

**تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن
(مورد مطالعه: مردان بین ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران)**

علی نوری^۱

علیرضا محسنی تبریزی^۲

تاریخ وصول: ۹۷/۱۱/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۲۴

چکیده

هدف از این پژوهش تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن مردان بین ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران است. در شرایطی که منبع اصلی شکل‌گیری ارتباط و تبیین معنای هر چیزی به ظواهر تقلیل یابد، بدن به عنوان ابزار تجلی هویت، اهمیتی اساسی می‌یابد. نظریات گافمن، گیدنز، الیاس، بورديو و باندورا چارچوب نظری پژوهش را تشکیل می‌دهند. جامعه آماری پژوهش اعضای باشگاه‌های پرورش اندام شهر تهران بودند و برای تعیین حجم نمونه، با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. از روش پیمایشی برای تبیین تأثیر عوامل اجتماعی بر مدیریت بدن استفاده گردید. اطلاعات لازم از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته جمع‌آوری و با آزمون آلفای کرونباخ اعتبار سنجی شد و از آزمون آماری همبستگی برای تحلیل فرضیه‌ها استفاده شد. آزمون همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن نشان داد که این رابطه معکوس است. اگرچه در نظریات مختلفی که در این پژوهش مطرح گردیده و یافته‌های سایر محققان ارتباط مستقیمی بین مدیریت بدن و سرمایه فرهنگی وجود دارد، اما باید توجه داشت افرادی که از دانش و پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تری برخوردارند از روش‌های نامناسب برای تغییر ظاهر خود استفاده می‌کنند. آزمون همبستگی بین مدیریت بدن و یادگیری رفتار دیگران نشان داد که در سطح معنی‌داری ۵ درصد ارتباط مستقیم و معنی‌دار بین دو متغیر وجود دارد. هم‌چنین، آزمون همبستگی بین هر یک از متغیرهای نمایش تمایز خود با دیگران، نمایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی و نمایش ظاهر مورد پسند دیگران با مدیریت بدن، نشان داد بین این متغیرها و متغیر وابسته مدیریت بدن، رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.

واژگان کلیدی: مدیریت بدن، هویت، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، سرمایه فرهنگی، جامعه مدرن.

۱- دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

mohsenit@ut.ac.ir

۲- استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

مقدمه

توجه به بدن از دیرباز در بین انسان‌ها وجود داشته است. در جوامع ابتدایی که هنوز طبقه اجتماعی شکل نگرفته بود و رقابت اقتصادی وجود نداشت، زنان و مردان بدن‌شان را رنگ آمیزی و زینت می‌کردند. در آن زمان لازم بود همه افرادی که به دلیل قرابت، متعلق به گروه مشخصی بودند، خود را به شکل خاصی نشانه‌گذاری کنند. این نشانه‌ها، تنها به زیورآلات، انگشتر و مانند آن محدود نمی‌شد، بلکه به صورت شکاف‌ها و بریدگی‌هایی بر روی بدن، مانند خال کوبی و رنگ‌آمیزی خودنمایی می‌کرد. این نشانه‌ها نه تنها جنسیت هر فرد را تعیین می‌کرد بلکه تعیین کننده گروه و موقعیت کاری هر فرد از دوره کودکی تا پیری بود. هر دو جنس به زیبا نمودن خود توجه می‌کردند، اما مهم‌تر آن که این مدها و لوازم آرایش، زنان و مردان طبقات بالا را نشانه‌گذاری می‌کرد و آنان را از تهی‌دستان جدا می‌نمود. بنابراین، مد نشانه تمایز طبقاتی زنان و مردان طبقه حاکم بود و آنان را از طبقات دیگر باز می‌شناساند. با شکل‌گیری جامعه طبقاتی این نشانه‌ها دگرگون گردید و به مد و آرایش تبدیل شد که به عنوان نشانه تعلقات قومی، قبیله‌ای و گروهی تلقی می‌گردید. در سال‌های اخیر بدن انسان به عنوان یک موضوع مهم مورد مطالعه جامعه‌شناسان معاصر قرار گرفته است.

اهمیت بدن در تئوری پردازی‌های جامعه‌شناختی نیز به چشم می‌خورد. در میان جامعه‌شناسان پیشین تنها زیمل، ویلن و بعدها مارسل موس و مید به میزان زیادی علاقمند به بررسی این موضوع بودند. این دغدغه خاطر امروزه در حوزه جامعه‌شناسی بدن قابل پیگیری است. زیبایی تا آنجا که تجربه و تحقیقات علمی نشان می‌دهد نماد و نشانه قدرتمندی است (هنسن، ۱۳۸۱: ۶۱).

در دهه گذشته گرایش به مدیریت بدن در حوزه پرورش‌اندام در بین مردان جامعه ایران به‌طور چشم‌گیری افزایش یافته است. مطابق آمار سایت اداره کل ورزش و جوانان شهر تهران، هم‌اکنون ۱۰۴۴ باشگاه پرورش‌اندام در شهر تهران فعالیت می‌کنند و تعداد این باشگاه‌ها هر ساله روبه افزایش می‌باشد که حدود ۱۲۵۰۰۰ نفر در این باشگاه‌ها مشغول ورزش هستند (سایت اداره ورزش و جوانان شهر تهران، ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۵). بسیاری از مردان جوان و پسران تلاش می‌کنند از طریق استفاده از داروها، هورمون‌ها و مکمل‌ها به سرعت به اندام مورد نظر و ایده‌آل خود دست یابند. ورزش پرورش‌اندام در جامعه امروزی ایران به ویژه کلان شهر تهران شرایط ویژه‌ای را تجربه می‌کند. برخی قهرمانان این رشته به عللی که تاکنون به وضوح بیان نشده است دچار عوارض شدید و حتی مرگ شده‌اند. از طرفی افراد عادی علاقه زیادی به بدن‌های عضله‌ای و تناسب اندام پیدا کرده‌اند که پیش از این سابقه نداشته است. با گسترش اقبال عمومی به این ورزش و میل جوانان به کسب زیبایی و تناسب اندام در مدت زمان کوتاه، نگرانی‌هایی در زمینه سلامت آن‌ها احساس می‌شود. شتاب در رسیدن به وزن ایده‌آل و تناسب اندام می‌تواند زمینه استفاده نامناسب از رژیم‌های غذایی، هورمون‌ها و داروها را فراهم آورد. سوال این

است: چه شرایط و عوامل اجتماعی در جامعه ما و شهر تهران، سبب تقاضای شدید برای ورزش پرورش اندام از سوی جوانان و اقدامات نامتعارف آنان شده است؟

براساس آمار، مراجعه به باشگاه‌ها در زمان‌های خاصی از سال به وضوح بیش‌تر می‌شود مانند زمان‌های قبل از تعطیلات نوروز، فصل تابستان و قبل از شروع ماه محرم. به نظر می‌رسد نمایش بدن، جلب توجه جنس مخالف و پوشاندن ضعف بدنی از دلایل اقدام مردان جوان و پسران برای مدیریت بدن در حوزه بدن‌سازی باشد.

در این پژوهش تلاش می‌شود علل و عوامل اجتماعی گرایش شدید جامعه آماری مورد مطالعه به مدیریت بدن تبیین شود. اقدام به بدن‌سازی و پرورش اندام جهت دستیابی به تناسب اندام به دغدغه‌ی عده زیادی از پسران و مردان ایرانی تبدیل شده است. بسیاری از اقدامات آنان برای دستیابی به تناسب اندام و زیبایی ظاهر پیامدهای وخیم جسمانی و روانی ایجاد می‌کند. آنان خود را در معرض رژیم‌های سخت غذایی مانند مصرف انواع پودر و پروتئین و عدم مصرف ویتامین‌ها و چربی‌ها قرار می‌دهند و خود را از تغذیه سالم محروم می‌سازند (احمدنیا، ۱۳۸۵: ۲۵).

مسئله مدیریت بدن برای پسران به قدری مهم شده که آنان ممکن است نسبت به تناسب و زیبایی اندام خود حالت وسواسی پیدا کنند، ادامه این وسواس سبب بروز نوعی بیماری به‌نام بهداشت عصبی در افراد می‌شود و فرد برای رسیدن به شرایط ایده‌آل بدنی اقدام به هرکاری (از جمله استفاده از داروهای نیروزا، پرخوری و استفاده از انواع خوراکی ناسالم) می‌کند (لطف‌آبادی، ۱۳۷۸: ۱۷۱). هدف کلی این پژوهش تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در بین پسران و مردان شهر تهران است و اهداف فرعی تحقیق ناظر به موارد زیر است:

الف) بررسی وضعیت موجود مدیریت بدن در بین مردان و پسران شهر تهران.

ب) بررسی انگیزه‌های فردی مؤثر بر گرایش روز افزون مردان و پسران به مدیریت بدن با تأکید بر خودنمایی.

پ) بررسی پیامدها و آسیب‌شناسی وضعیت موجود استفاده از داروهای نیروزا.

ت) ارزیابی راهکارها و پیشنهادهایی برای کاهش آسیب‌های ناشی از مدیریت پرخطر بدن.

اهم پژوهش‌هایی که در زمینه موضوع این پژوهش در گذشته انجام شده است، به شرح زیر است: آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، در تحقیقی با عنوان بدن به مثابه‌ی رسانه هویت نشان دادند که بین جنس، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دیانت، نگرش سنتی به خانواده و مدیریت بدن رابطه وجود دارد، اما متغیرهای ساختاری همانند پایگاه اجتماعی-اقتصادی، سرمایه اقتصادی و شغل رابطه معناداری با مدیریت بدن نداشتند. احمدنیا (۱۳۸۵) در تحقیقی تحت عنوان «بلوغ، انگیزه سلامت و رفتارهای بهداشتی نوجوانان و جوانان» به این نتیجه دست‌یافته که وقتی لاغری به‌عنوان شرایط مطلوب بدنی در رسانه‌ها تبلیغ می‌شود، دختران و پسران جوان در طلب رسیدن به وزن ایده‌آل، خود را در معرض

رژیم‌های سخت غذایی قرار می‌دهند و در واقع خود را در حساس‌ترین دوران رشد بدنی، از شرایط تغذیه سالم و متعادل محروم می‌سازند.

فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان مدیریت بدن و رابطه‌ی آن با پذیرش اجتماعی بدن، مطالعه‌ی موردی زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله شهر شیراز نشان داده‌اند که زنان توجه بالایی به تمام وجوه مدیریت بدن داشته‌اند. بین متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با مدیریت بدن رابطه‌ی مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار وجود داشته است. ابراهیمی و بهنویی‌گدنه (۱۳۸۸)، تحقیقی با عنوان سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن جوانان، مطالعه‌ی موردی جوانان شهر بابلسر، انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد مدیریت بدن در بین جوانان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین، آزمون فرضیات نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن جوانان (دختر و پسر) رابطه معناداری وجود دارد. به علاوه، یافته‌ها حاکی از آن است که پایگاه اجتماعی - اقتصادی با مدیریت بدن آن‌ها همبستگی دارد. در مجموع، بر اساس یافته‌های این تحقیق هر چه میزان سرمایه فرهنگی افراد بیش‌تر باشد، مدیریت بدن نیز اهمیت پیدا می‌کند. رضایی و همکارانش (۱۳۸۹)، در تحقیق خود با عنوان بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن دانشجویان دختر نشان دادند که عواملی نظیر مصرف‌گرایی، فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای به گونه‌ی مستقیم و معنادار با مدیریت بدن رابطه معنادار داشتند. این متغیرها روی هم ۸۳ درصد از تغییرات مدیریت بدن را پیش‌بینی کردند.

نوغانی و همکاران (۱۳۸۹)، تحقیقی با عنوان عوامل اجتماعی مؤثر بر انجام جراحی زیبایی زنان انجام داده‌اند. در این تحقیق که به روش علی-مقایسه‌ای، در بین ۸۰ نفر از زنان ۱۸ تا ۴۵ ساله انجام شده، این نتایج به دست آمد: متغیرهای سرمایه فرهنگی، فشار هنجاری و پایگاه اجتماعی-اقتصادی، با احتمال جراحی زیبایی رابطه مثبت و معنادار و متغیرهای تصور از بدن و روابط اجتماعی با احتمال انجام جراحی زیبایی رابطه منفی و معنادار دارد. شکریگی و امیری (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان مدیریت بدن و مقبولیت اجتماعی (مطالعه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی و پیام نور شهر زنجان)، انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که میانگین مدیریت بدن، برای دانشجویان دختر ۸۳ و پسر ۷۲ درصد بوده که حاکی از میزان مدیریت بیش‌تر دختران نسبت به پسران بر بدن‌هایشان می‌باشد. همچنین مقبولیت اجتماعی، تدین، مصرف رسانه‌ای، مصرف فرهنگی، اوقات فراغت، پایگاه اجتماعی-اقتصادی و مدیریت بدن رابطه معنادار داشتند. محققین غیرایرانی نیز پژوهش‌های متعددی در خصوص جامعه‌شناسی بدن و مدیریت آن انجام داده‌اند، از جمله ترنر که معتقد است بدن نقش واسطی بین مصرف و هویت فرد ایفا می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است.

به زعم ترنر فرهنگ مصرفی منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افراد قرار می‌دهد که بدن برای آن‌ها اهمیت دارد (ترنر، ۱۹۹۶ به نقل از ذکایی ۱۳۸۶: ۱۲۳). راد و لنون^۱ (۱۹۹۴)، در تحقیقی با عنوان رابطه‌ی نگرش به نقش‌های جنسیتی، رضایت از بدن، عزت نفس و مدیریت ظاهر در زنان، به بررسی این موضوع در بین دانشجویان دانشگاه پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد که:

نحوه‌ی نگرش به نقش جنسیت و رضایت از بدن رابطه‌ی مثبت با عزت نفس دارد؛ رضایت از بدن همبستگی بیش‌تری با عزت نفس دارد تا نگرش‌های سنتی به نقش‌های جنسیتی؛ زنانی که دارای عزت نفس بیش‌تری هستند، نسبت به زنانی که عزت نفس پایین‌تری دارند، کم‌تر درگیر فرآیند مدیریت ظاهر می‌شوند؛ زنانی که دارای نگرش سنتی به نقش‌های جنسیتی و زنانی که دارای نگرش غیرسنتی به نقش‌های جنسی هستند، به مدیریت ظاهر توجه دارند. ویلسون و همکاران^۲ (۲۰۰۵)، در تحقیق خود نشان دادند شاخص توده کلی بدن بهترین پیش‌بین عینی و تصویر بدنی است. و ادراک ذهنی از وزن و شکل بدن، بزرگ‌تر از شکل و وزن واقعی بود که مرتبط با عزت بدنی و نارضایتی از بدن بود.

جانگ و لی^۳ (۲۰۰۶)، در پژوهشی به مقایسه‌ی بین فرهنگی تصور از بدن، عزت نفس و رژیم غذایی در بین زنان کره و آمریکا پرداخته‌اند. نتایج تحقیق ایشان نشان داده که: تصور از بدن رابطه‌ی مثبت با عزت نفس دارد. تصور از بدن رابطه‌ای معکوس با عادت‌های تغذیه و رژیم غذایی دارد و زنان کره‌ای (زنانی که وابسته به جوامع گروه محور هستند) در مقایسه با زنان غربی نسبت به ظاهر خود ناراضی‌ترند. جری و کوسرت^۴ (۲۰۰۷)، در تحقیق خود اظهار کرده‌اند که فشار برای لاغری امکان دارد که عزت نفس زنان را تهدید کند. زیرا به جای اینکه از ارزش‌های دیگر استفاده کنند، از ظاهر به عنوان منبع عزت نفس استفاده می‌کنند.

گروث و همکاران (۲۰۰۹)، در پژوهشی با عنوان ابعاد موقعیت اجتماعی - اقتصادی مرتبط با شاخص توده‌ی بدن و چاقی در میان زنان و مردان دانمارکی، به تعاملات بین ابعاد مختلف و تفاوت‌های جنسیتی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد: آموزش بعدی بود که ثابت‌ترین ارتباط را با شاخص توده‌ی بدن و چاقی داشت که حاکی از اهمیت سرمایه‌ی فرهنگی در وضعیت وزنی است.

الگوهای ویژه‌ی جنسی نشان دهنده خیز اجتماعی قوی‌تری برای زنان است و نشان می‌دهد که افزونی مرتبط با وزن بدن برای زنان با شرایط مادی و اجتماعی نامساعد مرتبط است، اما این برای مردان صدق نمی‌کند. در پژوهش دیگری با عنوان «زیبایی، نماد منزلت» نتایج به دست آمده نشان می‌دهد جذابیت صورت، تفاوت‌های قابل پیش‌بینی را در ارتباطات عام و خاص ایجاد می‌کند و نیز

1- Rudd & Lennon

2- Wilson, Tripp & Boland

3- Jung & Lee

4- Jerry & Kossert

تأثیرات و جذابیت چهره می‌تواند در ترکیب با ویژگی‌های منزلتی دیگر دچار تغییر و تعدیل گردد (۱۴۰: Webster ۱۹۸۳). در پژوهشی دیگر آدلمن معتقد است بدن جسمانی و ساختار فرهنگی و نمادین درحقیقت از هم جدا نشدنی هستند و باید در زمینه‌ی مسائلی از قبیل طبقه، نژاد، جنسیت و گرایش جنسی فهم شوند، به طوری که تمرین‌های خاص ورزشی زنان را تشویق می‌کند تا در راه‌هایی که ممکن است صاحب قدرت شوند، از خود دفاع کنند (Adelman, 2008: 56).

گروه تحقیقاتی داو در سال ۲۰۰۴ در پژوهشی با عنوان «زیبایی نقادانه» طی بررسی ۳۲۰۰ زن از ۱۰ کشور در گروه سنی ۱۸ تا ۶۴ سال که به صورت پیمایش تلفنی انتخاب شده بودند دریافتند که ۴۴ درصد از زنان بر این باورند که زیبایی مقوله‌ای فراتر از ویژگی‌های جسمانی است (تونی، ۲۰۰۴: ۱۹). به نقل از اخلاصی، ۱۳۸۶: ۴۴). در بررسی انجام شده دیگری با عنوان «پروژه بدن غایب»، جراحی پلاستیک، پاسخی به چهره‌های بد منظر تلقی گردیده است. محقق در این بررسی، طی مدت ۴ ماه با ۲۰ نفر از زنانی که عمل جراحی آرایشی انجام داده‌اند مصاحبه نموده است. همه مصاحبه‌شوندگان سفیدپوست و ساکن جنوب غرب انگلستان بودند. گروه سنی آنان بین ۲۳ تا ۵۰ سال بوده و همگی به صورت پاره وقت یا تمام وقت شاغل بوده‌اند (Gimlin, 2006: 704). نتایج به دست آمده از بررسی مذکور حاکی از آن است که توسل جستن به جراحی زیبایی پس از چندین مرتبه تلاش در به کارگیری رویکردهای عملی گوناگون به منظور از بین بردن تجربیات بدنی مشکل ساز اتفاق افتاده است؛ بدین معنا که زنان پس از این که از اصلاحات مورد نظر در صورت و اندام‌های خود ناامید گردیده‌اند، تصمیم به انجام اعمال جراحی زیبایی گرفته‌اند (همان، ۷۰۵).

بسیاری از توصیفات صورت گرفته از سوی مصاحبه‌شوندگان منعکس کننده مفهوم «قیافه ناجور اجتماعی» می‌باشد که در نتیجه آن بین «خود» و «بدن» فاصله ایجاد می‌گردد (همان: ۷۰۸). مصاحبه‌شوندگان در بررسی یادشده بر این باورند که در نتیجه نوع نگاه‌های صورت گرفته به آن‌ها و قضاوت‌های اعمال شده نسبت به آنان، احساس تألم و ناراحتی نموده‌اند. افراد یادشده، احساس ناراحتی موجود در خود را نوعی «آگاهی از خود» تلقی نموده‌اند. پژوهشگران در نهایت با جمع بندی نظرات مصاحبه‌شوندگان بیان می‌دارند: «بدنی که دارای ظاهری ناجور است به صورت «دیگری» تجربه می‌شود و هر تلاشی برای از بین بردن ناسازگاری در قیافه را می‌توان به عنوان کوششی در راستای اتحاد «بدن» و «خود» تفسیر نمود» (همان، ۷۰۵). بر مبنای تحقیقی از «جونزوالاس»، افرادی که به خاطر موانعی چون طبقه اجتماعی، فقر اقتصادی و ... قادر به تأمین چنین استانداردهایی نیستند، دچار بحران هویتی، عدم کفایت و ضعف اعتماد به نفس می‌شوند.

فرهنگ مصرفی، انسان‌ها را تشویق می‌کند تا پوست، مخصوصاً پوست زنانه را به گونه‌ای تلقی کنند که لازم است همواره به منظور حفاظت در برابر گذر زمان روی آن کار مداوم صورت پذیرد تا بدین ترتیب، پوست بتواند ویژگی تفاوت جنسیتی خود را حفظ نماید (Ahmed, 2001: 11). بدن نقش واسطی

را بین مصرف و هویت فرد ایفا می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است. فرهنگ مصرفی، منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افراد قرار می‌دهد که بدن برای آن‌ها اهمیت دارد (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۲۳؛ به نقل از ترنر، ۱۹۹۶). برای جمع‌بندی پیشینه‌ی تجربی پژوهش می‌توان کارهای انجام شده را به چهار دسته تقسیم کرد:

۱- اکثر تحقیقات به یکی از ابعاد مدیریت بدن، یعنی بعد جراحی زیبایی به ویژه در بین زنان توجه نموده‌اند. مانند: چوشیان (۱۳۸۱)، حمیدی (۱۳۸۵)، راد ولتون (۱۹۹۴).

۲- معدود تحقیقاتی به رابطه بین دو جنس در خصوص مدیریت بدن اشاره کرده‌اند شامل: دیان‌ژاد (۱۳۸۴)، ذکایی (۱۳۸۷)، و گروث و دیگران (۲۰۰۹).

۳- نکته دیگری که در پیشینه تحقیق باید مورد توجه قرارگیرد این است که تقسیم بندی‌های مورد استفاده آن‌ها ناقص بوده و از عهده مفهوم مذکور به خوبی برنیامده است.

۴- در زمینه مدیریت بدن، تحقیقات متعددی صورت گرفته است. اما این تحقیقات عمدتاً به بررسی مولفه‌های مدیریت بدن و اهمیت آن به ویژه در بین زنان پرداخته‌اند. کم‌تر تحقیقی را می‌بینیم که مدیریت بدن مردان را نیز مد نظر قرار داده باشد.

با توجه به کاستی‌های مطالعات انجام شده، در این تحقیق سعی بر آن است که ضعف‌های موجود تا حدی برطرف گردد و تحقیق با محوریت مدیریت بدن در ایران انجام گردد. در این پژوهش پس از مطالعه نظریات مربوط به مدیریت بدن، نظریات اندیشمندان ذیل با توجه به عنوان پژوهش، خطوط کلی چارچوب نظری را پی‌ریزی کرد:

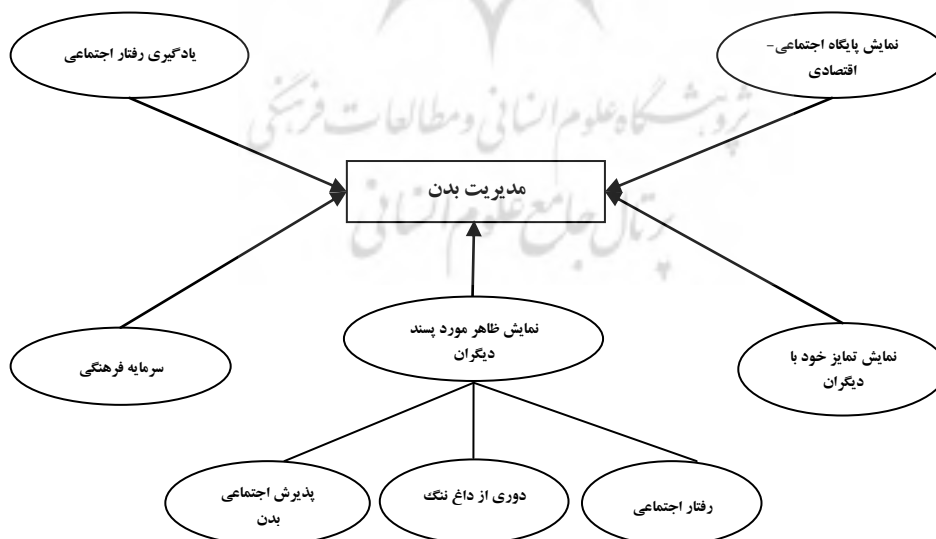
مطابق دیدگاه گافمن انسان‌ها برای نشان دادن جنبه‌ای از خود که مورد قبول دیگران باشد و برای این که خودشان را در برابر دیگران مناسب و مطلوب نشان دهند، حرکات و اعمال بدنی خود را به طور دقیق و به دور از هرگونه اختلال و کاستی به انجام می‌رسانند و نیز کردارشان را به طور مداوم کنترل می‌کنند. از آن جایی که تأثیرگذاری‌های اولیه مهم هستند، ظاهر نیز که برای شخص و برای دیگران قابل رؤیت و نمایش است، به عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کارگرفته می‌شود لذا افراد سعی می‌کنند با استفاده از ظاهر، حرکات بدنی و چهره خود تأثیرات مشخص و معینی را به دیگران منتقل نمایند که این موضوع از طریق کنش متقابل صورت می‌گیرد. در واقع بسیاری از افراد برای تنظیم کنش‌هایشان طوری تلاش می‌کنند که کم‌ترین تنش و بهترین تصویر ارائه شود. آن‌ها برای فرار از داغ (نگ) هم که شده به اصلاح عیوب و ناهنجاری‌های ظاهر خود می‌پردازند.

گافمن زندگی اجتماعی را به نوعی صحنه تئاتر تشبیه می‌کند که افراد برای ظاهرشدن موفق و بی‌نقص روی صحنه تلاش می‌کنند. در این اجرا، برای تأثیرگذاری بر روی مخاطبان به مدیریت بدن پرداخته تا تأثیر مثبت خود را دو چندان کنند (گافمن، ۱۳۸۶: ۱۱۹). هم‌چنین براساس نظریات نوربرت الیاس جوامع طی فرآیند مدرن شدن خصلت خود انضباطی و نظم را به انسان‌ها تحمیل کرده‌اند.

بنابراین تأکید بسیار بر رژیم‌های غذایی و لاغری، ضرورت ورزش، دستکاری پزشکی در امور زیبایی و ... همچون مؤلفه‌ها و نشانه‌ای از مدرن شدن جامعه و افراد آن در نظر گرفته می‌شود و می‌توان آن را به منزلت و پرستیژ اجتماعی ارتباط داد (اسمیت، ۲۳۵ : ۱۳۸۳). بوردیو معتقد است افراد براساس آگاهی و شناختی که نسبت به محیط اطراف خود دارند، دست به انتخاب می‌زنند و کسانی که میزان شناخت آن‌ها بالاتر است بهترین انتخاب را انجام می‌دهند تا از این طریق بین خود و دیگران تمایز قائل شوند و همین امر سبب می‌شود افراد سبک زندگی خود را تغییر دهند.

یکی از این سبک‌های زندگی مدیریت بدن است که هدف از انجام آن کسب منزلت، ایجاد تمایز بین خود و دیگران و نشان دادن پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر است تا برتری خود را نسبت به دیگران نشان دهند. همچنین بوردیو معتقد است کاربرد ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی (تجسم یافته، عینیت یافته و نهادینه شده) موجب تنوع نحوه زندگی و بروز سلیقه‌های گوناگون گردیده، به تبع آن تفاوت در کسب موقعیت‌های برتر اجتماعی و استفاده از امکانات مختلف را سبب می‌شود (کیوان آرا و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۳). مطابق دیدگاه باندورا، افراد از طریق مشاهده رفتار دیگران به ویژه توسط تلویزیون و سینما به یادگیری رفتار می‌پردازند. وقتی یادگیرنده مشاهده می‌کند که شخصی برای انجام یک رفتار خاص پاداش دریافت می‌کند آن رفتار را می‌آموزد و آن را الگوی خود قرار می‌دهد (پارسا، ۱۳۷۶: ۳۰).

نظر به پیشینه پژوهش و نظریات محققان و دانشمندان علوم اجتماعی می‌توان مدل نظری پژوهش را به شکل زیر ترسیم کرد:



شکل (۱): مدل نظری پژوهش

- در این تحقیق با توجه به چارچوب نظری و مدل نظری پژوهش فرضیه‌های زیر قابل طرح است:
- ۱- بین یادگیری رفتار دیگران و مدیریت بدن مردان ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران رابطه وجود دارد.
 - ۲- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و مدیریت بدن مردان ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران رابطه وجود دارد.
 - ۳- بین نمایش ظاهر مورد پسند دیگران و مدیریت بدن مردان ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران رابطه وجود دارد.
 - ۴- بین نمایش تمایز خود با دیگران با مدیریت بدن مردان ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران رابطه وجود دارد.
 - ۵- بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن مردان ۱۸ تا ۴۵ سال شهر تهران رابطه وجود دارد.

روش

این پژوهش در نظر دارد ضمن شناخت مسائل مربوط به مدیریت بدن (توصیفی) به تحلیل عوامل مؤثر بر اقدام مردان به پرورش اندام با روش پیمایشی^۱ بپردازد. در این تحقیق از ابزار مصاحبه برای گفتگو با متخصصان و مربیان پرورش اندام و جامعه‌شناسان استفاده گردیده و از پرسش‌نامه برای جمع‌آوری داده‌ها از نمونه آماری مورد مطالعه، بهره گرفته‌ایم. پرسش‌نامه‌ها به مردان بین ۱۸ تا ۴۵ سال ارائه گردید. در چند مرحله از متغیرهای اساسی پرسش‌نامه و یک مرحله از کل پرسش‌نامه پیش‌آزمون انجام شد و پس از آن پرسش‌نامه نهایی تهیه گردید. واحد تحلیل در این پژوهش مردان محدوده سنی ۱۸ تا ۴۵ سال هستند. مطابق آمار اداره کل ورزش و جوانان شهر تهران، تعداد ۱۰۴۴ باشگاه پرورش اندام در شهر تهران وجود دارد و تعداد ۱۲۵۲۸۰ نفر در این باشگاه‌ها به این ورزش می‌پردازند که جامعه آماری تحقیق را تشکیل می‌دهند. با توجه به موضوع پژوهش، باید گروه سنی انتخاب می‌شد که به ورزش پرورش اندام می‌پردازند و برای استفاده از داروها و مکمل‌ها دارای انگیزه باشند. بنابراین گروه سنی ۱۸ تا ۴۵ سال انتخاب شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر محاسبه گردید. به نسبت جمعیت و تعداد باشگاه‌های هر حوزه ورزشی شهر تهران حجم نمونه هر منطقه محاسبه شد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش نمونه‌گیری طبقه‌ای^۲ بوده است. برای برآورد صحیح از جمعیت نمونه مورد مطالعه، لیست کلیه باشگاه‌های مناطق ۲۲ گانه شهر تهران از اداره کل ورزش و جوانان شهر تهران دریافت شد و سپس سهمیه هر منطقه به نسبت تعداد باشگاه‌های آن نسبت به کل حوزه مشخص گردید. در مرحله بعد با مراجعه به باشگاه‌ها و با در نظر گرفتن محدوده سنی پاسخگویان، پرسش‌نامه‌ها تکمیل گردید. سپس جمع خبرگان پرسش‌نامه را برای تعیین حساسیت‌های فرهنگی، وضوح سوالات، موارد اختلاف و خطاهای موجود در معنایابی بررسی کردند. پس از آن پرسش‌نامه در

1- Survy

2- Stratified sampling

نمونه ۲۰ نفری در شهر تهران مورد آزمون قرار گرفت و در مرحله نهایی برای روایی سازه، اطلاعات جمع‌آوری شده از مطالعه مقطعی مورد تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی قرار گرفت. قبل از اجرای پرسش‌نامه برای اطمینان حاصل نمودن از قابلیت اجرای آن، به اجرای آزمایشی پرسش‌نامه مبادرت گردید. جهت تعیین میزان پایایی ابزار از روش بازآزمایی و از روش ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی تجانس درونی استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای کل ابزار ۸۵ درصد و برای زیرشاخه‌ها از ۶۷ درصد تا ۹۴ درصد بود. همه موارد همبستگی قابل قبولی داشته‌اند و نتایج آزمون - بازآزمون نشان دهنده ثبات برای پرسش‌نامه و زیر شاخه‌های آن بود.

جدول (۱): بررسی پایایی متغیرهای پرسشنامه

متغیر	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
نمایش تمایز خود با دیگران	۶	۰/۷۴
یادگیری رفتار دیگران	۶	۰/۸۳
نمایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی	۱۲	۰/۹۱
نمایش ظاهر مورد پسند دیگران	۲۵	۰/۶۷
سرمایه فرهنگی	۱۲	۰/۸۰
مدیریت بدن	۱۳	۰/۷۸
کل متغیرها	۷۴	۰/۸۵

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی؛ این پژوهش به‌روشنی پیمایش باحجم نمونه ۳۸۴ و با ابزار پرسش‌نامه انجام گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش در دو بخش توصیفی و تحلیلی به شرح زیر است. از مجموع ۳۸۴ پاسخگو در این پژوهش، تعداد ۴۴/۹ درصد در فاصله سنی ۲۵-۱۸، ۴۱/۹ درصد در فاصله سنی ۳۵-۲۶ و ۱۵/۷ درصد در فاصله سنی ۴۵-۳۶ قرار داشتند. از نظر وضعیت اشتغال ۹۷/۱ درصد افراد شاغل و ۲/۹ درصد بیکار بودند. هم‌چنین از نظر میزان تحصیلات بیش‌ترین میزان فراوانی مربوط به گروه تحصیلی متوسطه با ۲۶/۸ درصد و کم‌ترین میزان فراوانی مربوط به گروه تحصیلی دکتری با ۱/۶ درصد بود. در نمونه یاد شده ۶۵/۹ درصد افراد مجرد، ۳۲/۴ درصد متأهل و ۱/۸ درصد نیز از همسران خود جدا شده بودند. در زمینه میزان درآمد ۱۷/۹ درصد افراد درآمد کم‌تر از ۲ میلیون تومان داشتند. ۴۰ درصد افراد، درآمدی بین ۲ تا ۵ میلیون تومان داشتند و ۴۱/۹ درصد افراد درآمد بالای ۵ میلیون تومان را ذکر کردند.

جدول (۲): شاخص‌های آماری متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش

متغیر	میانگین	واریانس	کمینه	بیشینه
نمایش تمایز خود با دیگران	۲۰/۱۷	۶/۷۹	۱۰	۳۰
یادگیری رفتار دیگران	۹/۷۳	۴/۳۱	۳/۵	۱۹
نمایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی	۴۵/۵۶	۳۷/۸۹	۱۲	۷۲
نمایش ظاهر مورد پسند دیگران	۳۴/۹۸	۷/۳۳	۱۷	۵۵
سرمایه فرهنگی	۲۴/۵۳	۱۴/۷۲	۱۴	۳۵
مدیریت بدن	۱۹/۳۶	۴۲۱/۶۵	۰	۶۸

تبیین جامعه‌شناختی عوامل موثر بر مدیریت بدن (مورد مطالعه ...

در جدول شماره ۲ شاخص مرکزی میانگین برای توصیف نحوه تمرکز داده‌ها، شاخص واریانس معیاری برای اندازه‌گیری پراکندگی داده‌هاست و کمینه و بیشینه متغیرهای مستقل، واسط و وابسته آمده است.

یافته‌های استنباطی؛ همان‌گونه که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد:

بین نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی و نشان دادن تمایز خود با دیگران رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد ($r = 0/190$).

بین سرمایه فرهنگی و نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد ($r = 0/217$).

بین مدیریت بدن و نمایش تمایز خود با دیگران رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد ($r = 0/234$).

بین مدیریت بدن و یادگیری رفتار دیگران رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد ($r = 0/194$).

بین مدیریت بدن و نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد ($r = 0/213$).

بین مدیریت بدن و نمایش ظاهر مورد پسند دیگران رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد ($r = 0/269$).

بین مدیریت بدن و سرمایه فرهنگی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد ($r = 0/201$).

جدول (۳): ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	نمایش تمایز خود با دیگران	یادگیری رفتار دیگران	نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی	نمایش ظاهر مورد پسند دیگران	سرمایه فرهنگی	مدیریت بدن
نمایش تمایز خود با دیگران	۱					
یادگیری رفتار دیگران	0/17	۱				
نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی	0/190*	-0/25	۱			
نمایش ظاهر مورد پسند دیگران	0/268	-0/28	0/004	۱		
سرمایه فرهنگی	-0/074	0/009	0/217*	-0/075	۱	
مدیریت بدن	0/234*	0/194*	0/213*	0/269**	-0/201*	۱

** Sig ≤ 0/01 * Sig ≤ 0/05

جدول (۴): آزمون همبستگی متغیرهای نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی و نمایش ظاهر مورد پسند دیگران

شاخص آماری	تعداد نمونه	ضریب همبستگی نمونه	درجه آزادی	میزان خطا	سطح معنی‌داری Sig.
متغیرها					
نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی	۳۸۴	0/078	۳۸۲	0/05	0/470

براساس جدول شماره ۴، ضریب همبستگی بین متغیرهای نمایش پایگاه اجتماعی- اقتصادی و نمایش ظاهر مورد پسند دیگران 0/078 به دست آمده است که در سطح معنی‌داری 0/05 نشان دهنده

عدم ارتباط معنی‌دار بین دو متغیر است ($\text{sig} > 0/05$). لذا نمایش پایگاه اجتماعی - اقتصادی افراد ارتباطی با نشان دادن ظاهر مورد پسند دیگران توسط او نداشته است.

جدول (۵): آزمون همبستگی متغیرهای سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن

شاخص آماری	تعداد نمونه	ضریب همبستگی نمونه	ضریب تعیین	درجه آزادی	میزان خطا	سطح معنی‌داری Sig.
متغیرها						
سرمایه فرهنگی	۳۸۴	-۰/۴۱۳	۰/۱۷	۳۸۲	۰/۰۵	۰/۰۰۰
مدیریت بدن						

بر اساس جدول شماره ۵، ضریب همبستگی بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن $-۰/۲۲۵$ به دست آمده است که در سطح معنی‌داری $۰/۰۵$ نشان دهنده ارتباط معنی‌دار بین دو متغیر است ($\text{sig} < 0/05$). از طرفی علامت منفی ضریب همبستگی نشان می‌دهد که این رابطه معکوس است. یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی، میزان مدیریت بدن کاهش می‌یابد. بنابراین بین ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی شامل سرمایه عینیت یافته، نهادینه شده و تجسم یافته که افراد از آن برخوردارند و اقدام آنان برای استفاده از داروها و هورمون‌ها رابطه معکوس و معنی‌دار برقرار است. با افزایش سرمایه فرهنگی، افراد کم‌تر به مصرف داروها و هورمون‌ها و رفتارهای پرخطر اقدام می‌کنند و با کاهش آن، اقدام به مدیریت بدن از شیوه‌های فوق افزایش می‌یابد.

جدول (۶): آزمون همبستگی متغیرهای یادگیری رفتار دیگران و مدیریت بدن

شاخص آماری	تعداد نمونه	ضریب همبستگی نمونه	ضریب تعیین	درجه آزادی	میزان خطا	سطح معنی‌داری Sig.
متغیرها						
یادگیری رفتار دیگران	۳۸۴	۰/۲۵۶	۰/۰۶	۳۸۲	۰/۰۵	۰/۰۰۰
مدیریت بدن						

بر اساس جدول شماره ۶، ضریب همبستگی بین مدیریت بدن و یادگیری رفتار دیگران $۰/۲۵۶$ به دست آمده است که در سطح معنی‌داری $۰/۰۵$ نشان دهنده ارتباط معنی‌دار بین دو متغیر است ($\text{sig} < 0/05$). علامت مثبت ضریب همبستگی نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر مستقیم است. یعنی گرایش به مدیریت بدن از طریق یادگیری از دوستان، همکاران و همالان اتفاق می‌افتد.

جدول (۷): آزمون همبستگی نمایش ظاهر مورد پسند دیگران و نمایش تمایز خود با دیگران

شاخص آماری	تعداد نمونه	ضریب همبستگی نمونه	ضریب تعیین	درجه آزادی	میزان خطا	سطح معنی‌داری Sig.
متغیرها						
نمایش تمایز خود با دیگران	۳۸۴	۰/۲۶۸	۰/۲۶۸	۳۸۲	۰/۰۵	۰/۰۰۰
نمایش ظاهر مورد پسند دیگران						

بر اساس جدول شماره ۷، ضریب همبستگی بین دو متغیر نمایش تمایز خود با دیگران و نمایش ظاهر مورد پسند دیگران، برابر $۰/۲۶۸$ به دست آمده است که در سطح معنی‌داری $۰/۰۵$ نشان دهنده معنی‌دار

بودن ارتباط بین دو متغیر است ($\text{sig} < 0/05$). از طرفی مثبت بودن علامت آن نشان می‌دهد که ارتباط بین دو متغیر مستقیم است یعنی دو متغیر همزمان با هم افزایش یا کاهش می‌یابند. لذا می‌توان گفت نشان‌دادن ظاهر و ویژگی‌های جسمانی مورد پسند دیگران با نشان‌دادن تفاوت‌های فرد با دیگران مرتبط است. به عبارت دیگر، بین فشار اجتماعی و تلاش برای پذیرش ویژگی‌های جسمانی فرد توسط دیگران و دوری از مسخره شدن با نشان دادن منزلت اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش، تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش مردان جوان ایرانی به مدیریت بدن بوده است. فرضیه اول رابطه بین یادگیری رفتار دیگران و مدیریت بدن را مطرح کرده بود و آزمون همبستگی بین این دو متغیر نشان داد که رابطه معنی‌داری بین آن‌ها در سطح معنی‌داری ۵ درصد وجود دارد. بنابراین مدیریت بدن در زمینه استفاده از داروها و هورمون‌ها و رژیم‌های نامناسب غذایی، از دیگران آموخته می‌شود. منظور از دیگران در اینجا مشخصاً گروه‌های مرجع شامل دوستان، همکاران، همالان، ستارگان سینما و تلویزیون است که کنش‌های آن‌ها بر کنش افراد تأثیرگذار است و سبب می‌شود افراد جامعه به این رفتارهای مخاطره‌آمیز اقدام کنند.

فرضیه دوم بیانگر رابطه بین نمایش پایگاه اجتماعی - اقتصادی با مدیریت بدن بود که آزمون همبستگی بین متغیرهای فوق نشان‌دهنده ارتباط معنی‌دار بین متغیرهای فوق در سطح معنی‌داری ۵ درصد است. یعنی نمایش پایگاه اجتماعی - اقتصادی توسط افراد در افزایش گرایش آن‌ها به مدیریت بدن مؤثر است. فرضیه سوم بیانگر رابطه بین نمایش ظاهر مورد پسند دیگران با مدیریت بدن بود. آزمون همبستگی بین متغیرهای فوق نشان داد که رابطه معنی‌داری بین آن‌ها در سطح معنی‌داری ۵٪ وجود دارد. همچنین رابطه بین آن‌ها مستقیم است. بنابراین نمایش ظاهر مورد پسند دیگران و ابعاد سه‌گانه آن شامل فشار اجتماعی، پذیرش اجتماعی بدن و دوری از داغ‌نگ سبب می‌شود در فرد احساس نیاز به عرضه خود به صورت مطلوب ایجاد شود و به مدیریت بدن اقدام کند.

فرضیه چهارم ارتباط بین نمایش تمایز خود با دیگران با مدیریت بدن را مطرح کرده بود. آزمون همبستگی بین متغیرهای فوق نشان داد که بین آن‌ها در سطح معنی‌داری ۵ درصد ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. متغیر نمایش تمایز خود با دیگران که با نمایش منزلت اجتماعی افراد مشخص می‌شود با احساس نیاز به عرضه خود و نمایش ویژگی‌های مطلوب مورد نظر فرد مرتبط است و برای دستیابی به این هدف، فرد به مدیریت بدن با استفاده از هورمون‌ها و داروها اقدام می‌کند.

فرضیه پنجم درباره ارتباط بین سرمایه فرهنگی با مدیریت بدن بود که آزمون همبستگی بین دو متغیر بیانگر رابطه معنی‌دار بین آن‌ها در سطح معنی‌داری ۵ درصد بود. اما رابطه بین دو متغیر معکوس بود؛ یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی، تمایل افراد به استفاده از داروها و هورمون‌ها و رژیم‌های غذایی کاهش می‌یابد. اگرچه یافته‌های سایر محققان و نظریات مختلفی که در این پژوهش مطرح گردیده،

بیانگر ارتباط مستقیمی بین مدیریت بدن و سرمایه فرهنگی است اما باید توجه داشت که افراد برخوردار از سطح آموزشی و فرهنگی بالاتر، به مدیریت بدن به معنای نظارت و دستکاری بدن در جهت برخورداری از بدن سالم‌تر اقدام می‌کنند و بالعکس افرادی که از دانش و پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تری برخوردارند از روش‌های نامناسب برای تغییر ظاهر خود استفاده می‌کنند. مقایسه یافته‌های این پژوهش با پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی ما را به نتایج زیر رهنمون می‌کند:

نتایج این پژوهش با تحقیق احمدنیا (۱۳۸۵) مبنی بر تأثیر رسانه‌ها بر مدیریت بدن مطابقت دارد. همچنین نتایج پژوهش فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) درباره رابطه مستقیم و معنادار متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با مدیریت بدن در این پژوهش نیز توسط داده‌ها مورد تأیید قرار گرفت. نتایج پژوهش حاضر با نتایجی که ابراهیمی و بهنویی گنده (۱۳۸۸) درباره تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی و سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن بدست آوردند مطابقت دارد. همچنین رضایی و همکارانش (۱۳۸۹) در تحقیقی به این نتیجه دست یافتند که عواملی نظیر مصرف‌گرایی و فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای به گونه‌ای مستقیم و معنادار با مدیریت بدن رابطه دارند که منطبق با نتایج تحقیق حاضر است. نتایج این پژوهش، یافته‌های پژوهش نوغانی و همکاران (۱۳۸۹) مبنی بر رابطه مثبت و معنادار سرمایه فرهنگی، فشار هنجاری و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با مدیریت بدن را تأیید می‌کند. شکرپیگی و امیری (۱۳۹۰) در تحقیقی به این نتیجه دست یافتند که مقبولیت اجتماعی، مصرف رسانه‌ای، مصرف فرهنگی و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با مدیریت بدن رابطه معنادار دارند که این نتایج در پژوهش حاضر نیز توسط داده‌ها تأیید گردید.

راد و لنون (۱۹۴۴) به این نتیجه رسیدند که زنان دارای عزت نفس پایین بیش‌تر به مدیریت بدن می‌پردازند، در این تحقیق نیز مشخص گردید که سرمایه اجتماعی با مدیریت بدن رابطه عکس دارد. تونی (۲۰۰۴) در پژوهشی تحت عنوان بدن‌های غایب، جراحی پلاستیک را پاسخی به چهره‌های بد منظر تلقی کرده است که با نتایج تحقیق حاضر مطابقت دارد، زیرا در این پژوهش نیز مشخص گردید که افراد جهت دوری از بدن نحیف، به مصرف داروها و هورمون‌ها روی می‌آورند.

مطابق تحقیق جونزوالاس، بدن نقش واسطی را بین مصرف و هویت فرد ایفا می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است که با نتایج پژوهش منطبق است. ترنر (۱۹۹۶) معتقد است بدن نقش واسطی بین مصرف و هویت ایفا می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است. به زعم ترنر فرهنگ مصرفی منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افراد قرار می‌دهد. در این پژوهش نیز مشخص گردید که افراد به نمایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی، نمایش تمایز خود با دیگران و نمایش ظاهر مورد پسند دیگران با هدف ارائه خود می‌پردازند و به همین دلیل به مدیریت بدن گرایش پیدا می‌کنند. می‌توان گفت که میل افراد در نمایش ظاهر خود به نحوی که مورد پسند دیگران باشد و انگیزه افراد برای نمایش تمایز خود با دیگران همچنین میل به نشان دادن

پایگاه اجتماعی - اقتصادی سبب می‌شود انگیزه‌ای برای آنان ایجاد می‌نماید که به مدیریت بدن خود اقدام کنند.

نتایج این تحقیق منطبق با دیدگاه گافمن در چارچوب نظری پژوهش می‌باشد. زیرا گافمن هم عقیده داشت افراد جنبه‌ای از خود را که مورد قبول دیگران باشد به نمایش می‌گذارند و ظاهر شخص که برای خودش و دیگران قابل رؤیت و نمایش است، به‌عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کارگرفته می‌شود. بنابراین افراد سعی می‌کنند بهترین تصویر را از خود ارائه کنند و برای فرار از داغ ننگ هم شده به اصلاح عیوب و ناهنجاری‌های ظاهر خود بپردازند. هم‌چنین بورديو معتقد است هدف از مدیریت بدن کسب منزلت، ایجاد تمایز بین خود و دیگران و نشان دادن پایگاه اجتماعی - اقتصادی است تا برتری خود را نسبت به دیگران نشان دهند که توسط داده‌ها مورد تأیید قرار گرفت.

رابطه یادگیری رفتار با مدیریت بدن در این پژوهش نیز منطبق با دیدگاه باندورا می‌باشد که معتقد است یادگیرنده رفتار را مشاهده می‌کند و اگر رفتار منتهی به پاداش شود آن را می‌آموزد و الگو قرار می‌دهد. بنابراین عوامل اجتماعی در گرایش و اقدام مردان جوان برای مدیریت بدن در زمینه استفاده از داروها و هورمون‌ها مؤثر است. افراد به دلیل احساس نیاز به نشان دادن و عرضه بدن مورد پسند و مورد اقبال جامعه و نشان دادن پایگاه اجتماعی - اقتصادی خود هم‌چنین به دلیل یادگیری این رفتار از همسالان و دوستان به مدیریت بدن گرایش پیدا می‌کنند. براساس یافته‌های پژوهش، نظرات و پیشنهادها قابل ارائه از سوی محقق در دو دسته قابل طرح است که بخشی به موضوع سیاست گذاری و برنامه‌ریزی از سوی مراجع رسمی مربوط می‌شود و تعدادی از پیشنهادات نیز جهت گیری پژوهشی برای انجام مطالعات آینده دارد.

- براساس یافته‌های پژوهش، نمایش بدن و ظاهر به عنوان ابزار هویت‌یابی توسط مردان مورد استفاده قرار می‌گیرد و در این راستا یکی از رفتارهای مخاطره آمیز اقدام به مصرف داروها و هورمون‌ها و تهدید سلامتی آن‌هاست. پیشنهاد می‌شود برای معرفی صحیح ابعاد هویت فردی و اجتماعی اقدام شود زیرا توجه بیش از حد به ظاهر موجب تهدید سلامت افراد شده است.

- سرمایه فرهنگی با مدیریت بدن در زمینه استفاده از داروها و هورمون‌ها رابطه عکس دارد، یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی میزان استفاده افراد از داروها و هورمون‌ها کاهش می‌یابد. لذا پیشنهاد می‌شود نهادهای فرهنگی در زمینه افزایش سرمایه فرهنگی افراد اقدام کنند.

- یادگیری از دیگران از قبیل همکاران و دوستان و ... تأثیر مستقیمی بر اقدام افراد برای استفاده از داروها و هورمون‌ها و رژیم‌های نامناسب غذایی دارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود با برنامه‌هایی با هدف تأثیرگذاری برگروه‌های مرجع تهیه شود و درباره اهمیت و رفتار دوستان و اطرافیان اطلاع رسانی صورت گیرد.

- پیشنهاد می‌شود عوارض استفاده از داروها و هورمون‌ها و رژیم‌های نامناسب غذایی در رسانه‌های جمعی مورد بحث قرار گیرد و به نحو مؤثری منعکس گردد تا عموم جامعه با خطرات آن آشنا شوند.
- طرح‌های پژوهشی در سطح ملی به منظور تهیه داده‌های اولیه در زمینه علل اجتماعی مصرف داروها و هورمون‌ها در باشگاه‌های پرورش اندام اجرا شود.
- اگر پژوهش درباره زنان و سایر گروه‌های سنی نیز انجام گیرد نتایج مفیدی خواهد داشت. زیرا تحقیقات مناسبی در این باره در جامعه ایران صورت نگرفته است.
- آسیب‌شناسی مدیریت بدن در زمینه استفاده از داروها و هورمون‌ها بررسی و عوارض جسمی این رفتار مخاطره آمیز به محققان رشته‌های مرتبط پیشنهاد می‌گردد.

منابع

- هیل، استفن؛ آبرکرامبی، نیکولاس و ترنر، برایان. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی فرهنگی. ترجمه‌ی حسن پویان، تهران: چاپخش.
- احمدنیا، شیرین. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان. فصلنامه زنان، ش ۵.
- اخلاصی، ابراهیم. (۱۳۸۶). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در زنان شهر شیراز. پایان نامه ارشد به راهنمایی بهجت یزدخواستی، دانشگاه شیراز.
- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). بدن به مثابه رسانه هویت. مجله جامعه‌شناسی ایران، ش ۴.
- اسمیت، آنتونی دی. (۱۳۸۳). ناسیونالیسم. ترجمه‌ی منصور انصاری، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- بیرو، آلن. (۱۳۸۰). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه‌ی باقرساروخانی، تهران: کیهان
- بهزادیان نژاد، نسیم. (۱۳۸۴). فرهنگ و زیبایی با تأکید بر جراحی پلاستیک. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی، استاد راهنما جلال الدین رفیع‌فر، دانشگاه تهران
- حسینی، مریم. (۱۳۸۸). بررسی زمینه‌های اجتماعی و روانی مرتبط با آرایش در میان دختران جوان. مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهر شیراز، دانشگاه شیراز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات زنان.
- حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۷۴). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۲). روش تحقیق با رویکرد پایان‌نامه نویسی. تهران: رایت .
- ذکابی، محمد سعید. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جوانان. تهران: آگه.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۹۴). کندوکاوها و پنداشته‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۹). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: علمی.

- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- سعیدی، علی اصغر. (۱۳۸۲). جامعه مصرفی جوانان. فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۵.
- عضدانلو، حمید. (۱۳۸۶). آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی. تهران: نی، چاپ دوم.
- فرجی، مهدی و حمیدی، نفیسه. (۱۳۸۴). نگرش زنان نسبت به پوشش‌های رایج. تهران: سازمان تبلیغات.
- کیوی، ریموند و کامپنهود، لوک وان. (۱۳۷۰). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه‌ی عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا.
- کوئن، بروس. (۱۳۸۱). درآمدی بر جامعه‌شناسی. ترجمه‌ی محسن ثلاثی. تهران: توتیا.
- گافمن، اروینگ. (۱۳۸۶). داغ‌ننگ. ترجمه‌ی مسعودکیان‌پور. تهران: مرکز.
- لطف‌آبادی، حسین. (۱۳۷۸). روان‌شناسی رشد ۲. تهران: سمت.
- نیک‌گهر، عبدالحسین. (۱۳۶۹). مبانی جامعه‌شناسی. تهران: رایزن.
- هنسن، جوزف و دیگران. (۱۳۸۱). آرایش، مد و بهره‌کشی از زنان. ترجمه‌ی افشنگ مقصودی. تهران: نشرگل آذین.
- هرگنهان، بی‌آر و السون میتوچ. (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری. ترجمه‌ی علی‌اکبر سیف. تهران: دوران.

- Adelman, Miriam. (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.
- Ahmed, S & Stacy, J. (2001). Thinking through the Skin, London, Routledge.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research – Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 51(6), pp. 1173–1182.
- Gimlin, Debra. (2006). The Absent Body Project: Cosmetic Surgery as a Response to Bodily Dye-appearance”, Sociology, Vol.40, No.4.
- Goffman, Erving, the presentation of self in everyday life, Doubleday Anchor Books Doubleday & company, Inc, Gardencity, Newyork 1959
- Leary, M.R. (1995). Self- presentation: Impression Management and Interpersonal Behavior, Dubuque : WCB Brownand Benchmark.
- Leary, M.R & kowalski, R.M. (1990). Impression management: A Literature review and two component model. (1983). Psychological Bulletin.
- Webster M & J. Driskell. Beauty as Status, American Journal of Sociology , Vol 89, No1.