بودند را در مدل وارد نمودیم. گفتنی است که به دلیل ماهیت پژوهش معادله رگرسیونی چند متغیره را برای زنان و مردان جداگانه محاسبه نمودیم.

جدول ۵- ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده معادله رگرسیونی (مردان)

سطح معنی داری	آماره آزمون (t)	ضرایب استاندارد نشده		مقدار ثابت
		Beta	Std. Error	
۰/۲۴۹	-۱/۱۵۸		۱۳/۴۴۷	-۱۵/۵۶۵
۰/۰۰۱	۳/۲۶۸	۰/۱۹۰	۰/۲۴۰	۰/۷۸۵
۰/۰۰۰	۶/۳۰۷	۰/۳۷۵	۰/۴۶۵	۲/۹۳۳

در نهایت، معادله خط رگرسیونی چندمتغیره برای مردان به صورت زیر در می‌آید:
 (عوامل ذهنی) $۲,۹۳۳ +$ (فشارهای اجتماعی) $۰,۷۸۵ +$ $-۱۵,۵۶۵ =$ مدیریت بدن

جدول ۶- ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده معادله رگرسیونی چندمتغیره (زنان):

سطح معنی داری	آماره آزمون (t)	ضرایب استاندارد نشده		مقدار ثابت
		Beta	Std. Error	
۰,۰۰۰	۱۰,۸۳۹		۵,۱۲۱	۵۵,۵۰۹
۰,۰۰۰	۵,۷۹۴	۰,۳۴۹	۱,۰۵۸	۶,۱۳۲
۰,۰۰۰	۳,۶۸۰	۰,۲۲۱	۰,۴۹۱	۱,۸۰۶

در نهایت، معادله خط رگرسیونی چندمتغیره برای زنان به صورت زیر در می‌آید:
 (عوامل ذهنی) $+1,806$ (فشارهای اجتماعی) $+6,132$ $-55,509$ = مدیریت بدن

بحث و نتیجه گیری

یافته های جدول ۱ نشان دادند که بین اعتماد به نفس و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد.

این پژوهش به جهاتی با پژوهش ذکایی (Zakaei,2007) همسو می باشد. این یافته ها حاکی از آن است که متقاضیان جراحی زیبایی نسبت به غیر متقاضیان، سطح پایین تری از سلامت روان و سطح بالاتری از اضطراب را نشان دادند. روی هم رفته، می توان این گونه بیان کرد که این پژوهشگران هریک به گونه ای باور دارند که گرایش به جراحی زیبایی با سلامت روان پایین رابطه دارد.

بر اساس یافته های جدول ۲ نشان دادند که بین عوامل ذهنی و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد.

بسیاری گمان می کنند تصویر ذهنی از بدن، مقوله ای در ارتباط با بزرگی یا کوچکی نامعمول جسم فردنیست بلکه به این مسئله می پردازد که فرد خود را چگونه می بیند، درمورد بدن خود چه می گوید و آن را چگونه توصیف می کند و نسبت به آن چه احساسی دارد و به چه شیوه ای با آن رفتار می کند این پژوهش با یافته های سازمان ملی جوانان (National youth organization,2004:1)، اینانلووفکری (Inanlu & Fekri,2010) و فرزانه (Farzane,2006) همسو می باشد. یافته ها حاکی از آن است که اگرچه درجه نارضایتی از تصوری فردی می تواند به عنوان یک جزء انگیزشی برای جراحی های زیبایی باشد، اما نمی تواند به تنهایی جراحی زیبایی را توجیه کند و تاثیرات فرهنگی - اجتماعی نیز باید در نظر گرفته شود.

بر اساس یافته های جدول ۳ نشان دادند که میان جنس و مدیریت بدن رابطه معنی داری وجود دارد.

بسیاری از مطالعات نشان می دهند که زنان بسیار بیش تر نارضایتی از بدن را تجربه می کنند (Modiri,2008) و این به واسطه فشارهای هنجاری و نگاه شی گونه به بدن زنان در جامعه سرمایه داری و فرهنگ مصرفی، بویژه به وسیله ابزار رسانه هاست (Frost,2003:56).

این پژوهش با یافته های چاووشیان (Chavoshian, 2002) همسو می باشد و این یافته ها حاکی از آن است که زنان بیش تر از مردان به آرایش صورت یا اصلاح سر و صورت اهمیت می دهند، دیگر این که گرایش زنان به جراحی های زیبایی در تهران متاثر از باور شوهران آنان است.

براساس یافته های جدول ۴ نشان دادند که میان فشارهای اجتماعی و مدیریت بدن میان زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد.

بسیاری از مطالعات نشان می دهد که زنان بسیار بیشتر نارضایتی از بدن را تجربه می کنند و این به واسطه فشارهای هنجاری و نگاه شی گونه به بدن زنان در جامعه سرمایه داری و فرهنگ مصرفی، بویژه به وسیله ابزار رسانه هاست. بدن و نگرانی نسبت به آن به یکی از مهم ترین نگرانی ها و دل مشغولی ها در زندگی دختران و زنان تبدیل شده است و این تنها مربوط به زنانی که از مشکلی چون لاغری یا چاقی رنج می برند نمی شود چراکه " آنچه دختران و زنان می خواهند و آنچه تماشا می کنند، به گونه فزاینده ای تاکید بیشتر بر اهمیت ظاهر را نشان می دهد" (Frost, 2003: 56) و بر درک و تجربه زنان نسبت به بدن خود در زندگی روزمره تاثیر می گذارد.

لذا، زنان بمنظور دستیابی به این ایده آل ها و معیارهای زیبایی با فشارها و اختلالات روحی و جسمی فراوانی روبه رو می گردند. از این رو، دستیابی زنان به معیارهای مطلوبیت و ایده آل بودن، تنها با اختصاص میزان زیادی از وقت به ورزش، انرژی برای رژیم گرفتن ویا صرف پول برای جراحی زیبایی امکان پذیر است.

البته از منظری دیگر پژوهش های داخل نشان می دهد که زنان به درخواست مردان و همسران دست به جراحی نزده اند (Farzane, 2006) این پژوهش با یافته های (Chavoshian, 2002) همسو می باشد و این یافته ها حاکی از آن است که زنان بیشتر از مردان به آرایش صورت یا اصلاح سر و صورت اهمیت می دهند، دیگر این که گرایش زنان به جراحی های زیبایی در تهران متأثر از باور شوهران آنان است و دیگر این که تمایل صاحبان کار در به کارگیری افراد زیبا و خوش اندام برای تصدی برخی مشاغل در اعمال مدیریت بدن زنان موثر است.

References

- 1-Adelman, M.(2008). "The Beautiful and the Object" Gender, Identity and Constructions of the Body in Contemporary Brazilian Culture, London Journal of Sociology, vol 185, No 6 .
- 2-Azad armaki, T, and H.Chavoshian(2002). Body as a media identity, Iranian journal of sociology, 4th series, no.4. (Persian).
- 3- Behzadiannejad, N.(2005). Culture and Beauty relying on plastic surgery, thesis for MA in anthropology, Faculty of social Sciences, Tehran University, (Persian).
- 4-Douglas,L.(2003),Doing Bodies Differently?Gender, youth Appearance and Damage,journal of youth studies,vol 6 ,no1 :53 – 67

- 5-EtcoF ,N. (2004),"The real truth about beauty :a global report", ing o the Global study on Women,Beauty and Well being .
- 6-Ekhlasi, E, et al. (2007),Sociological survey about effected factors to the body management in women in shiraz. (Persian).
- 7-Featherstone,M.(1991).Consumer Culture and postmodernism, London Journal of sociology ,vol 85,no 9
- 8-Frost, L. (2003),"Doing Bodies Directly ?Gender ,youth Aearance and Damage", journal o youth studies,vol 6,No
- 9-Gidense, A. (2006). Modernity and dignity and personal identity in modern society, translated by Movafaqian, N, Ney Publication, Tehran: 88, (Persian).
- 10-Gemlin, D,(2000),Cosmetic surgery :beauty as commodity, qualitative sociology,vol 23,no 1:77-98
- 11- Gimlin,D,(2006),"The Absent body project: Cosmetic Surgery as a Response to Bodily Dye - aearance", Sociology, Vol.40, No.4.
- 12-Hamidi, N.(2005). Women body and everyday life, thesis for MA in social research, Faculty of social Sciences, Tehran University, (Persian).
- 13- Hoseini, E, et al.(2010). Comparing of the stress and body imagine in ages between 20 and 30 years old whom had a history of cosmetic surgery and whom did not in Ahvaz, New journal of Industrial – Organizational Psychology, 1st year, no.3:74-77, (Persian).
- 14- Honsen, J. (2002) Ivelin Deid, Marry Allys Watters. Make up, Fashion and exploitation, translated by Mansouri, A, Golazin Publication, Tehran:110-154, (Persian).
- 15- Inanlu, M. and Fekri, M. (2010). Body management and it's relationship with social factors, consumption and gender, the journal of strategic studies women, 12th year, no.47. (Persian).
- 16- Mobarra ,F.(2011).A Survey about the women attitude to the body management . Thesis for Master of Social Sciences, (Persian).
- 17- Modiri, F.(2008). According to the review body's tendency to base their class, Thesis for Master of Women's Studies, (Persian).
- 18-National Youth Organization. (2004). Young girls and body image, Deputy National Youth Studies, Tehran, (Persian).
- 19-Ritzer, J. (2004). Sociological Theory in the Contemporary Era,translated by Solasi, M. Scientific Publications, Tehran, (Persian).
- 20- Shilling ,Ch. (1991).educating the body:physical capital and the production of social inequalities,Sociology,vol 25,no 4:653-672

- 21-Turner, B. S. (1996), "The body and sociology (Exploration in social theory), stage population : London.
- 22-Triggemann, M. (2003), Female thin Ideal Media Image and boys Attitudes toward Girls, sex Roles, vol 4, no 8,9/10, November 2003, 539-543
- 23-Toni, C. Antonucci (2004), "The Dove Root: Challenge
- 24- Zakaie, M.S, and Farzane, H. (2008). Body language and culture, selected fields of cosmetic surgery in women, Journal of Iranian Association of Cultural Studies and Communications, (Persian).
- 25- Farzaneh, H. (2006). Women and Body Culture, Factors influencing attitudes to cosmetic surgery, Thesis for Master of Cultural Studies, Faculty of Social Sciences, Allame Tabatabayi University (Persian).
- 26- Weidman, J. C (2008), Socialization in Higher Education, University of Pittsburgh, USA, Chian National University, Taiwan, 20 November.

