



<http://ui.ac.ir/en>

Strategic Research on Social Problems in Iran

E-ISSN: 2645-7539

Document Type: Research Paper

Vol. 9, Issue 3, No.30, Autumn 2020, pp. 103-128

Received: 04.04.2020 Accepted: 25.11.2020

## A Phenomenological Analysis of Weight Loss Experience among Women in Naghadeh City

**Masoomeh Ghasemi** \*

*Instructor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Payame Noor University, Iran  
ma.ghasemi@pnu.ac.ir*

**Mohammad Abbaszadeh**

*Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran  
m.abbaszadeh2014@gmail.com*

### Introduction

Despite some differences among the cultures in looking at beauty in the past, the modern society has provided a unique beauty ideal for the body shape that is slim. In recent decades, the slimming phenomenon, as an ideal of beauty derived from the western culture, has changed the meaning and definition of the body among women in transitional societies. Slimming for a woman is considered as being, alive and a part of a woman's perception of her being. A few decades ago, pictures of women covered the magazines in various shapes and sizes, while in today's magazines and media, there are only pictures of tall and slender women (Dinc & Alisinanoglu, 2010). The emphasis on slimming has been transferred from the media to the daily life of people and has become widespread among the public. It is called "the tyranny of slenderness" (Chernin, 1981, cited by Fitzsimmons-Craft, 2012: 43). In Iran, during the past decades, the ideal body has been a slim body (Safavi, 2009:129 cited by Khani Hanjani & Alvand, 2017: 20). Published reports from the study area (Naghadeh city in West Azerbaijan province) show the tendency of women to industrial drugs (Rah-e Dana Information Network, 2016) and using pills and capsules to lose their weight. The diverse range of slimming techniques, from invasive procedures such as surgery and medication to dieting, constitutes the daily experience of a large number of women in Iran. Slimming, as the main dimension of body management, along with its other aspects including the use of cosmetics and surgery, have been reviewed, while an independent and specific study has not focused on the meaning and the experience of women from losing weight.

### Materials and Methods

In the present study, a qualitative method, with an emphasis on the phenomenological procedure was used to assess the slimming phenomenon as a state of being. The data were collected using the interview and observation techniques based on saturation criteria among 19-50-year-old women in Naghadeh. Van Manen's method was used to analyze the data. In this study, a selective approach was used to extract the themes. Based on this approach, sentences with semantic meanings were identified. After transcribing the interviews, the thematic coding method was used to reach the categories and the open coding was used to expand the mentioned categories. After conducting 17 interviews, the data were saturated. The credibility of the research was ensured using the members' and colleagues' reviews. In order to get the transformability of the data, a comprehensive description of the participants' conditions, including age, marital status, education, and employment were provided. Also, to get the dependability of the data, referential adequacy was used so that the direct quotes of the participants could be provided.

### Discussion of Results and Conclusions

Analyzing the perception of women from weight loss as an ideal beauty showed 5 main themes including the distinction, physical program, the moral construction of the body, the rejection of the abnormal body, and the construction of visual identity. Also, after analyzing the reasons for women's tendency to lose weight, 3 themes were identified: male habitus dominance, pretense and consumption, and attractiveness as a means of participation in power.

In general, slimming, in addition to being the ideal body shape and the final aim of colorful diets is also considered as a symbol of the degraded presence of women in the society since it indicates the dominance of the bodily definition of women in the society. The internalization of slimming by women also shows a strong perception of physicality among women. It shows that being a woman is perceived as a physical object. Thus, slimming is a phenomenon that reveals the ways and reasons of femininity as a physical object. The theme of 'male habitus dominance' in clarifying the reasons and ways of the dominance of this perception from a woman serves as a link between

\*Corresponding author

Copyright©2020, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can't change it in any way or use it commercially.

other themes. Under the influence of the male habitus dominance, men and women define and classify women with their bodies. Slimming, as a kind of norm and identity is internalized and the body becomes the center of investment and marking due to increasing normative pressures, abnormal body rejection, and media representations. For example, the procedures of distinction and luxurious presentation redefine themselves by disregarding the usual and common food at parties, strict and expensive selection of healthy food items, justifying the adherence to a health and fitness diet, and so on. The body is so important that the investments are formed according to age conditions and stimulates a sense of ontological security in the person. Medical pieces of advice also accompany the process by linking obesity to disease and weight loss to health. The moral perception of weight loss calls obesity a weakness in controlling the appetite and weight loss as self-improvement and success. Of course, by investing in the body through enduring slimming diets and constant exercise and excessive manipulation of their body, women benefit from the physical capital while they are being enslaved in their bodies. The complex system that defines women by their bodies, and forces women to follow the expectations of this system, gives them the opportunity provided through the ideal body. In this situation, it is suggested that to get out of this problem, through culturalization, control, and serious review of the socialization process in the younger generations, there should be effective changes in the norms and meanings that strengthen the body-centered view of women. Also, by promoting the status of women, removing the barriers to women's participation in the society, and allowing them to access the economic and social capital, we can alleviate women's extreme reliance on their physical capital.

**Keywords:** Weight Loss, Phenomenology, Van Manen, Living Experience, Naqadeh County.

#### References:

- Abedi, H. (2009) Applying phenomenological method of research in clinical sciences. *Scientific Research Journal of Rahbord*, 19 (54), 207-224 (in Persian).
- Adelman, M., & Ruggi, L. (2012) *Contemporary sociology and the body*. Brazil: Federal University of Paraná.
- Aghaei, A., & Khalili, M. (2017) Phenomenological analysis of body management among girls and young women in tehran. *Women and Study of Family*, 11 (41), 57-72 (in Persian).
- Amirmazaheri, A. (2013) The role of cultural capital and class distinction in forming and compiling music sociology emphasizing on bourdieu & peterson's views. *Journal of Sociology Studies*, 5 (19), 7-20 (in Persian).
- Azadarmaki, T., & Chavoshian, H. (2002) The human body as a media of identity. *Iranian Journal of Sociology*, 4 (4), 57-75 (in Persian).
- Bazell, B. A. (2016) *The wrist, the neck, and the waist: articulations of female sexuality in mid\_nineteenth century culture*. PhD Thesis in Art, Department of English, Theatre and Creative Writing, Birkbeck, University of London.
- Bell, B. T., & Dittmar, H. (2011) Does media type matter? The role of identification in adolescent girls' media consumption and the impact of different thin-ideal media on body image. *Journal of Sex Roles*, 65 (7), 478-490.
- Berger, E., Yang, L., & Ye, W. (2019) Foot binding in a ming dynasty cemetery near xian, china. *International Journal of Paleopathology*, 24, 79-88.
- Blair, L., & Shalmon, M. (2005) Cosmetic surgery and the cultural construction of beauty. *Journal Art Education*, 58 (3), 14-18.
- Bodati, Y., & Maroofi, M. (2017) The impact of cultural and economic capitals on social distinction: with an emphasis on ownership of a luxury car. *Journal of Social Welfare Quarterly*, 17 (65), 139-172.
- Bourdieu, P. (2001) *Raisons pratiques: Sur la theorie de l'action*. Translated by Morteza Mardiha. Tehran: Naghsh va Negar Publications (in Persian).
- Bryant, S. L. (2013) The beauty ideal: The effects of european standards of beauty on black women. *Columbia Social Work Review*, 5 (10), 80-91.
- Calogero, R. M., Boroughs, M., & Thompson, J. K. (2007) The impact of western beauty ideals on the lives of women and men: a sociocultural perspective. In Swami, Y. and Furnham, A. (Eds.) (2007) *Body Beautiful: Evolutionary and Sociocultural Perspectives*. New York: Palgrave Macmillan, 259-298.
- Cheney, A. M. (2011) Most girls want to be skinny: body (dis) satisfaction among ethnically diverse women. *Qualitative Health Research*, 21(10), 1347-1359.
- Chrisler, J. C., Fung, K. T., Lopez, A. M., & Gorman, J. A. (2013) Suffering by comparison: twitter users' reactions to the victoria's secret fashion show. *Journal of Body Image*, 10 (4), 648-652.
- Clark, A. (2009) Exploring women's experiences: Embodied pathways and influences for exercise participation. *Journal of Societies*, 9 (1), 16-36.
- Craig, P., Halavatau, V., Comino, E., & Catterson, I. (1999) Perception of body size in the tongan community: differences from and similarities to an australian sample. *International Journal of Obesity*, 23 (12), 1288-1294.
- Dana Information Network (2016) *Women the First Victims of Social Injuries*. Retrieved from: WWW.dana.ir, (2020, 7, 20) (in Persian).
- Davis, M. W. (2013) *Understanding the journey: A*

- phenomenological study of college students' lived experiences during the weight-loss process.* PhD Thesis, Iowa State University.
- Dinç, B., & Alisinanoğlu, F. (2010) Defining the effects of television on the body image on the basis of adolescents' opinions. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 1 (2), 65-77.
- Faries, M. D., Espie, E., Gnagy, E., & Mcmorries, K. P. (2016) Experiences with weight loss triggers in women prescribed to lose weight by their physician. *Women's Health Bull*, 3 (1), 1-7.
- Fatehi, A., & Ekhlasi, A. (2010) Sociological discourse of the body and its critique based on the theory of rational life and islamic worldview. *Journal of Socio-Cultural Knowledge*, 1 (2), 57-82 (in Persian).
- Fazeli, M. (2003). *Consumption and life style*. Qom: Sobhe Sadegh Publications (in Persian).
- Fitzsimmons-Craft, E., Harney, M. B., Koehler, L. G., Danzi, L. E., Riddell, M. K., & Bardone-Cone, A. M. (2012) Explaining the relation between thin ideal internalization and body dissatisfaction among college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Journal of Body Image*, 9 (1), 43-49.
- Galioto, R., & Crowther, J. H. (2013) The effects of exposure to slender and muscular images on male body dissatisfaction. *Journal of Body Image*, 10 (4), 566-573.
- Gaur, S. S., Tiwari, S. P., & Bathula, H. (2012) Ohanian's celebrity endorsers' credibility scale: evaluation and validation in the context of an emerging economy. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 5 (2), 152-161.
- Ghaderzadeh, A., Qaderzadeh, H., & Hasanpanah, H. (2012) effect of media consumption on women, body management. *Quarterly Journal of Women and Society*, 3 (11), 125-153 (in Persian).
- Ghobadi, H., Kaldi, A., & Mahdavi, S. M. S. (2017) Investigating the effective factors on tendency to beauty surgeries and body management among women of ilam during 2016. *Journal of Ilam University of Medical Sciences*, 25 (3), 44-56 (in Persian).
- Giddenz, A. (2006) *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Translated by Naser Movaffaghian. Tehran: Ney Publication (in Persian).
- Grogan, S. (2008) *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. New York: Psychology Press.
- Habibi Asgarabad, M., Falahatpishe, M., Shamshiri, M., & Sadeghi, M. S. (2016) The lived experience of runaway girls with turmoil family among females living in a juvenile correction and rehabilitation centre. *Journal of Mazandaran University of Medical Sciences*, 26 (139), 149-165 (in Persian).
- Habibi Asgarabad, M., Falahatpisheh, M., Shamshiri, M., & Sadeghi, M. (2016) The lived experience of runaway girls with turmoil family about having a family among females living in a juvenile correction and rehabilitation centre. *Journal of Mazandaran University of Medical Sciences*, 20 (139), 149-165 (in Persian).
- Hancock, P., Hughes, B., Jagger, E., Paterson, k., Russell, A., Tulle-Winton, E., & Tyler, M. (2000) *The body, culture, and society*. Philadelphia: Open University Press Buckingham.
- Hossein Abbasi, N., Mehrdad, N., Nikbakhtnasrabadi, A., & Aghaamiri, M. (2015) The lived experience of resilience in excessive weight women. *Iranian Journal of Nursing Research (IJNR)*, 13 (3), 11-18 (in Persian).
- Jain A., Lata, P., Rajgoyal, A., & Khandelwa, S. (2015) Socio-cultural impact of film celebrities on teenagers: an empirical study. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 11 (3), 308-322.
- Javadi-Pashaki, N., & Darvishpour, A. (2017) The review of theoretical sensitive concepts in qualitative research. *Journal of Qualitative Research in Health Sciences*, 8 (2), 57-65 (in Persian).
- Javaheri, F. (2008) Body & its social-cultural indications. *Journal of Culture-Communication Studies*, 9 (1), 37-80 (in Persian).
- Kelly, M. K., & Field, D. (1997) Body image and sociology. *Sociology of Health & Illness Journal*, 19 (3), 359-366.
- Keyvanara, M., Rabbani, R., & Zhiانpour, M. (2010) Social stratification and physical improvements plastic surgery as a symbol for social class. *Journal of Women's Strategic Studies*, 12 (47), 73- 98 (in Persian).
- Khanihanjan, N., & Alvandi, H. (2017) affective factors on girl's tendency to mannequinism case study: The particular impact of barbie dolls, among others, on the girls' tendency toward mannequinism." *Journal of Women Studies*, 8 (3), 19-45 (in Persian).
- Khazan, M., Hedayat, M., Askari, S., & Azizi, F. (2012) Content analysis of chinese herbal pills for weight loss. *Journal of Research in Medicine*, 35 (4), 209-214 (in Persian).
- Lelwica, M. (2006). Redefining womanhood, gender, power, and the religion of thinness. *Journal of Anthropology of Food*, (5). Available Online at <https://journals.openedition.org/aof/571>.
- Lizardo, O. (2004) The cognitive origins of bourdieu's habitus. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 34 (4), 375-401.
- Lizardo, O. (2012) *Habitus*. University of Notre Dame Press.

- Lopez, J., & Scott, J. (2006) *Social structure*. Translated by Hossein Ghazian. Tehran: Ney Publication (in Persian).
- Madan, S., Basu, S., Ng, S., & Ching Lim, E. A. (2018) Impact of culture on the pursuit of beauty: evidence from five countries. *Journal of International Marketing*, 26 (4), 54-68.
- Mortazavi, S. K., & Pakzad, S. (2017) Women's attitudes toward male authoritarianism using the model of pierre bourdieu (Case Study: The clan of dehbalaï of ilam city). *Journal of Women Studies*, 8 (21), 117-146.
- Muller, D., Weinmann, W., & Hermanns-Clausen, M. (2009) Chinese slimming capsules containing sibutramine over the interest – a case series. *Deutsches Arzteblatt International*, 106 (13), 218-222.
- Niemi, J. (2016). *Bound and Unbound Femininities*. MA Thesis, East Asian Studies, Department of World Cultures, University of Helsinki.
- Panjtani, M., Mansourian, M., & Mobini, M. (2017) Phenomenology of the aesthetic experience of place: case study naqsh-e-jahan square. *Journal of Philosophical Investigation*, 11 (20), 23-59 (in Persian).
- Parastesh, Sh. Behnoei, A. & Mahmoudi, K. (2008) Sociological study of management of appearance and individual identity among young people, a case study of babolsar. *Journal of Social Sciences*, 5 (2), 19-49 (in Persian).
- Posavac, H. D., Posavac, S., & Weigel R. G. (2001) Reducing the impact of media images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 20 (3), 324-340.
- Rastegarkhaled, A., & Bagherian, M. (2013) The body and the values: the importance of slimness among women and its relationship with value orientation: A case study of damghan city. *Quarterly Journal of Women's Studies Sociological and Psychological*, 11 (1), 7-54 (in Persian).
- Rogerson, D., Soltani, H., & Copeland, R. (2016) The weight-loss experience: a qualitative exploration. *Journal of BMC Public Health*, 16 (1), 1-12.
- Safarishali, R. (2019) Women's tendency towards cosmetic surgery as social acceptability: displaying objective welfare. *Journal of Social Sciences*, 26 (84), 69-96 (in Persian).
- Safavi, M., Mahmoodi, M., & Roshandel, A. (2009) Assessment of body image and its relationship with eating disorders among female students of islamic azad university, tehran center branch. *Medical Sciences Journal of Islamic Azad University*, 19 (2), 129-134 (in Persian).
- Schooler, D., & Daniels, E. A. (2014) I am not a skinny toothpick and proud of it: latina adolescents' ethnic identity and responses to mainstream media images. *Journal of Body Image*, 11 (1), 8-11.
- Shoaa, P., & Niazi, M. (2016) Meta-analysis of the relationship between cultural capitals and body management. *Journal of Iranian Cultural Research*, 9 (1), 61- 81 (in Persian).
- Sohn, S. H., & Youn, S. (2013) Does she have to be thin? testing the effects of models' body sizes on advertising effectiveness. *Atlantic Journal of Communication*, 21 (3), 164-183.
- Stokes, D. M., Clemens, C. F., & Rios, D. I. (2016) Brown beauty: Body image, latinas, and the media. *Journal of Family Strengths*, 16 (1), 9-30.
- Swart, J. J. (2013). *A systematic review of phenomenological research on obese adults*. MA Thesis of Clinical Psychology, Faculty of Humanities, University of Pretoria.
- Theurer, J. (2014) Trapped in their own rings: Padaung women and their fight for traditional freedom. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 2 (4), 51-67.
- Tiggemann, M. (2014) The status of media effects on body image research: commentary on articles in the themed issue on body image and media. *Journal of Media Psychology*, 17 (10), 127–133.
- Tiggemann, M., Slater, A., Bury, B., Hawkins, K., & Firth, B. (2013) Disclaimer labels on fashion magazine advertisements: effects on social comparison and body dissatisfaction. *Journal of Body Image*, 10 (1), 45–53.
- Turner, B. S. (2009) *Social theory*. United Kingdom: Blackwell.
- Van Manen, M. (2017) But is it phenomenology?. *Journal of Qualitative Health Research*, 27 (6), 775–779.
- Veblen, T. (2004) *The theory of the leisure class*. Translated by Farhang Ershad. Tehran: Ney Publication (in Persian).
- Waskul, D. D., & Vannini, P. (2006) *The body in symbolic interaction*. Hampshire: Ashgate Publication.
- Wuttisin, N., Yodped, R., & Kittigowittana, K. (2017) Online survey of slimming products use among the thais. *Journal of Health Research*, 31 (2), 91-98.
- Zamanimoghadam, M., Mirzaei, N., & Beyranvand, H. (2015) Women and body management: Case Study of a fitness club in tehran. *Journal of Society Culture Media*, 7 (28), 37- 57 (in Persian).
- Zokaei, M. (2006). *Sociology of iranian youth*. Tehran: Aghah Publication.

پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران  
سال نهم، شماره پیاپی (۲۹)، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۹، صص ۱۰۳-۱۲۸  
نوع مقاله: پژوهشی  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۵

## واکاوی پدیدارشناسانه تجربه لاغری در بین زنان شهرستان نقده

معصومه قاسمی\*، مربی گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران صندوق

پستی: ۴۶۹۷-۱۹۳۹۵

ma.ghasemi@pnu.ac.ir

محمد عباس زاده، استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم انسانی، دانشگاه تبریز، ایران

m.abbaszadeh2014@gmail.com

چکیده

با وجود تفاوت فرهنگ‌ها در نگاه به زیبایی در گذشته، جامعه مدرن، ایدئال زیبایی واحدی را درباره فرم بدنی ارائه کرده است که آن، لاغری است. در دهه‌های اخیر، پدیده لاغری، به‌عنوان ایدئال زیبایی برگرفته از فرهنگ غربی، معانی و تعریف بدن در بین زنان جوامع در حال گذار را نیز دستخوش تغییر کرده است. در این پژوهش، برای مطالعه لاغری به‌عنوان حالتی از بودن، از رویکرد کیفی با تأکید بر روش پدیدارشناسی استفاده شد. داده‌های میدانی با استفاده از تکنیک مصاحبه و مشاهده و معیار اشباع در بین زنان ۱۹ تا ۵۰ ساله شهر نقده گردآوری شد. از تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها، ۸ مضمون اصلی استخراج شد که عبارت است از: سلطه عادت‌واره مردانه، تمایز یافتگی، برنامه بدنی، برساخت اخلاقی بدن، طرد بدن نابهنجار، ساخت هویت بصری، تظاهر و مصرف و جذابیت وسیله مشارکت در قدرت. مضمون سلطه عادت‌واره مردانه در روشن کردن چرایی و چگونگی غلبه این نوع ادراک از زنان به‌عنوان حلقه اتصال در پیوند سایر مضامین با هم عمل می‌کند.

کلید واژه‌ها: لاغری، پدیدارشناسی، ون‌مانن، تجربه زیسته، شهرستان نقده

\* نویسنده مسئول: ۰۹۱۴۹۳۹۰۳۴۶

Copyright©2020, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can't change it in any way or use it commercially.

[Doi: 10.22108/srspj.2020.122370.1524](https://doi.org/10.22108/srspj.2020.122370.1524)

## مقدمه

لاغری، جد و جهدی تکراری و آشنا در بطن زندگی روزانه زنان است که به اندازه پیش‌پاافتاده بودنش، غریب و ناآشنا نیز به نظر می‌رسد. لاغری برای زن، چگونگی بودن و زندگی کردن و به مثابه بخشی از ادراک او از هستی‌اش، معانی بسیاری دارد؛ اما شبکه معانی درباره بدن، به‌ویژه بدن زنان، ثابت نبوده و در گذر زمان، تغییر کرده است. یکی از موضوعات اساسی در آرای نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی نیز توجه به معانی بدنی در جامعه بوده است.

به‌طور مثال و براساس بینش نظری دورکیم، بدن در طول تاریخ، عنصری مرکزی در جامعه بود و کسانی که به بهترین شیوه، نشانه‌های کلان خود را بر بدن داشتند و ظاهر خود را براساس اعتقادات و باورهای کلان زینت می‌دادند، جایگاه بارزتری در جامعه داشتند (Lomgman, 2003). به نقل از پرستش، بهنوی گدنه و محمودی، (۱۳۸۷: ۲۸). از دیدگاه الیاس نیز در فرایند رشد مدنیت، تابوهای بدنی بیشتری ساخته شده است (Atkinson, 2008: 67). به نقل از شعاع و نیازی، (۱۳۹۵: ۶۷).

خارج از جهان نظریه، در طول تاریخ نیز اعضای خاصی، تقریباً از تمامی فرهنگ‌ها، ظاهر طبیعی بدن خود را تغییر داده (Blair and Shalmon, 2005: 14) و معیارهای زیبایی را شکل داده‌اند که این معیارهای زیبایی از بین گروه‌های نخبه، بین عموم مردم نیز گسترش یافته است. بررسی ایدئال‌های زیبایی در تاریخ نشان می‌دهد این ایدئال‌ها در فرهنگ‌های مختلف، متفاوت بوده است؛ به‌عنوان مثال، یکی از معیارهای زیبایی زنان در چین قدیم، که با ارزش‌های سنتی حفاظت می‌شد، اندازه پا بود. اندازه ایدئال پا، ۳ اینچ بوده است (Berger, Yang and Ye, 2019: 80). دختر تحصیل‌کرده، دارایی خانواده اشرافی‌ای محسوب می‌شد که به دنبال ایجاد روابط قدرت با خانواده‌ای از موقعیت اجتماعی مشابه بود. پای بسته، نماد زیبایی اصیل، اخلاق و زنانگی اشراف بود که در قرن نوزدهم در بین دختران طبقه پایین نیز برای امکان ازدواج با طبقه بالا رایج شد (Niemi, 2016: 13). زنان پادانگ<sup>۱</sup> نیز گردن بلند را

نماد زیبایی تلقی می‌کردند و استفاده از حلقه برای کشیده‌ترکردن گردن، سنت این قبیله بود (Theurer, 2014: 53). در فرهنگ بصری دوران ویکتوریا نیز کمر باریک، معرف بدن زنانه بود و شکم‌بند از دهه ۱۸۵۰ تا ۱۸۶۰، وسیله‌ای برای نمایش زنان محسوب می‌شد (Bazell, 2016: 16)؛ لیکن، به نظر می‌رسد امروزه، جای تفاوت‌های فرهنگی گذشته در معیارهای زیبایی را نگاه یکدست‌تر و واحد به زیبایی گرفته باشد. با وجود تفاوت فرهنگ‌های مختلف در نگاه به زیبایی و ظهور و برجیده‌شدن اشکال گوناگون زیبایی در گذشته، جهان مدرن، ایدئال واحدی ارائه کرده است که به نظر می‌رسد، ایدئال لاغری<sup>۲</sup> باشد.

در سال‌های گذشته، به لاغری به‌عنوان ایدئال زیبایی، که از فرهنگ غربی برآمده است (Sohn and Youn, 2013: 165)، بیش‌ازپیش توجه شده است. تماشای روزافزون تبلیغات تلویزیونی و برنامه‌هایی که از مدل‌های بسیار لاغر تجلیل می‌کنند (Chrisler et al., 2013: 649)، شاهدی بر این مدعاست. در مجلات چند دهه پیش، عکس‌های زنان در اشکال و اندازه‌های مختلف دیده می‌شد؛ در حالی که در مجلات و رسانه‌های امروز، فقط عکس زنان بلند و لاغر یافت می‌شود (Dinc and Alisinanoglu, 2010). این تأکید بر لاغری از رسانه به متن زندگی روزانه نیز منتقل و در بین عموم فراگیر شده است. از فراگیر شدن معیار لاغری، با نام سلطه «حکومت استبدادی لاغری»<sup>۳</sup> یاد می‌شود (Chernin, 1981, in Fitzsimmons-Craft, 2012: 43)؛ اما اشتغال به کاهش وزن و لاغری برای زنان به قدری مهم است که از این وضعیت نیز با نام «دین لاغری»<sup>۴</sup> یاد شده است. زنانی که درگیر کاهش وزن هستند، «گروه مذهبی» تشکیل نمی‌دهند؛ اما نمادها، رسوم و باورهای لاغری آنها، شبیه یک دین است. براساس روایت‌های زنان از کشاکش با غذا، تصویر بدن، آیین‌ها و باورها، می‌توان این دین سکولار را «دین لاغری» نامید (Lelwica, 2006: 54).

<sup>2</sup> thin ideal

<sup>3</sup> tyranny of slenderness

<sup>4</sup> Religion of Thinness

<sup>1</sup> Padaung

کالبدمحور از زنان می‌شود و آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی جبران‌ناپذیری را به دنبال دارد. بررسی اینکه چگونه این تجربیات، ادراک زنان از خود تجسیدی‌شان را شکل می‌دهد و مشارکت در این فعالیت‌ها، ساختارهای گسترده‌تر بدن مبتنی بر جنسیت را بازتولید می‌کند، نشان‌دهنده پیچیدگی‌های لاغری به عنوان شبکه کلی معنایی و فرهنگ تناسب اندام بوده است؛ بنابراین، انجام دادن پژوهش‌هایی برای مشخص کردن این پدیده به روش کیفی ضرورت می‌یابد؛ بنابراین، هدف پژوهش حاضر، فهم ادراک زنان شهرستان نقده از پدیده لاغری است. بر این اساس، در مطالعه حاضر به دو پرسش اساسی پاسخ داده می‌شود: اول، لاغری به عنوان ایدئال زیبایی و معرف بدن‌مندی زنان چگونه ادراک می‌شود و پیرامون چه محورهایی تمرکز دارد؟ دوم، علل مؤثر بر اشتغال زنان مورد مطالعه به رویه‌های لاغری کدام است؟

توجه به بدن در مطالعات اخیر در ایران رو به افزایش گذاشته است؛ در حالی که طیف متنوع تکنیک‌های لاغری، از روش‌های تهاجمی، مانند جراحی و استعمال دارو تا پرهیز غذایی، تجربه روزمره تعداد پرشماری از زنان در ایران را تشکیل می‌دهد. لاغری به‌طور عمده، به‌عنوان بعدی از مدیریت بدن در کنار سایر ابعاد آن از جمله استفاده از لوازم آرایشی، عمل جراحی و ... بررسی شده است؛ بنابراین، مطالعه‌ای مستقل و اختصاصی که به فهم معنا و تجربه لاغری زنان توجه کند، دانش موجود در این زمینه را توسعه می‌دهد.

#### پیشینه پژوهش

در مطالعات داخلی، کوشش برای رسیدن به لاغری و تناسب اندام در کنار آرایش و جراحی‌های زیبایی، یکی از پرشمارترین تجربیات زیسته مشارکت‌کنندگان و به‌ویژه زنان، پیرامون بدن است. نتایج مطالعه آقایی و خلیلی (۱۳۹۶) نشان می‌دهد مقوله‌های نیاز به توجه و دیده‌شدن، ایجاد حس اعتماد به نفس، غلبه بر ترس و تنهایی، حفظ حیثیت، افزایش امکان مشارکت اجتماعی، مقابله با طرد و حذف اجتماعی، ایجاد

همسو با فراگیری معیار لاغری، بازار محصولات لاغری نیز در سال‌های اخیر، گسترش زیادی یافته است (Muller, Weinmann Wolfgang and Clusen, 2017: 91). بیشتر کاربران، اطلاعات محصولات لاغری را با اینترنت جست‌وجو و خریداری می‌کنند (Wuttisin, Yodped and Kittigowitan, 2017: 91). مطالعه‌ای روی ۳۳۰۰ زن در ۱۰ کشور مختلف نشان داد ۹۰ درصد زنان ۱۵ تا ۶۴ ساله به کاهش وزن تمایل دارند (Etcoff et al., 2004, in Calogero, Boroughs and Thompson, 2007: 259). تمایل به زیبایی، مسئله‌ای جهانی است؛ اما شواهد نشان می‌دهد توجه به ظاهر در آسیا بیشتر است (Madan et al., 2018: 55). براساس مطالعات موجود، باورهای زیبایی ایرانیان نیز تغییرات اساسی کرده است؛ اما پیش از این، تأکید بر داشتن سیرت زیبا بوده است (صفری شالی، ۱۳۹۸: ۶۴). براساس هنجارهای فرهنگی جدید، ملاک زیبایی زن در ایران نیز از داشتن بدن چاق، که نشان‌دهنده سلامت، شادابی و قدرت باروری بود، به بدن لاغر به‌عنوان امتیازی برای زنان تغییر کرده و به‌طور کلی، در ۳۰ سال گذشته، اندام ایدئال به‌طور روزافزونی، اندام لاغر بوده است (صفری، ۱۳۸۸: ۱۲۹، به نقل از خانی هنجسی و الوند، ۱۳۹۶: ۲۰). سیر افزایشی استفاده از مکمل‌های لاغری گیاهی در ایران، نشان‌دهنده این موضوع است. علاوه بر این، بررسی شش مکمل رایج در بازار تهران در سال ۱۳۹۰، نشان‌دهنده وجود مواد غیرمجاز مصنوعی در این محصولات بوده است (خزان و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۰). گزارش‌های منتشرشده از منطقه مورد مطالعه (شهرستان نقده از توابع استان آذربایجان غربی)، نشان‌دهنده گرایش زنان به مواد مخدر صنعتی (شبکه اطلاع‌رسانی راه دانا، ۱۳۹۵) و استعمال قرص و کپسول برای لاغرشدن است. تبلیغات راه‌های آسان دستیابی به لاغری، از عوامل زمینه‌ای این پدیده بوده است. این شواهد، نشان‌دهنده قدرت هنجار لاغری است که زنان، بیشتر از مردان به درونی‌سازی و تجربه آن به‌عنوان ارزش توجه می‌کنند. قدرت یافتن روزافزون معیارهای مرئی و ظاهری، مانند لاغری در جایگاه تعیین و تعریف ارزش و هویت زن و هم‌نوایی زنان با این هنجارها، باعث غلبه تعریف

زیبایی با اهداف مصرف تظاهری و برخورداری از رفاه عینی و دریافت مقبولیت اجتماعی است.

رویکرد مطالعات خارجی به بدن، متنوع است. تحلیل داده‌های مطالعه پدیدارشناختی سوارت<sup>۲</sup> (2013) درباره تجربه افراد از چاقی، نشان‌دهنده وجود سه مضمون کنترل<sup>۳</sup>، پذیرش<sup>۴</sup> و محدودیت<sup>۵</sup> در تجربه مشارکت‌کنندگان است. مطالعه کرگ<sup>۶</sup> و همکاران (2000) در مقایسه ادراک تونگایی‌ها<sup>۷</sup> (بومیان) و سفیدپوستان استرالیا از اندازه بدن، نشان‌دهنده تغییر ادراک تونگایی‌ها و نزدیکی ترجیحات این دو گروه بر اثر افزایش نفوذ غربی‌هاست. مطالعه قوم‌نگارانه کلارک<sup>۸</sup> (2019) از انگیزه ورزش کردن زنان در فرهنگ تناسب اندام<sup>۹</sup>، که از مشاهده چگونگی شکل‌گیری ادراک ۱۲ زن از خود مجسم<sup>۱۰</sup> و بررسی ساختارهای گسترده‌تر بدن مبتنی بر جنسیت<sup>۱۱</sup> انجام شده است، نشان می‌دهد اعمال فشار برای ورزش کردن در انطباق با باورهای مسلط پیرامون بدن زنانه قرار دارد که آن نیز از نیروهای ساختاری، فرهنگی، تاریخی و محلی متأثر است. چنین زمینه‌ای که تنش‌ها در آن اتفاق می‌افتد، بستر شرکت در فعالیت‌های فیزیکی و فرهنگ بدنی<sup>۱۲</sup> است. مطالعه چنی<sup>۱۳</sup> (2011) درباره لاغری در بین زنان رنگین‌پوست نشان می‌دهد زنان با منشأ قومی متفاوت در واکنش به ایدئال زیبایی جامعه سفیدپوست، نارضایتی بدن و آشفتگی غذایی را تجربه می‌کنند و روایت‌های آنان نشان می‌دهد بدن، وسیله تحرک اجتماعی است و به‌طور استراتژیک، زنان با هویت‌های حاشیه‌ای، آن را برای مذاکره در مبادلات نابرابر اجتماعی استفاده می‌کنند. بررسی‌های لولویکا<sup>۱۴</sup> (2006) نشان می‌دهد

فرصت‌های ازدواج و دوستی، نمایش تعلق به طبقه اجتماعی بالاتر، حفظ خانواده و روابط زناشویی و شباهت به دیگر اعضای گروه، مقوله‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان در استفاده از داروهای تناسب اندام بوده است. نتایج مطالعه قبادی<sup>۱</sup> و همکاران (۱۳۹۶) درباره زنان ۱۹ تا ۴۴ ساله شهر ایلام - که مدیریت بدن را در چهار بعد شیوه‌های لاغری، سلامتی، جراحی‌های زیبایی، نوع پوشش و مراقبت‌های بهداشتی مطالعه کردند - نشان می‌دهد، رسانه یکی از مهم‌ترین عوامل انتقال فشار اجتماعی - فرهنگی برای لاغر شدن است. نتایج مطالعه حسین عباسی و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد، زنان مورد مطالعه با کاهش وزن، حفظ آن و استمرار ارتباط اثربخش با دیگران، سعی در سازگار کردن خود در دنیای زندگی شده دارند. درون‌مایه اصلی این مطالعه، تاب‌آوری و زیردرون‌مایه آن، آرزوی تغییر (آرزو و امید لاغر شدن)، کوشش امیدوارانه (برای لاغر شدن) و دغدغه‌های تاب‌آوری است. زمانی مقدم، میرزایی و بیرانوند (۱۳۹۷)، در مطالعه کیفی نگرش زنان طبقات بالا به مدیریت بدن با ورزش تناسب اندام، نشان دادند سه مقوله توجه به بدن براساس حفظ سلامت، تغییر فضای سنتی و رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی، از جمله بسترها و شرایطی است که در ترغیب بانوان به مدیریت بدن در قالب فعالیت ورزشی اثرگذار است. پژوهش رستگار خالد و باقریان (۱۳۹۲) نشان داد جهت‌گیری ارزشی در ابعاد مادی (پذیرش اجتماعی) و فرامادی (عزت نفس)، با اهمیت باریک‌اندامی، رابطه معناداری دارد. نتایج مطالعه کیوان‌آرا، ربانی و ژیانپور (۱۳۸۹) نشان داد جراحی زیبایی به‌عنوان یک رفتار مصرفی منزلت‌بخش، مختص اقشار ممتاز جامعه نیست و در میان اقشار فرودست جامعه نیز فراگیر شده که نشان‌دهنده اهمیت اجتماعی زیبایی و تمایل این افراد برای کسب موقعیت بهتر و دستیابی به احترام بیشتر است. نتایج مطالعه صفری شالی (۱۳۹۸) نیز نشان می‌دهد بیشترین علت انجام‌دادن جراحی

<sup>2</sup> Swart

<sup>3</sup> Control

<sup>4</sup> Acceptance

<sup>5</sup> Restriction

<sup>6</sup> Craig

<sup>7</sup> Tonga

<sup>8</sup> Clark

<sup>9</sup> fitness cultures

<sup>10</sup> embodied self

<sup>11</sup> gendered body

<sup>12</sup> physical cultures

<sup>13</sup> Cheney

<sup>14</sup> Lelwica

<sup>1</sup> Ghobadi



همچنین، اهمیت یافتن ظاهر بدنی در تعاملات اجتماعی و وجود فشارهای اجتماعی روزافزون در تأکید بر آن، تهدیدی است که با پذیرش هنجار لاغری در بین جوانان و گرایش آنان به سبک زندگی مصرفی، روش‌های ناسالم لاغری، تغییر ارزش‌ها و ... مرتبط بوده است (Gaur et al., 2012; Grogan, 2008; Jain et al., 2015).

در جمع‌بندی مطالعات پیشین، علل گرایش به لاغری را در دسته عوامل سطوح خرد (نیاز به توجه، ایجاد اعتماد به نفس و ...)، میانی (حفظ خانواده، شباهت به دیگر اعضای گروه و ...) و کلان (تفاوت نسلی، تحولات ارزشی، طرد و حذف اجتماعی، باورهای مسلط، رسانه‌ها، درآمد و ...) می‌توان طبقه‌بندی کرد. همچنین، مرور منابع داخلی نشان می‌دهد مطالعه پدیده لاغری به‌طور عمده، در کنار سایر رویه‌های مدیریت بدن، همچون پوشاک، آرایش، جراحی زیبایی و به‌طور کلی، ذیل نام مدیریت بدن انجام شده و کمتر به‌صورت مجزا و تفصیلی بررسی شده است که به این علت به آن انتقاد وارد است؛ در حالی که مدیریت بدن، مفهوم گسترده‌ای است که می‌توان آن را به موضوعات خاص تری تقسیم و مطالعه کرد؛ بنابراین، مطالعه اختصاصی لاغری با توجه به رواج و پذیرش زیاد آن و به‌عنوان بعد مهمی از مدیریت بدن، سهم بسزایی در توسعه دانش موجود در این حوزه دارد.

#### چهارچوب مفهومی

با توجه به اولویت تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان، هدف از ارائه چهارچوب مفهومی در مطالعات پدیدارشناختی، ارائه مفاهیم حساس نظری است. حساسیت نظری در پدیدارشناسی، مهم‌تر از نظریه زمینه‌ای تشخیص داده شده است. با بررسی مفاهیم در مبانی نظری، پژوهشگر، حضور آنها را در متن داده‌های خویش تشخیص و یا علت نبود آنها را جست‌وجو می‌کند (Corbin and Strauss, 2007)، به نقل از جوادی پاشاکی و درویش‌پور، ۱۳۹۶: ۵۹. «طرح بدنی»<sup>۸</sup> گیدنز، «جامعه جسمانی»<sup>۱</sup>

رژیم غذایی زنان هم به‌عنوان وسیله‌ای برای مذاکره در هنجارهای جنسیتی غالب و هم به‌عنوان وسیله‌ای برای مشارکت در قدرت و دیده‌شدن استفاده شده است. همچنین، در مطالعه برایانست<sup>۱</sup> (2013)، درونی‌سازی استانداردهای زیبایی، آثار مخربی همچون نفرت از خود<sup>۲</sup> بر زندگی زنان سیاه‌پوست داشته است؛ اما اسکولر و دنیلز<sup>۳</sup> (2014) نشان دادند دخترانی که خود را با هویت قومی توصیف می‌کنند، بیشتر از دیگران، تصور مثبتی از ظاهر و بدن خود دارند. همچنین، بخش مهمی از بدنه مبانی نظری موجود، به مطالعه نقش رسانه بر تعریف شکل و فرم بدن اختصاص یافته است. رسانه با فعال کردن سازوکار مقایسه اجتماعی با مدل‌های لاغر و پیروی از آنها، نقش مهمی در شکل‌دادن به ادراک از بدن و نارضایتی از آن داشته است (Posavac et al., 2001; Tiggemann, 2014; Galioto and Crowther 2013; Bell and Dittmar, 2011). متنوع‌سازی اندازه و شکل بدن، استراتژی مهمی در مقابله با تصاویر کلیشه‌ای بدن شناخته شده و نارضایتی از بدن را کاهش داده است (Franko et al., 2013: 249, in Stokes, Clemens and Rios, 2016: 13-14). برخی مطالعات کیفی به شناخت علل گرایش به لاغری اختصاص یافته است. دیویس<sup>۴</sup> (2013)، عوامل و تسهیل‌کننده‌های کاهش وزن را استرس و محیط دانشگاهی معرفی می‌کند. روگرسون، سلطانی و کپلند<sup>۵</sup> (2016) بر آمادگی برای تغییر، نظارت بر خود و حمایت اجتماعی تأکید کردند. فاریس<sup>۶</sup> و همکاران (2016) نیز ادراک از محرک لاغری (غربالگری در اینجا)، معنای محرک لاغری و ادراک از خود را شناسایی کردند. در مطالعه ووتیسن، یادپد و کیتیگوویتان<sup>۷</sup> (2017) نیز جنسیت، درآمد، نگرش به فرم بدنی و شاخص توده بدنی در استفاده از محصولات لاغری مؤثر بوده است.

<sup>1</sup> Bryant

<sup>2</sup> self-hatred

<sup>3</sup> Schooler and Daniels

<sup>4</sup> Davis

<sup>5</sup> Rogerson, Soltani and Copeland

<sup>6</sup> Faries

<sup>7</sup> Wuttisin, Yodped and Kittigowittan

<sup>8</sup> Body Project

اصولی فعالیت‌های سیاسی و فرهنگی را تشکیل می‌دهد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۵)؛ بدن به منزله مستقیم‌ترین و دردسترس‌ترین قرارگاهی که حامل و نمایشگر شکل‌های هویت است و بدین سان، جسم به اصلی هویتی بدل می‌شود (Turner, 1994: 13، به نقل از ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵۹).

وبلن با استفاده از مفهوم مصرف تظاهری، تمایز و چگونگی کسب منزلت اجتماعی در جامعه مصرفی را توضیح می‌دهد. از نظر وبلن، طبقه مرفه با خودنمایی از طریق مصرف و نمایش ثروت، جایگاه اجتماعی خود را نشان می‌دهد. خودنمایی به واسطه بدن، که جایگاه نمایش و مصرف ثروت و قدرت است، آن را به یکی از مهم‌ترین ابعاد سازنده مصرف تظاهری تبدیل کرده است؛ به عبارت دیگر، تظاهر به شایستگی، برازندگی، ثروت و قدرت از طریق بدن انجام می‌شود (وبلن، ۱۳۸۶: ۸۲). همچنین، بدن زنان، مکانی برای نمایش ثروت و قدرت مردان است که در اندیشه وبلن با نام مصرف نیابتی شناخته می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۲).

از نظر کولی، هنگامی که ما به بدن دیگران نگاه می‌کنیم، لزوماً آنچه را مشاهده کرده‌ایم، تفسیر می‌کنیم. دیگران نیز آنچه را ما می‌بینیم و احساس می‌کنیم، تصور می‌کنند و [اینچنین] بدن در کنش ارتباطی ایجاد می‌شود (Waskul and Vannini, 2006: 5-4). به‌زعم گافمن، ارتباطات روزمره ما مشروط به نشانه‌های بدنی است؛ به‌گونه‌ای که برای آنکه بتوانیم با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی شریک شویم، باید بتوانیم نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم (گافمن، ۱۹۷۱: ۲۴۸، به نقل از ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۰). مقبولیت اجتماعی اجرای نقش‌ها تا حدی به طرز کردار و سلوک بدنی اجراکننده آنها بستگی دارد (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۵۵).

الیاس در نظریه فرایند تمدن‌یابی و با رویکرد توسعه‌ای درباره بدن، تغییرات ایجادشده در نمای فیزیکی و احساسی بدن را نتیجه فرایندهای تمدن‌سازی در افراد و جامعه می‌داند. به‌نظر وی، در فرایند رشد مدنیت، به‌تدریج تابوهای بدنی ساخته می‌شود و نظم حاکم بر بدن، گونه کوچک‌تر حاکم بر جامعه است (Atkinson, 2008: 67، به نقل از شعاع و نیازی، ۱۳۹۵: ۶۷).

ترنر، «سرمایه جسمانی»<sup>۱</sup> بورديو و «تابوهای بدنی»<sup>۲</sup> الیاس، مفاهیمی است که در توضیح تلاقی فرد و جامعه استفاده شده است. «مصرف تظاهری و نیابتی»<sup>۳</sup> وبلن و «بدن نمایشی»<sup>۴</sup> گافمن، بیشتر به کارکردهای بدن در جامعه نمایشی و مصرفی معاصر اشاره دارد. همچنین، کولی، به بدن آینه‌سان<sup>۵</sup> در بیان شکل‌گیری بدن با تفسیرهای متقابل توجه کرده است. فوکو نیز مفهوم مرکزی «جنسیت»<sup>۶</sup> را در توضیح استیلای گفتمان و قدرت بر انسان از طریق بدن به کار برده است.

به‌طور کلی، بدن در سال‌های اخیر، به‌عنوان مسئله اصلی در علوم اجتماعی شناخته شده و جامعه‌شناسی معاصر تا حد زیادی در بازگرداندن بدن [به حوزه جامعه‌شناسی] پیش رفته است (Adelman and Ruggi, 2012: 2)؛ بنابراین، بدن و تنانگی به یکی از موضوعات مهم در آرای نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی تبدیل شده است.

ترنر، معتقد است تفکر مسیحی، که بدن را نیازمند کنترل و انضباط می‌داند و نیز اندیشه دوگانگی بدن و تفکر در اندیشه دکارت [من می‌اندیشم، پس هستم]، به حذف بدن از قلمرو اجتماعی و غیبت آن از جامعه‌شناسی منجر شد (Turner, 2009: 514). با فروپاشی فرض جامعه‌شناسی پوزیتیویستی کلاسیک [تعلق بدن به زیست‌شناسی]، مفهوم بدن به موضوعی برای تحلیل زبان‌شناختی، فرهنگی و اجتماعی تبدیل شد (Hancock et al., 2002: 21).

به‌زعم ترنر، بدن هم از جامعه تأثیر می‌گیرد و هم به‌صورت پروژه، افراد جامعه مدرن در آن دخل و تصرف می‌کنند. از نظر وی، ماهیت بدن هم طبیعی و هم فرهنگی است. ترنر با این نگاه به بدن، به این مسئله توجه می‌کند که جوامع صنعتی مدرن به سمتی حرکت می‌کنند که وی آن را جامعه جسمانی می‌نامد. به تعبیر وی، این جامعه، نظامی است که در آن، بدن، حوزه

<sup>1</sup> Somatic Society

<sup>2</sup> physical Capital

<sup>3</sup> Taboos

<sup>4</sup> Conspicuous and Vicarious Consumption

<sup>5</sup> dramaturgical body

<sup>6</sup> Goffman

<sup>7</sup> The Looking-Glass Body

<sup>8</sup> Sexuality

اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه نمادی و سرمایه جسمانی (شکل بدن، نحوه صحبت کردن و گفت‌وگو با دیگران و طرز راه رفتن)، موقعیت فرد را در سلسله مراتب اجتماعی مشخص می‌کند. سرمایه جسمانی براساس طبقه اجتماعی تغییر می‌کند؛ از این رو، اعضای طبقه کارگر به بدن خود، نگرشی ابرازگرایانه دارند؛ در حالی که برای اعضای طبقه متوسط، بدن، به خودی خود، اهمیت و ارزش دارد. طبقه کارگر می‌کوشد با انجام دادن فعالیت‌های ورزشی حرفه‌ای از سرمایه جسمانی خویش همچون ابزاری برای کسب سرمایه اقتصادی استفاده کند (Nettleton, 1996: 121-122، به نقل از جواهری، ۱۳۸۷: ۶۳). عادت‌واره نیز از دیگر مفاهیم اساسی بوردیو در فهم هنجارهای جنسیتی ملکه ذهن شده، به ویژه درباره بدن زنان است. لیزاردو<sup>۱</sup>، بین دو استفاده اصلی بوردیو از مفهوم عادت‌واره تمایز قائل می‌شود: عادت‌واره به عنوان ساختار ادراکی و طبقه‌بندی و عادت‌واره به عنوان ساختار مولد کنش عملی (Lizardo, 2004: 9). یکی از کارکردهای عادت‌واره برای عاملان این است که امکان آموختن و درونی کردن قواعد، ارزش‌ها و شیوه‌های میدان‌های خاص را فراهم کند (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۶). برای بوردیو، مدیریت بدن به معنای بهره‌گیری و استفاده از سرمایه فرهنگی (بدن به عنوان سرمایه جسمانی، بخشی از سرمایه فرهنگی است) و تسلط بر نظام نمادین است؛ بنابراین، کنشگران با ورزش، رژیم و هر نوع پیراستن دیگر، درصد تقویت و افزودن بر این سرمایه برمی‌آیند. در جمع‌بندی آرای نظری مذکور، به تأکید روزافزون بر بدن پس از غیبت طولانی آن در آرای جامعه‌شناختی می‌توان اشاره کرد. از عوامل اساسی توجه جدی به بدن در آرای جامعه‌شناسی، حرکت از جامعه تولیدی به جامعه مصرفی است. وفور مفاهیمی مانند جسمانی‌شدن، بصری‌شدن، نمایشی‌شدن و مصرفی‌شدن نشان می‌دهد اندیشه‌های جامعه‌شناختی بر مادی‌گرایی بیش‌ازپیش جامعه مدرن تأکید دارد. افزایش تابوهای بدنی در فرایند تمدن، افزایش فشار

فوکو نیز بدن را در ارتباط با قدرت و جنسیت قرار می‌دهد. بدن، همواره مورد «سرمایه‌گذاری»، «نشانه‌گذاری» و «تربیت» قرار می‌گیرد و برای «انجام دادن وظایف»، «شرکت در مناسک» و «ساطع کردن انواع نشانه‌ها» بر آن فشار وارد می‌شود. همچنین، «راهبردهای خود» به روش‌هایی اطلاق می‌شود که افراد با آن برای رسیدن به حس رضایت روی بدن‌های خود، کار انجام می‌دهند و افراد، متأثر از گفتمان‌های غالب اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، بدن‌های خود را از آنها متأثر می‌کنند. «خود»های برساخته اجتماع، «بدنی شده» و «متجسد» است که با روش‌های دسته‌بندی، مدیریت بدن و به انضباط کشیدن آن حاصل می‌شود. ویژگی‌های ظاهری بدن، به افراد، قدرت چانه‌زنی می‌بخشد و افراد از آن برای سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۲۴، به نقل از فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۹: ۶۲).

به‌زعم گیدنز، کنشگر جامعه مدرن با خود و بدنش نیز همانند یک طرح و پروژه، رفتار و آن را بازاندیشی می‌کند. فشار برای طراحی بدن، با فاصله گرفتن از جامعه سنتی بیشتر می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۷). وی بر این باور است که با فرا رسیدن عصر جدید، برخی از انواع سیماهای ظاهری به صورت یکی از عناصر مرکزی طرحی درمی‌آید که افراد به شکل بازتابی از خود ارائه می‌دهند و کردار، به حد زیادی از محیط‌های گوناگون اجتماعی متأثر شده است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۴). از آنجا که بدن، طرحی برای تعریف خویشتن دارد، پردازش بدن با رویه‌هایی همچون گرفتن رژیم و ورزش، نوعی آگاهی بازاندیشانه کنشگر به خویشتن است. بوردیو معتقد است همانگونه که گروه‌های اجتماعی در سرمایه مادی خود با یکدیگر تمایز دارند، در سلیقه‌های خاص خود در امور مختلف نیز با هم متفاوت هستند (امیرمظاهری، ۱۳۹۲: ۱۷). علاوه بر این، از نظر بوردیو، قابلیت‌ها و توانمندی‌های جسمانی انسان، یکی از عوامل تعیین‌کننده جایگاه او در جامعه است. از نظر او، توزیع ارزش‌ها و فرصت‌ها در جامعه براساس میزان برخورداری از چهار نوع سرمایه شکل می‌گیرد. درحقیقت، میزان بهره‌مندی از سرمایه

<sup>1</sup> Lizardo

طراحی بدن با حرکت از جامعه سنتی به مدرن، کسب مقبولیت با نمایش‌های بدنی، تأکید بر بدن به مثابه نوعی سرمایه، تظاهر به ثروت و قدرت با بدن و ... همگی نشان می‌دهد گیدنز، وبلن، بوردیو، گافمن و الیاس، نظریه‌پردازان جامعه مصرفی هستند. مادی شدن، فرایندی است که به جای تأکید بر مرگ، بدن را در کانون مباحث اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قرار می‌دهد. بدین ترتیب، بدنی که پنهان نگاه داشته می‌شد، این بار در روابط اجتماعی، نقش اساسی دارد و جزئی مهم از نظام کنش می‌شود. همچنین، بدن، مبنایی برای هویت، تفاوت و نابرابری به شمار می‌آید. رویه‌های تنظیم، کنترل و مدیریت بدنی، روش‌های تمایزبایی و طبقه‌بندی خود و نمایش آن برای دیگران نیز است؛ بنابراین، کنشگران در جامعه مصرفی در مدیریت مداوم بدن‌های خود به سر می‌برند؛ اما اشتغال روزافزون به بدن در جامعه مصرفی و تعریف خود براساس کالبد جسمانی، نشان‌دهنده از خودبیگانگی و تک‌بعدی شدن انسان در عصر مدرن نیز است. همچنین، جامعه مصرفی را می‌توان جامعه‌ای انضباطی نیز تلقی کرد. کنترل‌های بدنی در جامعه انضباطی تشدید می‌شود.

### روش مطالعه

با توجه به اینکه مطالعات زیادی به صورت مجزا درباره تجربه لاغری با رویه‌های مختلف آن انجام شده است، برای روشن‌سازی بیشتر پدیده لاغری از روش پدیده‌شناسی استفاده شد. روش پدیده‌شناسی، از روش توصیفی استقرایی مشتق شده است و از فلسفه پدیده‌شناسی سرچشمه می‌گیرد (عابدی، ۱۳۸۸: ۲۰۸). پدیدارشناسی، مطالعه معنای اولیه، زیسته، پیش‌تأملی و پیش‌بینی‌کننده یک تجربه است. پژوهشگران کیفی متعددی به استفاده از مفاهیم پدیدارشناختی، مانند تجربه‌زیسته<sup>۱</sup>، نیت‌مندی<sup>۲</sup> و تحلیل موضوعی<sup>۳</sup> علاقه‌مند شده‌اند؛ اما همه پژوهش‌های کیفی الهام‌گرفته از

پدیدارشناسی، پدیدارشناسی نیست. مطالعه‌ای که ادعای پدیدارشناسی دارد، درحقیقت از شیوهٔ اپوخه<sup>۴</sup> و تقلیل<sup>۵</sup> پدیدارشناختی استفاده می‌کند (Van Manen, 2017: 777-778).

روش‌های جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش پدیده‌شناسی عبارت است از: مشاهده، مصاحبه و یادداشت‌برداری میدانی، اسناد و مدارک و یا ترکیبی از این روش‌ها (هالوی و ویلر<sup>۶</sup>، ۱۳۸۵، به نقل از عابدی، ۱۳۸۸: ۲۰۱). در این مطالعه، ابزار اصلی جمع‌آوری داده، مصاحبه عمیق و بدون ساختار و مشاهده (مشاهده رفتار کلامی و غیرکلامی حاکی از نوع مواجهه با لاغری، تکنیک‌های روزانه مشارکت‌کنندگان برای کاهش وزن، نحوه توصیف فرهنگ تناسب اندام و ...) است که پژوهشگر به منزله مشارکت‌کننده در محیط طبیعی ثبت کرده است. این الگوی روشی ون‌مانن<sup>۷</sup> برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. این الگو شامل ۶ گام اساسی است: ۱- روی آوردن به ماهیت تجربه‌زیسته، ۲- بررسی تجربه به همان شکل زیسته‌شده، ۳- تحلیل داده‌ها به کمک تأملات پدیدارشناختی هرمنوتیکی، ۴- نگارش پدیدارشناختی هرمنوتیکی، ۵- حفظ ارتباط مستمر و قوی با پدیده و ۶- برقراری تعادلی در بافت با در نظر گرفتن هم‌زمان کلیت و اجزای آن. ون‌مانن، پژوهش پدیدارشناسی را پژوهشی پویا قلمداد می‌کند که در آن، مجموعه‌ای از فعالیت‌های پژوهشی در ارتباطی متقابل و حالت رفت و برگشتی انجام می‌شود (پنج‌تسی، منصوریان و مینسی، ۱۳۹۶: ۲۷). به‌زعم ون‌مانن، سه رویکرد برای استخراج مضامین از داده‌ها وجود دارد که دربردارنده رویکرد کل‌نگر، رویکرد انتخابی یا برجسته‌سازی و رویکرد جزئی یا خط به خط است (دیس و هینفلد<sup>۸</sup>، ۲۰۱۱، به نقل از فلاح‌پیشه و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۴). در این مطالعه، از رویکرد انتخابی برای استخراج مضامین استفاده شد. براساس رویکرد انتخابی، جملات با بار معنایی مشخص شد. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، روش کدگذاری موضوعی

<sup>4</sup> époque

<sup>5</sup> reduction implicitly or explicitly

<sup>6</sup> Holloway

<sup>7</sup> Van Manen

<sup>8</sup> Dees and Heinfeldt

<sup>1</sup> lived experience

<sup>2</sup> intentionality

<sup>3</sup> thematic analysis

اشباع رسید. باورپذیری پژوهش، با استفاده از راهبردهایی مانند بازبینی توسط اعضا و همکاران تأمین شد. برای انتقال‌پذیری داده‌ها، توصیف جامع و غنی از شرایط شرکت‌کنندگان، شامل سن، وضعیت تأهل، تحصیلات و وضعیت شغلی ارائه شد. برای اطمینان‌پذیری، از روش کفایت ارجاعی استفاده شد؛ بدین صورت که درباره مفاهیم به دست آمده، نقل قول‌های مستقیم مشارکت‌کنندگان ارائه شد. جدول ذیل، اطلاعات بیشتری را از شرکت‌کنندگان در این پژوهش نشان می‌دهد.

برای رسیدن به مقوله‌ها و کدگذاری باز برای بسط مقولات مذکور به کار رفت.

جامعه مورد مطالعه شامل زنان ۱۹ تا ۵۰ ساله ساکن شهر نقده است که در سال ۱۳۹۸ و با هدف کاهش وزن و لاغری، به باشگاه‌ها، مکان‌های ورزشی عمومی، متخصصان تغذیه و داروخانه‌ها مراجعه کرده‌اند. از روش نمونه‌گیری هدفمند و براساس هدف پژوهش، در انتخاب موردها، استفاده شد. حجم نمونه، در مطالعات کیفی در ابتدای مطالعه، برآوردپذیر نیست و تا زمانی که داده‌ها به حد اشباع برسد، مصاحبه انجام شد. در این مطالعه با انجام دادن ۱۷ مصاحبه، داده‌ها به حد

جدول ۱- مشخصات شرکت‌کنندگان در پژوهش

Table 1- Details of the participants in the research

کد	سن	تحصیلات	وضعیت تأهل	وضعیت اشتغال	رویه‌های لاغری
۱، ۲ و ۱۱	۱۹، ۱۹ و ۳۲	دیپلم، دیپلم و کارشناسی	مجرد	بیکار	رژیم، ورزش و مصرف کپسول
۳ و ۹	۲۰ و ۳۰	کاردانی و کارشناسی ارشد	مجرد	دانشجو	رژیم و ورزش
۵ و ۱۰	۲۴ و ۳۱	کارشناسی	مجرد	شاغل	رژیم و ورزش
۶ و ۷	۲۴ و ۲۸	کارشناسی و کارشناسی ارشد	متاهل	دانشجو	مصرف کپسول، رژیم و ورزش
۸، ۱۲ و ۱۳	۲۹، ۳۲ و ۳۵	کارشناسی	متاهل	خانه‌دار	مصرف کپسول و رژیم
۱۴ و ۱۶	۴۳ و ۴۸	دیپلم و کارشناسی	متاهل	شاغل	رژیم و ورزش
۱۵ و ۱۷	۴۵ و ۵۰	زیر دیپلم	متاهل	خانه‌دار	رژیم و ورزش

### یافته‌ها

تعریف بدن»، «مالکیت مردانه بدن»، و «بدن ابژه شهوانی» به دست آمد. عادت‌واره، نظامی از تمایلات بادوام و قابل انتقال است که با تجربه‌های گذشته ادغام می‌شود، به صورت ماتریس ادراک، فهم و اعمال عمل می‌کند، انجام دادن وظایف و کارها را ممکن و با انتقال قیاسی طرح‌ها، امکان حل مسائل مشابه را فراهم می‌کند (Lizardo, 2012: 7). منظور از عادت‌واره مردانه، ساختمان ذهنی مردان است که ادراک و فهم آنان درباره موضوعات مختلف و به خصوص، بدن زنان را دربرمی‌گیرد. باورهایی که زنان درباره بدن خود دارند، از نگرش و انتظارات مردان تأثیر می‌پذیرد. زنان از کودکی و در

از تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها، ۸ مضمون اصلی استخراج شد که عبارت است از: سلطه عادت‌واره مردانه، تظاهر و مصرف، برساخت اخلاقی بدن، تمایزگرایی، برنامه بدنی، طرد بدن نابهنجار، ساخت هویت بصری و بدن، وسیله مشارکت در قدرت.

### سلطه عادت‌واره مردانه

با تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه در بخش سلطه عادت‌واره مردانه، ۳ مضمون فرعی، یعنی «ذائقه مردانه در

فرایند اجتماعی شدن یاد می‌گیرند خود و بدنشان را از چشم مردان بنگرند. زنان مورد مطالعه، ظاهر بدنی خود را آنگونه که است، نپذیرفته‌اند و با لاغرکردن به دنبال ایجاد تغییر در آن هستند. براساس اظهارات زنان مورد مطالعه، زنان بیشتر از مردان، براساس جاذبه‌های فیزیکی و ویژگی‌های بدنی فهم و ادراک می‌شوند. بر اثر ساختارهای جامعه مردسالار، زن بیشتر از اینکه سوژه‌ای آگاه و توانمند فهمیده شود، به صورت ابژه‌ای اغواگر و جذاب بر ساخته شده است؛ بنابراین، زن همسو با این ساختارها و با چشم‌پوشی از توانمندی‌ها و اشتغال بیشتر به بدن، در تقلیل خود به ابژه‌ای جسمانی و سطحی، هم‌نوایی و مشارکت می‌کند. این نوعی عادت فرهنگی است که زن با نگاه به بدن خود در ارتباطی مستقل با خود آشنا نیست. بدن در تملک زن نیست و خود را بیشتر از چشم مردها و زن‌های خوگرفته به میدان مردانه می‌بیند که این امر، نشان‌دهنده وابستگی زنان در برابر استقلال بیشتر مردان است.

مریم، ۱۹ساله، بیکار، مجرد می‌گوید:

«الان دیگه همه مخصوصاً مردها از زنی که اندامش خوبه، خوششون میاد».

یا زهرا، ۲۴ساله، متأهل و دانشجوی می‌گوید:

«خیلی شنیدم مردها می‌گویند فلانی انصافاً خانومش شیک و برازنده است یا بیچاره فلانی زنش بدقواره است، چطور تحملش می‌کنه».

مینا، ۴۳ساله متأهل و شاغل می‌گوید:

«همسرم غذا را از جلو دست من برمی‌داره. لاغر دوست داره».

## تظاهر و مصرف

به‌زعم ویلن، علاوه بر مصرف برای نیازهای واقعی، می‌توان از نوع دیگری از مصرف با نام «مصرف تظاهری» یاد کرد که کارکرد آن، اثبات شایستگی و کسب اعتبار با آشکارکردن و نشان‌دادن ثروت است (ویلن، ۱۳۸۶: ۸۲). در این مطالعه، مضامین «خودنمایی از طریق مصرف بدن»، «مصرف نیابتی»، «ساخت و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی» و «تبلیغ و فروش محصولات

لاغری»، سازنده مقوله تظاهر و مصرف است.

دو مضمون خودنمایی از طریق مصرف بدن و مصرف نیابتی، نشان‌دهنده دو نوع نمایش تقریباً متمایز است: اول، در تجربه بدنی زنان مورد مطالعه، لاغری بودن، امکان مصرف بدن مدیریت‌شده را در زندگی روزانه فراهم می‌کند و حس رضایت و برتری به آنها می‌دهد. بعد دیگر نمایش، استفاده مردان از نمای بدنی زنان است؛ یعنی مردان نیز با بدن زنان، ثروت و قدرت خود را به نمایش می‌گذارند و از این طریق، منزلت و برتری در مبادلات اجتماعی کسب می‌کنند؛ به عبارت دیگر، بدن مدیریت‌شده زنان، جایگاهی برای نمایش منزلت و شایستگی مردان است و وجه اجتماعی مردان را ارتقا می‌دهد.

بدین ترتیب، بخش مهمی از امر نمایش ثروت مردان به دوش زن‌هاست و با «مصرف نیابتی» محقق می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۲)؛ اما در این مطالعه و متفاوت با مفهوم مصرف نیابتی ویلن، زنان برخوردار از سرمایه مادی، علاوه بر خود، برای نزدیکان مهم خود نیز امکان نمایش ثروت از طریق بدن را فراهم می‌کنند؛ به عبارت دیگر، مخارج مدیریت بدن دیگران را تقبل می‌کنند.

به‌عنوان مثال، هاجر، ۵۰ساله، متأهل و خانه‌دار می‌گوید:

«دخترم من را قانع کرده است که توی این دوره زمنه باید به وضع ظاهرت برسی. ماشاءالله کار می‌کنه و دستش به دهش می‌رسه. به ظاهر و لباس من هم می‌رسه. میگه عقل مردم به چشمشونه. پیش دور و بری‌های من باید اینجوری باشی که بهمون احترام بذارن».

لیلا، ۲۰ساله، مجرد و دانشجوی می‌گوید:

«زن خوش اندام و زیبا برای مردها یک جور شهرت و اعتباره. این‌ور، اون‌ور باهاش پز می‌دن».

هستی، ۳۰ساله، مجرد و دانشجوی می‌گوید:

«همه لباس‌های به‌روز و باکلاس بازار برای بدن‌های لاغره. این لباس‌ها آنقدر آدم را برای پوشیدنش وسوسه می‌کنه که مجبوری لاغر کنی دیگه. این‌هایی که هیکلشون خوش‌فرم و لاغره، با این لباس‌ها خودنمایی می‌کنن».

زینب، ۲۱ساله، مجرد و بیکار می‌گوید:

«وقتی هیکل روبه‌راه باشه، دیگه تا می‌تونی خرجش

با بسط اندیشه الیاس، بدنی را که در جزئیات اموری مانند غذاخوردن، لباس پوشیدن و ... با آدابی خاص، تربیت دقیق شده باشد، می توان بدنی تلقی کرد که محصول فرایند متمدن شدن است. از نظر الیاس، جوامع هر قدر متمدن تر می شوند، قیود بیشتری بر بدن افراد اعمال می کنند و افراد یاد می گیرند برای زندگی در جامعه، کنترل بیشتری بر بدن خود اعمال کنند.

۳ مضمون «اخلاقیات در غذاخوردن و پرهیز پارسامنشانه»، «تغذیه سالم» و «نمایش متانت و بی اعتنایی به خوردن»، نشان دهنده اعمال اخلاقیات نسبتاً سخت به عمل خوردن در بین مشارکت کنندگان است. زنان مورد مطالعه، دیدگاهی به غذا و عمل خوردن دارند که به نظر می رسد آنها را به لحاظ روانی، آماده پذیرش لاغری و گرفتن رژیم های سخت می کند. آنان پرهیز غذایی را به امر اخلاقی پیوند می زنند. بدین ترتیب، پرهیز از غذا و رعایت رژیم، تبعیت از نوعی انضباط و تربیت روحی - بدنی نیز به شمار می آید و اشتغال بی هدف به خوردن و ارتزاق از اقلام ناسالم، مذبوم و ناخوشایند تلقی می شود. برخی از مشارکت کنندگان، به ویژه زنان شاغل و طبقه متوسط، اقلام موجود در رژیم غذایی خود را سمبل انضباط، میانه روی و اعتدال معرفی می کنند و به جزئیات اخلاقی پیرامون نحوه غذاخوردن، مانند خوردن در اندازه کم و در نظر گرفتن فاصله زمانی در خوردن اقلام خوراکی متفاوت اشاره می کنند که نشان دهنده غلبه بر نفس است و با احساس رضایت و خرسندی از خود همراه است.

مینا، ۴۳ ساله، متأهل و شاغل می گوید:

«بدن اصولاً باید لاغر باشه؛ چون بیشتر خوردن ها غیر ضروری و برای لذت است. و گرنه بدن با چند تکه نان و خرما هم سیر می شود. در خوردن نباید عادت کنیم که دنبال لذت باشیم؛ پسندیده نیست».

شهلا، ۲۴ ساله، مجرد و شاغل می گوید:

«باید هوس خوردن را کنترل کنیم. خیلی زشته. سمت هر چیزی برای خوردن نباید برویم».

هستی، ۳۰ ساله، مجرد و دانشجو می گوید:

«باید رعایت کنیم و از هر چیزی به اندازه بخوریم. بدن ذاتاً

می کنی که دیده بشه با لباس، جواهر و ... چشم و هم چشمیه دیگه».

دو مضمون ساخت و بازتولید کلیشه های جنسیتی و تبلیغ و فروش محصولات لاغری نیز نشان می دهد جامعه مصرفی امروز، به عنوان جامعه ای بصری و نمایشی، به مدیریت اذهان کنشگران با بازتولید کلیشه ها و تبلیغ لوازم مادی همسو با این کلیشه ها نیاز دارد. کنجکاوی های بصری به طور عمدی با نمایش های مهیج برانگیخته می شود. براساس اظهارات مشارکت کنندگان، نمایش لباس، مانکن ها، سلبریتی ها و ... از ماهواره، جامعه را با نسخه رسانه ای بدن زنانه آشنا کرده و این نمایش ها، اندیشه و آمال لاغری را در بین پاسخگویان شکل داده است. در این میان، راه های آسان تر لاغر شدن، که از رسانه های مختلف تبلیغ می شود، اغواکننده است. رسانه ها با ایجاد گرایش به لاغری و آگاهی از پذیرش زیاد آن، راهکارهای آسان دستیابی به لاغری را در بین برنامه های تبلیغی خود گنجانده اند.

رسانه با فعال کردن سازوکار مقایسه اجتماعی با مدل های لاغر و پیروی از آنها، نقش مهمی در شکل دادن به ادراک از بدن و نارضایتی از آن داشته است (Tiggemann, 2014; Galioto and Crowther 2013). ویدا، ۳۰ ساله، مجرد و دانشجو می گوید:

«اندام هنرپیشه های زن فیلم های ماهواره، خیلی زیباست. زن، یعنی این. آدم حسرت زیبایی شان را می خوره. مدام به فکر اندامم هستم که باهاش چه کار کنم». «هر سال مسابقه دختر شایسته را می بینم و از طریق یوتیوب سعی می کنم ببینم تغذیه و ورزش هاشون چیه».

طیبه، ۴۵ ساله، متأهل و خانه دار می گوید:

«چای سبز و قهوه سبز برای لاغری خیلی تبلیغ می شه. من چای سبز خریدم؛ اما بعد از استفاده ازش سرم درد می کرد که بعد عادت کردم».

شهلا، ۲۴ ساله، مجرد و شاغل می گوید:

«ماهواره دستگاه درازنشست و شکم بند تبلیغ می کرد که خریدم و استفاده کردم».

## برساخت اخلاقی بدن (بدن متمدن)

دنبال می‌کنند که شامل اجناس نسبتاً لوکس، گران و تازه است. این مضمون، به‌طور خاص از اظهارات زنان شاغل طبقه متوسط به دست آمد که بارها به ارزش غذا اشاره داشتند.

لیلا، ۲۰ساله، مجرد و دانشجوی می‌گوید:

«سعی می‌کنم همیشه رژیمم را حفظ کنم و توجهم را از غذا به چیزهای مهم تر بدهم. البته گاهی تفریحات کوچک غذایی هم دارم».

زهره، ۲۹ساله، متأهل و خانه‌دار می‌گوید:

«من تقریباً همه چیز را تازه مصرف می‌کنم. براساس برنامه غذایی آن روز، روزانه، اقلام خوراکی لازم برای طبخ غذا را خرید می‌کنم. غذای فریزری و زودپز شده را حذف کردم. فقط در وعده نهار، غذای پخته می‌خوریم».

مینا، ۴۳ساله، متأهل و شاغل می‌گوید:

«رژیم من چنین است که برای صبحانه میوه و آب میوه، میان‌وعده، مغزها و برای شام هم سالاد استفاده می‌کنیم که ارزش غذایی دارند».

براساس نظر بردیو، افراد براساس طبقه اجتماعی خویش، شیوه غذاخوردن متفاوتی را تجربه می‌کنند. بر همین اساس، طبقات اجتماعی متوسط و بالا، رژیم غذایی خود را انتخاب می‌کنند؛ در حالی که فقرا نمی‌توانند به راحتی، رژیم غذایی خود را همسو با زیبایی و لاغری شکل دهند.

به غذای زیاد و پرحجم احتیاج نداره. امتحان کنبد وقتی از اعتدال خارج می‌شید، بدن واکنش نشان می‌دهد؛ پس یعنی بدن، لاغری را ترجیح می‌دهد».

آرزو، ۳۱ساله، مجرد و شاغل می‌گوید:

«کسی که برنامه لاغری داره، یعنی هر غذای آلوده و سمی ای را وارد بدنش نمی‌کنه و غذاخوردنش نظم دارد. مسئله فقط خوردن نیست. مسئله تغذیه سالم است. ترجیح من مصرف کمتر و با کیفیت تر است تا مصرف زیاد و بی کیفیت».

لیلا، ۲۰ساله، مجرد و دانشجوی می‌گوید:

«آدم‌های چاق، هر چیزی دستشان میاد می‌خورند. چون مواد غذایی ارگانیک در حال حاضر به ندرت یافت می‌شود، من به همان کم بسنده می‌کنم؛ مخصوصاً درهم‌خواری نمی‌کنم».

فریبا، ۴۸ساله، متأهل و شاغل می‌گوید:

«من در مهمانی‌ها ترجیح می‌دهم به جای خوردن، بیشتر مصاحبت کنم. اینجور جاها رژیمم را کنار نمی‌گذارم. بعضی چیزها را از سفره انتخاب می‌کنم و می‌خورم؛ مثلاً برنج را نمی‌خورم؛ چون من هر برنجی را نمی‌خورم. یک تیکه از ران مرغ را می‌خورم که قسمت سالم تر مرغ است. یا فقط سوپ می‌خورم. اینجور جاها غذای خوب به آدم نمی‌دهند».

## تمایزگرایی

ایده تمایز، یعنی مجموعه‌ای از کیفیات راجع به منش و شیوه‌های رفتاری، درحقیقت، چیزی جز تفاوت و فاصله نیست و این ایده تمایز یا تفاوت، زیربنای مفهوم فضای اجتماعی است (بردیو، ۱۳۹۰، به نقل از بودات و معروفی، ۱۳۹۶: ۱۵۵).

براساس مصاحبه‌های انجام شده، مضامین «پیروی از رژیم‌های پرهزینه» و «تمایزبخشی با انتخاب غذاها و فرآورده‌های لوکس رژیمی و تازه»، سازنده بعد تمایزگرایی در تجربه مشارکت کنندگان از لاغری است.

مشارکت کنندگان بر مبنای رفتارهای مربوط به غذاخوردن، انتخاب‌ها و رژیم غذایی شان، برای متمایز جلوه دادن خود نیز می‌کوشند؛ به عبارت دیگر، فعالانه، رژیم خاص غذایی‌ای را

## برنامه بدنی

به‌زعم شیلینگ، بدن طرحی است که با مشارکت در جامعه، پیوسته در معرض شدن قرار دارد. منظور از پروژه بودن بدن، مداخله دانش فنی و شیوه زندگی انتخابی مردم در بدن است که آن را به طرحی پایان‌ناپذیر تبدیل کرده است (Nettleton, 1996: 109-110، به نقل از جواهری، ۱۳۸۷: ۶۰). با امکانات گسترده‌ای که امروزه برای دست‌کاری بدن فراهم شده است، برنامه‌های بدنی متعددی می‌توان ایجاد کرد. «جست‌وجو و مبادله اطلاعات غذایی»، «ترس از بیماری و طرح مراقبت‌های پیشگیرانه»، «طرح برنامه ترمیم و تناسب‌بخشی»، سازنده بعد برنامه بدنی آینده‌نگر در این پژوهش است. پاسخگویان برای بهره‌مندی از سلامت و پیشگیری از بیماری و سایر عوارض



ناشی از چاقی و پیرشدن در آینده، طرح‌ها و برنامه‌هایی در پیش گرفته‌اند که با نام «برنامه بدنی آینده‌نگر» کدگذاری شده است. این طرح‌ها شامل کنش‌ها و برنامه‌هایی است که با نوعی جهت‌گیری به آینده مشخص می‌شود؛ بنابراین، هدف از لاغری، حفظ کیفیت فیزیکی - بدنی برای مدت طولانی‌تر نیز است. اطلاع از برنامه‌های بدنی معطوف به آینده در تجربه مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد، آنها جدیدترین اطلاعاتی را جست‌وجو می‌کنند و به کار می‌گیرند که از سرعت به تحلیل‌رفتن توده عضلانی، بیماری و پیری بکاهد (به‌ویژه با ورزش و سفت کردن عضلات و لاغر کردن). همچنین، جراحی و پیکرتراشی برای رسیدن به اندام دلخواه، از جمله برنامه‌های ترمیمی بعدی برخی از مشارکت‌کنندگان است. مشارکت‌کنندگانی که طرح‌های بدنی آینده‌نگر دارند، به‌طور عمده بیشتر از ۳۰ سال دارند و آینده‌نگری بدنی برای آنان نوعی آمادگی برای مواجهه با بحران میان‌سالی آتی تلقی می‌شود.

مینا، ۴۳ ساله، متأهل و شاغل می‌گوید:

«کم‌کم سنمان زیاد می‌شه؛ پس نباید مثل دوران جوانی هر چیزی بخوریم. من به شیرینی علاقه داشتم؛ اما ذائقه ام را تغییر دادم و لاغر شدم. تقریباً همه همکارانم دنبال اطلاعات جدید از انواع رژیم‌ها و مواد غذایی هستند و این اطلاعات را به هم منتقل می‌کنیم».

فریبا، ۴۸ ساله، متأهل و شاغل می‌گوید:

«آدم که سنش بالا می‌ره، بیمار می‌شه. باید بیشتر مراقب باشه. تقریباً کالری هر چیزی را که می‌خوریم، حساب می‌کنیم».

معصومه، ۳۲ ساله، مجرد و بیکار می‌گوید:

«من هنوز جوان هستم؛ اما ده پانزده سال دیگر، اوضاع فرق خواهد کرد. می‌خواهم تا جایی که می‌شود تنم را سالم نگه بدارم. رژیم می‌گیرم و ورزش می‌کنم که عضلاتم در ۵۰ سالگی هم همچنان سفت باشد؛ چون توده عضلانی با افزایش سن کم می‌شود».

### طرد بدن نابهنجار

از نظر گافمن، مقبولیت اجتماعی اجرای نقش‌ها تا حدی به طرز کردار و سلوک بدنی اجراکننده آنها بستگی دارد (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۵۵). جامعه امروزی، لاغری را به‌عنوان هنجاری تأثیرگذار پذیرفته است و افراد، رویه‌های لاغری را برای ساختن هویت خود براساس ویژگی‌های مری و بدنی در پیش گرفته‌اند تا از این طریق بر دیگران تأثیر بگذارند و آنها را مدیریت کنند. آنچه هنجار لاغری در اذهان دیگران القا می‌کند، این است که زن لاغر و خوش‌اندام به سلامتی خود و خانواده‌اش اهمیت می‌دهد، راحت‌تر نظم را می‌پذیرد و آینده‌نگر است؛ بنابراین، درخور تحسین و قابل اعتماد است. «سلطه نگاه‌های مبادله‌ای بر بدن نابهنجار»، «گریز از بدن واقعی»، «تلاش برای معتبر جلوه کردن» و «تحقیر بدن نابهنجار»، سازنده بعد طرد بدن نابهنجار است و به کنترل از طریق بدن در جامعه بصری و جسمانی امروزی اشاره دارد. سلطه نگاه‌های مبادله‌ای بر بدن نابهنجار نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان، نگاه‌های خیره به بدن طبیعی‌شان را به شکل آزردهنده‌ای تجربه می‌کنند و متأثر از این نگاه‌ها و قضاوت‌های کلامی تحقیرکننده، تکنیک‌های معطوف به لاغری بدن را در پیش می‌گیرند. این نگاه‌های کنترل‌کننده، سازنده نظمی مبتنی بر بدن است. زنان مورد مطالعه، با درگیری در اعمال مرتبط به لاغری، مانند رژیم گرفتن، مصرف کپسول‌ها و محصولات لاغری، ورزش و ... بیش‌ازپیش از بدن طبیعی فاصله می‌گیرند و با تغییر اندازه بدنی، خود را از طرد بدنی و اجتماعی محافظت می‌کنند.

آرزو، ۳۱ ساله، مجرد و شاغل می‌گوید:

«توجه من به ظاهر زیاد نبود؛ چون مشغله‌ام زیاده؛ اما امان از مردم. مدام سرتاپای آدم را برانداز می‌کنند».

رؤیا، ۳۵ ساله، متأهل و خانه‌دار می‌گوید:

«اوایل، دخترخاله‌ام مدام به من تشر می‌زد که بی‌قواره‌ام. رژیم گرفتم و لاغر کردم. الان می‌گه بهتر شدی و تناسب داری. همش می‌ترسم بخورم، دوباره هیکلم به هم بریزه».

ویدا، ۳۰ ساله، مجرد و دانشجو می‌گوید:

«مدتی است که وزنم به خاطر مشکلات هورمونی زیاد شده. همه از من ایراد

می‌گیرند».

هاله، ۲۰ساله، مجرد و دانشجو می‌گوید:

«برای پسر دایی ام یک دختر خوش اخلاق و خوب پیدا کرده بودم که از اندام دختره خوشش نیومد».

### ساخت هویت بصری

از تحلیل داده‌ها، دو مضمون «مرئی‌ترشدن» و «جسمانی‌ترشدن» در بعد ساخت هویت بصری از تجربه‌ی لاغری به دست آمد. مرئی‌ترشدن، تجربه‌ای است که در آن، مشارکت‌کنندگان با لاغرکردن خود، بیشتر دیده می‌شوند و به چشم می‌آیند؛ در حالی که بدن غیرنرمال، باعث نادیده گرفته شدن آنان می‌شد. جسمانی‌ترشدن نیز نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان بیش‌ازپیش، هویت خود را با بدن و ویژگی‌های جسمانی تعریف می‌کنند. بصری‌شدن هویت، یعنی امروزه، ظاهر یکی از منابع مهم معنا را شکل می‌دهد.

بصری‌شدن<sup>۱</sup>، منبع اصلی برقراری ارتباط و به کار بستن معناها شده است. اهمیت قطعی ظواهر از آنجا ناشی می‌شود که منبع اساسی تعیین معنای هر چیز، همان ظاهر آن چیز است و اعضای جامعه جدید، که به اهمیت ظواهر وقوف یافته‌اند، اهمیت بسیار زیادی به نظارت و مراقبت از ظاهر می‌دهند که تحت کنترل و در حوزه قدرت آنهاست (ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵۹). از میان این ظواهر، بدن به‌منزله مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین قرارگاهی که حامل و نمایشگر تفاوت‌های شیوه زندگی و شکل‌های هویت است، اهمیت اساسی می‌یابد و بدین‌سان، جسم به اصلی هویتی تبدیل می‌شود (Turner, 1994: 13، به نقل از ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵۹).

زینب، ۲۱ساله، مجرد و بیکار می‌گوید:

«برای کاهش وزن خیلی زحمت کشیدم. کلی ورزش کردم و رژیم گرفتم. از هیکلم راضی‌ام. قبلاً خجالت می‌کشیدم و لباس‌های گشاد می‌پوشیدم که بدنم را مخفی کنم؛ اما الان هر لباسی که بخواهم، می‌توانم بپوشم. دوستان و آشنایان هم متوجه تغییراتم شدند. الان بیشتر به چشم می‌آیم».

شیوا، ۱۹ساله، مجرد و بیکار می‌گوید:

«الان دیگه فرم بدن آدم‌ها شده شناسنامه‌شان. ما آدم‌ها را براساس قد و وزن و فرم بدنشان رتبه‌بندی می‌کنیم».

### جذابیت، وسیله مشارکت در قدرت

«امتیازگیری»، «پیشبرد امور و کارها» و «تأثیرگذاری بر تصمیم‌ها»، سازنده مضمون اصلی جذابیت فیزیکی در وسیله مشارکت در قدرت است و نشان می‌دهد زنان در تجربه خود، مزیت‌ها و کارکردهایی به شکل بدنی ایدئال و لاغر نسبت می‌دهند. براساس اظهارات پاسخگویان، به نظر می‌رسد جاذبه فیزیکی، نوعی قدرت چانه‌زنی برای زنان فراهم می‌کند که تأثیرگذاری آنان را در رویدادهای پیرامونشان تقویت می‌کند. امتیازگیری نشان می‌دهد، زنانی که از ظاهر اندام و لاغری خود مراقبت می‌کنند، امکانات مادی و توجه بیشتری، به‌ویژه از همسر خود دریافت می‌کنند و تأثیر بیشتری نیز بر تصمیم‌های خانواده می‌گذارند. از نظر مشارکت‌کنندگان، زنانی که به ظاهر بدنی خود توجه ندارند، در موقعیتی منفعلانه، پاسخگوی انتظارات دیگران می‌مانند. پیشبرد کارها، به کارکردهای جذابیت فیزیکی، که بخش مهمی از آن به اندام لاغر معطوف است، در حوزه عمومی اشاره دارد. براساس اظهارات پاسخگویان به نظر می‌رسد، جذابیت فیزیکی، قدرت زنان را هم در حوزه خصوصی و هم در حوزه عمومی ارتقا می‌بخشد.

از نظر فوکو، ویژگی‌های ظاهری بدن به افراد، قدرت چانه‌زنی می‌بخشد و افراد از آن برای سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (ذکابی، ۱۳۸۶: ۱۲۴، به نقل از فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۹: ۶۲). زنان از رژیم غذایی هم به‌عنوان وسیله‌ای برای مذاکره در هنجارهای جنسیتی غالب و هم به‌عنوان وسیله‌ای برای مشارکت در قدرت و دیده شدن استفاده می‌کنند (Lelwica, 2006).

زهرا، ۲۴ساله، متأهل و دانشجو می‌گوید:

«کسی به زن‌های کاری، که به کار بیشتر اولویت می‌دهند، اهمیت نمی‌دهد. همیشه باید فداکاری کنند؛ اما زن‌های خوش‌هیكل و متناسب، شیک می‌کنند و به هر چی می‌خواهند می‌رسند. لباس، ماشین، جواهر و ... برای زن

<sup>1</sup> Visualization

«دوست من زن دومه. زن اول، پاهای مرده را هم می‌شسته؛ اما دومی فقط به خودش می‌رسه. از کپسول لاغری گرفته تا تردمیل استفاده کرد که وزنش را کم کنه. مرده حیاط هم براش جارو می‌کنه».

در جدول شماره ۲، کدهای مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها و مضامین اصلی و فرعی حاصل از آن ارائه شده است.

کاری بیچاره، لباس هم نمی‌خرند».

مریم، ۱۹ساله، مجرد و بیکار می‌گوید:

«مردم به زنی که هیکلش خوبه، به دیده احترام نگاه می‌کنند. حتی کار اداری هم داشته باشه، سریع انجام می‌دهند».

رؤیا، ۳۵ساله، متأهل و خانه‌دار می‌گوید:

جدول ۲- مضامین به دست آمده از تحلیل داده‌ها

Table 2 - Themes obtained from data analysis

مضمون‌های اصلی	مضمون‌های فرعی
سلطه عادت‌واره مردانه	ذائقه مردانه در تعریف بدن مالکیت مردانه بدن بدن، ابژه شهوانی
تظاهر و مصرف	تبلیغ و فروش محصولات لاغری ساخت و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی خودنمایی از طریق خوش اندامی مصرف نیابتی
برساخت اخلاقی بدن (بدن متمدن)	اخلاقیات در غذاخوردن و پرهیز پارسامنشانه تغذیه سالم نمایش متانت و بی‌اعتنایی به خوردن جست‌وجو و مبادله اطلاعات غذایی ترس از بیماری و طرح مراقبت‌های پیشگیرانه طرح برنامه ترمیم و تناسب‌بخشی پیروی از رژیم‌های پرهزینه
برنامه بدنی	تمایزبخشی با انتخاب غذاها و فرآورده‌های لوکس رژیمی و تازه کوشش برای معتبر جلوه کردن سلطه نگاه‌های مبادله‌ای بر بدن نابهنجار تحقیر بدن نابهنجار گریز از بدن واقعی مرئی ترشدن جسمانی ترشدن
تمایزگرایی	امتیازگیری
طرد بدن نابهنجار	پیشبرد امور و کارها تأثیرگذاری بر تصمیم‌ها
ساخت هویت بصری	
جذابیت، وسیله مشارکت در قدرت	

اساسی مطرح شد. اولین پرسش، چگونگی ادراک لاغری به‌عنوان ایدئال زیبایی توسط زنان بود. در پاسخ به این پرسش، ۵ محور اصلی «برساخت اخلاقی بدن»، «تمایزگرایی»،

**نتیجه**  
هدف از انجام دادن این مطالعه، فهم تجربه زنان شهرستان نقده از پدیده لاغری بوده است که بر این اساس، دو پرسش

می‌داند (ذکائی، ۱۳۸۵: ۹۵). البته اظهارات پاسخگویان نشان می‌دهد طبقات فرودست نیز به لاغری گرایش دارند که نشان‌دهندهٔ رسوخ ارزش‌های طبقهٔ متوسط به طبقهٔ پایین است. این یافته با نتایج مطالعهٔ کرگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۰)، همسوست که نشان دادند ادراک و ترجیحات تونگایی، متأثر از افزایش نفوذ غربی‌ها تغییر کرده است. این یافته همچنین با نتایج کیوان‌آرا، ربانی و ژیانپور (۱۳۸۹) نیز همسوست که نشان دادند انجام‌دادن جراحی زیبایی به‌عنوان یک رفتار مصرفی منزلت‌بخش، مختص به اقشار ممتاز جامعه نیست و در میان اقشار پایین‌تر جامعه نیز فراگیر شده است.

دربارهٔ «برنامهٔ بدنی»، پدیده‌های جست‌وجو و مبادلهٔ اطلاعات غذایی، ترس از بیماری و طرح مراقبت‌های پیشگیرانه و طرح و تناسب‌بخشی دیده شد. مسائل بدنی، که بر اثر افزایش سن جمعیت در عصر حاضر ایجاد شده است، توجه به موضوعات بدنی و از جمله کندکردن روند پیری و حفظ طولانی‌مدت شادابی و سلامت فیزیکی را برانگیخته است و بدیهی است که زنان، بیش‌ازپیش احساس می‌کنند مسئول طراحی بدن خویش هستند؛ بنابراین، گرایش روزافزون زنان، به‌ویژه زنان بالای ۳۰ سال به مدیریت بدنی و از جمله حفظ لاغری و زیبایی و سلامت بدن دیده می‌شود. زنان و دختران با نیت حفظ زیبایی و سلامت طولانی‌مدت، اعمال مرتبط با لاغری، از جمله رژیم‌های لاغری، ورزش و ... را به بخشی از سبک زندگی روزانهٔ خود تبدیل کرده‌اند. براساس چهارچوب نظری پژوهش و نظریهٔ گیدنز نیز با فاصله‌گرفتن از جامعهٔ سنتی، فشار برای طراحی بدن بیشتر می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۷-۹۴). این یافته با نتایج مطالعهٔ ذوقی گنجعلی‌خانی (۱۳۹۵)، همسوست که نشان داد عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در هر یک از گروه‌های سنی متفاوت است. زنان میان‌سال امروزی نسبت به دوره‌های قبل و متأثر از عوامل متعدد، بیشتر از گذشته به مدیریت بدن گرایش دارند و با مسائل جسمی، روحی و روانی جدیدی برخورد کرده‌اند. دربارهٔ «طرد بدن نابهنجار»، پدیده‌های سلطهٔ نگاه‌های

«برنامهٔ بدنی»، «طرد بدن نابهنجار» و «ساخت هویت بصری»، تشریح‌پذیر است. دربارهٔ «برساخت اخلاقی بدن (بدن متمدن)» مشخص شد در بین زنان مورد مطالعه، پدیده‌های اخلاقیات و پرهیز پارسامشانه، نمایش متانت و بی‌اعتنایی به خوردن و تغذیهٔ سالم وجود دارد. درحقیقت، در تجربهٔ زنان مورد مطالعه، لاغری، فرایندی است که کنشگران در آن، به‌طور مستمر به نظارت و کنترل بر بدن خود اشتغال دارند. اظهارات زنان مورد مطالعه نشان داد چاقی و اشتغال خارج از قاعده به ارضای نیازهای زیستی، مانند خوردن و نداشتن کنترل بر بدن و نفس، مایهٔ شرمساری و عذاب وجدان تلقی می‌شود؛ در حالی که بدن لاغر، نشان‌دهندهٔ متانت در عمل خوردن و نشانهٔ تحت انضباط و قاعده درآوردن بدن است.

از دیدگاه الیاس نیز تغییرات به‌وجودآمده در نمای فیزیکی و احساسی بدن، نتیجهٔ فرایندهای تمدن‌سازی در افراد و جامعه است. به‌نظر الیاس، در فرایند رشد مدنیت، به‌تدریج تابوهای بدنی ساخته می‌شود و نظم حاکم بر بدن، گونهٔ کوچک‌تر حاکم بر جامعه است (Atkinson, 2008: 67). به نقل از شعاع و نیازی، (۱۳۹۵: ۶۷).

دربارهٔ تمایزگرایی، پدیدهٔ پیروی از رژیم‌های پرهزینه و تمایزبخشی با انتخاب غذاها و فرآورده‌های لوکس رژیم‌های تازه در تجربهٔ زنان مورد مطالعه از لاغری دیده شد. زنان با گرایش به اقلام مصرفی پرهزینه، به اثبات فردیت و ایجاد تمایز از دیگران نیز توجه می‌کنند. بدین طریق، لاغری را به‌عنوان فرآورده‌ای اجتماعی و مرتبط با جایگاهشان بازتولید می‌کنند. این یافته با نتایج پژوهش قادرزاده و همکاران (۱۳۹۱)، همسوست که نشان دادند بین پایگاه اجتماعی و مدیریت بدن، رابطه وجود دارد. براساس دیدگاه بوردیو نیز برای اعضای طبقهٔ متوسط، بدن، به‌خودی‌خود، اهمیت و ارزش دارد، قابلیت‌ها و توانمندی‌های جسمانی انسان، یکی از عوامل تعیین‌کنندهٔ جایگاه او در جامعه است و سرمایهٔ جسمانی براساس طبقهٔ اجتماعی تغییر می‌کند (Nettleton, 1996: 122). به نقل از جواهری، (۱۳۸۷: ۶۳). همچنین، از نظر بوردیو، اهمیت بدن به حدی است که آن را مظهر تجلی سلیقهٔ طبقاتی

<sup>1</sup> Craig

همسوست که نشان دادند میزان اهمیتی که زنان به مقوله‌های مختلف مدیریت بدن می‌دهند، به‌وضوح متفاوت است و بیشتر زنان (۶۸ درصد)، نظارت زیادی بر ظواهر بدن خود دارند و به‌طور کلی، زنان بیشتر از مردان، دل‌مشغول مراقبت و نظارت بر ظواهر جسمانی خود هستند.

دومین پرسشی که در پژوهش به آن پاسخ داده شد، فهم علل گرایش زنان مورد مطالعه به لاغری بود. ۳ محور اصلی «سلطه عادت‌واره مردانه»، «تظاهر و مصرف»، و «جذابیت و سیله مشارکت در قدرت» تشریح‌شدنی است. درباره سلطه عادت‌واره مردانه، پدیده‌های ذاتی‌مردانه در تعریف بدن، مالکیت مردانه بدن و بدن ابژه شهوانی دیده شد. بین طرح‌واره مردانه و تغییر و اصلاح فرم و اندازه بدن زنان، پیوندی ناگسستگی وجود دارد. زنان، خودپنداره خویش را پیرامون مفهوم زنانگی سامان می‌بخشند. زنانگی و نظارت و کنترل مستمر بدنی برای ساخت بدنی لاغرتر در انطباق با تمایلات و ادراک مردان تعریف، و بدن، همسو با این طرح‌واره، به امری جنسیتی شده تبدیل می‌شود. گرایش زنان مورد مطالعه به لاغری، نوعی هم‌نوایی با این طرح‌واره تلقی می‌شود. براساس چهارچوب مفهومی پژوهش و دیدگاه بوردیو، یکی از کارکردهای عادت‌واره برای عاملان، این است که امکان آموختن و درونی‌کردن قواعد، ارزش‌ها و شیوه‌های میدان‌های خاص را فراهم کند (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۶). بسط دیدگاه بوردیو، این امکان را می‌دهد تا هنجارهای جنسیتی ملکه ذهن‌شده عاملان را بخشی از محتوای ساختمان ذهنی کنشگران قلمداد کرد. در جامعه مردسالار، به‌عنوان میدان کلان، مردانگی در مقایسه با زنانگی در جایگاه ارزش‌گذاری قرار می‌گیرد و بر ادراک از زنانگی اثر می‌گذارد. باورها و ارزش‌های مرتبط با جنسیت در فرایند جامعه‌پذیری، درونی می‌شود. زنان، خود را از دیدگاه مردان می‌بینند و با دیدگاه مردان درباره خود، به‌ویژه بدنشان هم‌نوایی نشان می‌دهند؛ بنابراین، گرایش به لاغری، نوعی هم‌نوایی با ارزش‌های جامعه مردسالار نیز است. این یافته با نتایج مرتضوی و پاکزاد (۱۳۹۶)، همسوست که نشان

مبادله‌ای بر بدن نابهنجار، گریز از بدن واقعی و تحقیر بدن نابهنجار دیده شد. فهم زنان از بدن‌های فیزیکی‌شان از معانی منتقل‌شده در کنش متقابل تأثیر می‌گیرد. در این کنش‌های متقابل، لاغری، ارزشمند تلقی می‌شود و بدن ایدئال، بدنی لاغر است که تأیید و مقبولیت اجتماعی را نیز دریافت می‌کند؛ بنابراین، بدن‌های غیرلاغر، بدن‌های نابهنجار است و امر نابهنجار با طرد و رد مواجه می‌شود. زنان مورد مطالعه نیز با گرفتن رژیم، مصرف کپسول‌ها و محصولات لاغری، ورزش و ... به دنبال رهایی از نگاه‌های عیب‌جویانه و افزودن بر ارزش مبادله‌ای بدن خود هستند. کولی نیز منبع تفسیر معانی بدنی را کنش‌های متقابل بیان کرده است. به‌زعم وی، مشاهده متقابل بدن‌ها با تفسیر بدن همراه است. این تفسیر، عملی متقابل است. و [اینچنین] بدن در کنش ارتباطی ایجاد می‌شود (Waskul and Vannini, 2006: 4-5). این یافته با نتایج پژوهش براینانت<sup>۱</sup> (2013)، همسوست که نشان داد، درونی‌سازی استانداردهای زیبایی توسط زنان سیاه‌پوست، آثار مخربی بر زندگی زنان سیاه‌پوست، به شکل نفرت از خود<sup>۲</sup> داشته است که نمونه‌ای از تحقیر بدن نابهنجار است.

درباره «ساخت هویت بصری»، پدیده‌های مرئی‌ترشدن و جسمانی‌ترشدن دیده شد. زنان از دیرباز، بیشتر از مردان، با ویژگی‌های ظاهری و بدنی فهم و ادراک شده‌اند؛ اما با تبدیل شدن کیفیت ظاهر، به‌طور عام و لاغری، به‌طور خاص به ارزشی مقبول و جاافتاده، دیده می‌شود زنان بیش‌ازپیش، هستی خود را به بعد ظاهری و فیزیکی تقلیل داده‌اند و هویت خویش را با ظاهر جسمانی تعریف می‌کنند؛ بنابراین، به‌صورت روزافزونی در دست‌کاری شکل و اندازه بدنی خود مشارکت می‌کنند. از دیدگاه ترنر نیز بدن، مستقیم‌ترین و دردسترس‌ترین قرارگاهی است که حامل و نمایشگر شکل‌های هویت است و بدین‌سان، جسم به اصلی هویتی تبدیل می‌شود (Turner, 1994: 13). به نقل از ارمکی و چاوشیان، (۱۳۸۱: ۵۹). این یافته با نتایج ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)،

<sup>۱</sup> Bryant<sup>۲</sup> self-hatred

بخش مهمی از مصرف معطوف به بدن را با نشانه‌گذاری مصرف و زیبایی بر بدن، شکل می‌دهند؛ بنابراین، پاسخگویان بر اثر مصرف رسانه، که زنان را با اندام‌های لاغر نمایش می‌دهد و محصولات لاغری را تبلیغ می‌کند، برای داشتن اندامی لاغر تشویق می‌شوند. این یافته با نتایج پژوهش‌های استوک، کلمنز و ریوز<sup>۳</sup> (2016)، همسوست که نشان دادند زنان به‌طور منظم، بدن خود را با تصاویر زنان در رسانه‌ها مقایسه می‌کنند و در نتیجه، رضایت کمتری از آن دارند.

درباره «جذابیت وسیله مشارکت در قدرت»، پدیده‌های امتیازگیری، پیشبرد امور و کارها و تأثیرگذاری بر تصمیم‌ها دیده شد. برخلاف دسترسی کمتر زنان به سرمایه اقتصادی و اجتماعی، سرمایه جسمانی، در دسترس‌ترین سرمایه برای این گروه است که زنان، آن را درک کرده‌اند؛ بنابراین، افزودن بر این سرمایه، وسیله‌ای برای مشارکت زنان در قدرت است که کمتر به‌گونه‌ای مستقیم به آن دسترسی دارند. براساس چهارچوب نظری پژوهش و دیدگاه فوکو نیز ویژگی‌های ظاهری بدن، به افراد، قدرت چانه‌زنی می‌بخشد و افراد از آن برای سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۲۴، به نقل از فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۹: ۶۲). این یافته با نتایج پژوهش چنی<sup>۴</sup> (2011) و لویکا<sup>۵</sup> (2006)، همسوست که نشان دادند، بدن وسیله تحرک اجتماعی و مشارکت در قدرت است و برای زنان، امکان مذاکره در هنجارهای جنسیتی غالب را فراهم می‌کند.

به‌طور کلی، لاغری، علاوه بر فرم بدنی ایدئال و غایت رژیم‌های رنکارنگ، نمادی از حضور تنزل‌یافته زن در جامعه نیز است؛ زیرا بر غلبه تعریف بدن‌مند از زن در جامعه دلالت دارد. درونی‌سازی لاغری توسط زنان در این مطالعه، نشان‌دهنده ادراک قوی از بدن‌مندی در بین زنان نیز است که نشان می‌دهد زن بودن به‌مثابه ابژه بدنی درک می‌شود؛ بنابراین، لاغری، پدیده‌ای است که چگونگی و چرایی ادراک زنانگی به‌صورت ابژه‌ای جسمانی را نمایان می‌کند. مضمون سلطه

دادند دیدگاه بوردیو، مبنایی منطقی برای فهم پذیرش اقتدار مردانه توسط زنان مورد مطالعه فراهم می‌کند و قوانین مردسالارانه، خودبه‌خود، ملکه ذهن زنان می‌شود و به‌طور طبیعی در اعمال و رفتارشان تجلی می‌یابد. این یافته همچنین با نتایج پژوهش کلارک<sup>۱</sup> (2019) نیز همسوست که نشان داد، ورزش کردن و اعمال فشار برای لاغری در انطباق با باورهای مسلط درباره بدن زنانه، از نیروهای ساختاری، فرهنگی و تاریخی متأثر است و مشارکت در فعالیت‌ها و فرهنگ بدنی<sup>۲</sup> را شکل می‌دهد.

درباره «تظاهر و مصرف»، پدیده‌های خودنمایی با خوش‌اندami، مصرف نیابتی، ساخت و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی و تبلیغ و فروش محصولات لاغری دیده شد. با توجه به اهمیت بدن در جامعه مصرفی، کنترل و دست‌کاری بدنی، امکان دستیابی به منزلت را نیز فراهم می‌کند؛ به این صورت که نمایش منزلت در قالبی جسمانی انجام می‌شود. در جامعه مصرفی، بدن زنان به مکانی برای هزینه‌کردن و خرید کالا و خدمات تبدیل شده است. توجه به عناصر مصرفی همبسته با بدن، مانند لباس و نقش آن در نمایشی‌کردن مضاعف بدن مهم است. براساس مبانی نظری و دیدگاه وبلن نیز مصرف نمایشی بدن، سازنده بعد مهمی از مصرف تظاهری در جامعه مصرفی و نمایشی امروزی است؛ یعنی تظاهر به شایستگی، برازندگی، ثروت و قدرت با بدن انجام می‌شود (و بلن، ۱۳۸۶: ۸۲ و فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۲)؛ اما در این پژوهش، مصرف نیابتی، مفهومی است که در آن، بدن زنان به‌عنوان مکان نمایش قدرت و ثروت، فقط به مردان تعلق ندارد و قرارگاه نمایش قدرت زنان برخوردار دیگر نیز است که تا حدی با دیدگاه وبلن متفاوت است. این یافته با نتایج پژوهش صفری شالی<sup>۱</sup> (۱۳۸۹)، همسوست که نشان داد بیشترین علت انجام‌دادن جراحی زیبایی با اهداف مصرف تظاهری و برخورداری از رفاه عینی و دریافت مقبولیت اجتماعی همراه است. همچنین، در جامعه مصرفی، رسانه‌ها

<sup>3</sup> Stokes, Clemens and Rios

<sup>4</sup> Cheney

<sup>5</sup> Lelwica

<sup>1</sup> Clark

<sup>2</sup> physical cultures

عادت‌واره‌های موجود و ... تعریف بدن‌محور از زنان را پیش می‌برد. در این شرایط پیشنهاد می‌شود برای برون‌رفت از این مسئله، با فرهنگ‌سازی و کنترل و بازبینی جدی فرایندهای اجتماعی شدن در نسل‌های جوان‌تر وارد عمل شد و تغییرات مؤثری در هنجارها و معانی تقویت‌کننده نگاه بدن‌محور به زن ایجاد کرد. همچنین، ارتقای جایگاه زنان و رفع موانع مشارکت آنان در جامعه، به گونه‌ای که امکان دسترسی آنان به سرمایه اقتصادی و اجتماعی را فراهم کند، از تکیه افراطی زنان بر سرمایه جسمانی می‌کاهد.

#### منابع

- آقایی، ع. و خلیلی، م. (۱۳۹۶). «تحلیل پدیدارشناسانه مدیریت بدن در بین دختران و زنان جوان شهر تهران»، *زن و مطالعات خانواده*، د ۱۱، ش ۴۱، ص ۷۲-۵۷.
- احمدی، ع؛ عدلی‌پور، ص؛ افشار، س. و بنیاد، ل. (۱۳۹۵). «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز، پژوهشنامه زن، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی»، س ۷، ش ۱، ص ۵۰-۲۹.
- آزاد ارمکی، ت. و چاوشیان، ح. (۱۳۸۱). «بدن به مثابه رسانه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، د ۴، ش ۴، ص ۷۵-۵۷.
- امیرمظاهری، ا. (۱۳۹۲). «نقش سرمایه فرهنگی و تمایز طبقاتی در شکل‌گیری و تکوین جامعه‌شناسی موسیقی»، *مطالعات جامعه‌شناسی*، د ۵، ش ۱۹، ص ۲۰-۷.
- بوردیو، پ. (۱۳۸۰). *نظریه کنش*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- بودات، ی. و معروفی، م. (۱۳۹۶). «اثر سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی بر تمایز اجتماعی: با تأکید بر مالکیت اتومبیل لوکس»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، س ۱۷، ش ۶۵، ص ۱۷۲-۱۳۹.

عادت‌واره مردانه در روشن کردن چرایی و چگونگی غلبه این نوع ادراک از زن‌بودن، به عنوان حلقه اتصال در پیوند سایر مضامین با یکدیگر عمل می‌کند. زنان و مردان متأثر از عادت‌واره مردانه می‌آموزند زنان را با بدن‌هایشان تعریف و درجه‌بندی کنند. قواعد میدان‌های قدرت و اقتصاد، به‌طور عمده به صورت ناخودآگاه و در قالب هنجارها و انتظارات در عادت‌واره کنشگران تثبیت می‌شود. هنجارها و انتظارات جامعه از زنان را می‌توان در قالب معانی و نشانه‌های بدنی نشان داد. بدین ترتیب، لاغری به عنوان نوعی هنجار و هویت، درونی شده، بدن با افزایش فشارهای هنجاری، طرد بدن نابهنجار و بازنمایی‌های رسانه‌ای، به کانون سرمایه‌گذاری و نشانه‌گذاری تبدیل می‌شود؛ به عنوان مثال، رویه‌های تمایز و نمایش لوکس بودن، با بی‌اعتنایی به غذای معمولی و رایج در مهمانی‌ها، انتخاب سخت‌گیرانه و گران ارقام خوراکی سالم با توجه پیروی از رژیم سلامتی و تناسب اندام و ...، خود را در انطباق با بدن لاغر بازتعریف می‌کند. اهمیت بدن چنان است که با افزایش سن، سرمایه‌گذاری‌های متناسب با شرایط سنی شکل می‌گیرد و جست‌وجوی احساس امنیت هستی‌شناختی را در کنشگر برمی‌انگیزد. توصیه‌های پزشکی نیز با در ارتباط قراردادن چاقی با بیماری و لاغری با سلامتی در این فرایند همراهی می‌کند. اخلاقیات همبسته با هنجار لاغری، چاقی بدن را نشان‌دهنده ضعف در کنترل هوس خوردن و لاغری را نشان‌دهنده خودسازی و موفقیت نشان می‌دهد. البته زنان با سرمایه‌گذاری بر بدن در قالب تحمل رژیم‌های لاغری و ورزش‌های مداوم و به عبارت دیگر، افراط در دست‌کاری جنبه‌های بدنی هستی خویش، ضمن اسارت در بدن خود، از این سرمایه جسمانی بهره‌مند نیز می‌شوند. سیستم پیچیده‌ای که زنان را با بدنشان تعریف، و زن را وادار به انجام‌دادن وظایف در قالب انتظارات این سیستم می‌کند، به او مجال برخورداری از مواهبی را نیز می‌دهد که بدن ایدئال به ارمغان می‌آورد. جامعه بصری و نمایشی کنونی با همراهی مجموعه گسترده‌ای از عوامل، همچون رسانه، بازار،

- پرستش، ش.؛ بهنوئی‌گنده، ع. و محمودی، ک. (۱۳۸۷). «بررسی جامعه‌شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان، مطالعه موردی شهر بابلسر»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، س ۵، ش ۲، ص ۱۹-۴۹.
- پنج‌تنی، م.؛ منصوریان، م. و مبینی، م. (۱۳۹۶). «پدیدارشناسی تجربه زیست‌شناختی مکان: مطالعه موردی میدان نقش جهان»، *پژوهش‌های فلسفی*، س ۱۱، ش ۲۰، ص ۲۳-۵۹.
- جوادی پاشاکی، ن. و درویش‌پور، آ. (۱۳۹۸). «مروری بر مفاهیم حساسیت نظری و بازاندیشی در تحقیق کیفی»، *فصلنامه تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، س ۸، ش ۲، ص ۵۷-۶۵.
- جواهری، ف. (۱۳۸۷). «بدن و دلالت‌های فرهنگی - اجتماعی آن»، *نامه پژوهش فرهنگی*، س ۹، ش ۱، ص ۳۷-۸۰.
- خانی هنجنی، ن. و الوندی، ه. (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر گرایش دختران به مانکنیسم»، *پژوهشنامه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، س ۸، ش ۳، ص ۱۹-۴۵.
- حسین عباسی، ن.؛ مهرداد، ن.؛ نیکبخت نصرآبادی، ع. و آقا امیری، م. (۱۳۹۷). «تجربه زیسته تاب‌آوری در زنان با افزایش وزن»، *نشریه پژوهش پرستاری ایران*، د ۱۳، ش ۳، ص ۱۱-۸۱.
- خزان، م.؛ هدایتی، م.؛ عسگری، س. و عزیزی، ف. (۱۳۹۰). «بررسی ترکیبات غیرمجاز قرص و کپسول‌های گیاهی کاهش وزن وارداتی چینی»، *پژوهش در پزشکی*، د ۳۵، ش ۴، ص ۲۰۹-۲۱۴.
- ذکائی، م. (۱۳۸۵). *مطالعات جوانان*، تهران: انتشارات آگه.
- ذوقی گنجعلی‌خانی، ز. (۱۳۹۵). *بررسی رابطه عوامل اجتماعی و مدیریت بدن در بین زنان میان‌سال (مطالعه موردی: شهر کرمان)*، رشته مطالعات
- زنان، گرایش زن و خانواده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، استاد راهنما: سعیده گروسی.
- رستگار خالد، ا. و باقریان، م. (۱۳۹۲). «بدن و ارزش‌ها: اهمیت باریک‌اندازی در میان زنان و دختران و رابطه آن با جهت‌گیری ارزشی آنها»، *مطالعات اجتماعی*، *روان‌شناختی زنان*، س ۱۱، ش ۱، ص ۷-۵۴.
- زمانی مقدم، م.؛ میرزایی، ن. و بیرانوند، ح. (۱۳۹۷). «زنان و مدیریت بدن: مطالعه کیفی یک باشگاه تناسب اندام در تهران»، *فصلنامه علمی ترویجی جامعه، فرهنگ و رسانه*، س ۷، ش ۲۸، ص ۳۷-۵۷.
- شبکه اطلاع‌رسانی دانا. (۱۳۹۵). «زنان اولین قربانیان آسیب‌های اجتماعی»، [www.dana.ir](http://www.dana.ir)، (۱۳۹۹/۴/۱۲).
- شعاع، ص. و نیازی، م. (۱۳۹۵). «فراتحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، د ۹، ش ۱، ص ۶۱-۸۱.
- صفری شالی، ر. (۱۳۹۸). «گرایش زنان به جراحی زیبایی به مثابه مقبولیت اجتماعی (نمایش برخورداری از رفاه عینی)»، *علوم اجتماعی*، ش ۸۴، ص ۶۱-۸۸.
- عابدی، ح. (۱۳۸۸). «کاربرد روش تحقیق پدیده‌شناسی در علوم بالینی»، *فصلنامه راهبرد*، س ۱۹، ش ۵۴، ص ۲۰۷-۲۲۴.
- فاتحی، ا. و اخلاصی، ا. (۱۳۸۹). «گفت‌وگو با جامعه‌شناسی بدن و نقد آن بر مبنای نظریه حیات معقول و جهان‌بینی اسلامی»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، س ۱، ش ۲، ص ۵۷-۸۲.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، قم: انتشارات صبح صادق.
- فلاح پیشه، م.؛ حبیبی عسگرآباد، م.؛ شمشیری، م. و صادقی، م. (۱۳۹۵). «خانواده نابسامان: تجربه زیسته دختران فراری ساکن کانون اصلاح و تربیت از دارا بودن خانواده»، *مجله علوم پزشکی دانشگاه مازندران*، د



- 80-91.
- Calogero, R.M., Boroughs, M., and Thompson, J.K. (2007) "The impact of Western beauty ideals on the lives of women and men: A sociocultural perspective". in Swami, Y. and Furnham, A (Eds.), (2007) *Body beautiful: Evolutionary and sociocultural perspectives*. New York: Palgrave Macmillan. 259-298.
- Cheney, AM. (2011) Most girls want to be skinny: Body (dis)satisfaction among ethnically diverse women, *Qual Health Res*, 21(10), 1347-59.
- Chrisler, J.C., Fung, K.T., Lopez, A.M., and Gorman, J.A. (2013) Suffering by comparison: Twitter users' reactions to the Victoria's Secret Fashion Show. *Body Image*, 10(4), 648-652.
- Clark, A. (2019) Article exploring women's experiences: Embodied pathways and influences for exercise participation, *Societies*, 9, 1-21, [www.mdpi.com/journal/societies](http://www.mdpi.com/journal/societies).
- Craig, P.L., Halavatau, V., Cominio, E., and Id, C. (2000) Perception of body size in the tongan community: Differences from and similarities to an australian sample, *International Journal of Obesity*, 23(12), 1288-1294.
- Davis, M.W. (2013) *Understanding the journey: A phenomenological study of college students' lived experiences during the weight-loss process*, A dissertation submitted to the graduate faculty in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, Iowa State University.
- Dinç, B., and Alisinanoğlu, F. (2010) Defining the effects of television on the body image on the basis of adolescents' opinions, *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 1(2), 65-77.
- Faries, M.D., Espie, E., Gnagy, E., and McMorries, K.P. (2016) Experiences with weight loss triggers in women prescribed to lose weight by their physician, *Women's Health Bull*, 3(1), 1-7
- Galioto, R., and Crowther, J.H. (2013) The effects of exposure to slender and muscular images on male body dissatisfaction. *Body Image*, 10, 566-573.
- Grogan, S. (2008) *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (2<sup>nd</sup> Ed.). New York: Psychology Press.
- Gaur, S.S. (2012) Ohanian's celebrity endorsers' credibility scale: evaluation and validation in the context of an emerging economy, *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 5(2), 152-161.
- Hancock, Ph., Hughes, B., Jagger, E., Paterson, k., Russell, A., Tulle-Winton, E., and Tyler, M. ۲۰، ش ۱۳۹، ص ۱۴۹-۱۶۵.
- قادرزاده، ا؛ قادرزاده، ه. و حسن پناه، ح. (۱۳۹۱). «تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی بر مدیریت بدن زنان»، فصلنامه علمی - پژوهشی زن و جامعه، س ۳، ش ۳، ص ۱۲۵-۱۵۳.
- قبادی، ح؛ کلدی، ع. و مهدوی، م. (۱۳۹۶). «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی‌های زیبایی و مدیریت بدن در بین زنان شهر ایلام»، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ایلام، د ۲۵، ش ۳، ص ۴۴-۵۶.
- کیوان‌آرا، م؛ ربانی، ر. و ژیانپور، م. (۱۳۸۹). «قشریندی اجتماعی و اصلاح بدن»، مطالعات راهبردی زنان، س ۱۲، ش ۴۷، ص ۷۳-۹۸.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۵). *تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- لوپز، خ. و اسکات، ج. (۱۳۸۵) *ساخت نظریه اجتماعی*، ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.
- وبلن، ت. (۱۳۸۶). *نظریه طبقه تن‌آسا*، ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- Adelman., M., and Ruggi, L. (2012) Contemporary sociology and the body, *Federal University of Paraná, Brazil, Sociopedia.isa*, doi: 10.1177/205684601281.
- Bazell, B.A. (2016) *The Wrist, The Neck, and The Waist: Articulations of Female Sexuality in Mid\_Nineteenth Century Culture*. Art Phd Thesis, Department of English, Theatre and Creative Writing, Birkbeck, University of London.
- Berger, E., Yang, L., and Ye, W. (2019) Foot binding in a ming dynasty cemetery near Xian. *China. Int J Paleopathol*, 24, 79-88.
- Bell, B.T., and Dittmar, H. (2011) Does media type matter? The role of identification in adolescent girls' media consumption and the impact of different thin-ideal media on body image. *Sex Roles*, 65(7), 478- 490.
- Blair, L., and Shalmon, M. (2005) Cosmetic surgery and the cultural construction of beauty, *Journal Art Education*, 58(3), 14-18.
- Bryant, S L. (2013) The beauty ideal: The effects of european standards of beauty on black women, *Columbia Social Work Review*, 5(10),

- on advertising effectiveness, *Journal Atlantic Journal of Communication*, 21(3), 164-183.
- Stokes, D., Milton, C., Christopher, F., and Rios, D.I. (2016) Brown beauty: Body image, latinias, and the media, *Journal of Family Strengths*, 16(1), 9-30.  
http://digitalcommons.library.tmc.edu.
- Swami, V., and Furnham, A. (Ed.). (2007). *Body beautiful: Evolutionary and sociocultural perspectives*. New York: Palgrave Macmillan.
- Swart, J.J. (2013) *A systematic review of Phenomenological Research on Obese Adults*, A minor dissertation submitted in partial requirement for the degree of master of arts in clinical psychology in the faculty of humanities, supervisor: Ms Adri Prinsloo, University of Pretoria.
- Theurer, J. (2014) Trapped in their own rings: Padaung women and their fight for traditional freedom. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 2(4), 51-67.
- Tiggemann, M. (2014) The status of media effects on body image research: Commentary on articles in the themed issue on body image and media. *Media Psychology*, 17(10), 127-133.
- Tiggemann, M., Slater, A., Bury, B., Hawkins, K., and Firth, B. (2013) Disclaimer labels on fashion magazine advertisements: Effects on social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 10(1), 45- 53.
- Turner, B.S. (2009) *Social Theory*. United Kingdom: Blackwell.
- Van Manen, M. (2017) But is it phenomenology?, *Qualitative Health Research*, 27(6): 775-779.
- Waskul, D.D., and Vannini, P. (2006) *The Body in Symbolic Interaction*, England: Ashgate.
- Wuttisin, N., Yodped, R., and Kittigowittana, K. (2017) Online survey of slimming products use among the Thais. *J Health Res*, 31(2), 91-99.
- (2000) *The body, culture and society*, Philadelphia: Open University Press Buckingham.
- Fitzsimmons-Craft, E.E., Harney, M.B., Koehler, L.G., Danzi, L.E., Riddell, M.K., and Bardone-Cone, A.M. (2012) Explaining the relation between thin ideal internalization and body dissatisfaction among college women: The roles of social comparison and body surveillance, *Body Image*, 9(1), 43-49.
- Jain, A., Lata, P., Raj Goyal, A., and Khandelwa, S. (2015) Socio-cultural impact of film celebrities on teenagers: An empirical study, *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 11(3), 308-322.
- Lelwica, M. (2006) Gender, power, and the religion of thinnes, *Anthropology of Food, journals.openedition.org*. 13, 25-37.
- Madan, S., Basu, S., Ng, S., and Lim, E.A.C. (2018) Impact of culture on the pursuit of beauty: Evidence from five countries, *Journal of International Marketing*, 26(4), 54-68.
- Lizardo, O. (2012) Habitus-Sociological-sources-and-definitions, University of Notre Dame. (in press).
- Lizardo, O. (2004) The cognitive origins of bourdieu's habitus, *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 34(4), 375-401.
- Paterson, k., Russell, A., Tulle-Winton, E., and Tyler, M. (2018) Impact of culture on the pursuit of beauty: evidence from five countries, *Journal of International Marketing*, 26(4), 54-68.
- Muller, D., Weinmann, W., and Hermanns-Clausen, M. (2009) Chinese slimming capsules containing sibutramine over the interest – A case series. *Deutsches Arzteblatt International*, 106(13), 218-222
- Niemi, J. (2016) *Bound and Unbound Feminnities*. Master Thesis East Asian Studies, Department of World Cultures, University of Helsinki.
- Posavac, H.D., Posavac Steven, S., and Weigel Richard, G. (2001) Reducing the impact of media images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 20(3), 324-340.
- Rogerson, D., Soltani, H., and Copeland, R. (2016) The weight-loss experience: A qualitative exploration, *BMC Public Health*, 16(1), 1-13.
- Schooler, D., and Daniels, E.A. (2014) I am not a skinny toothpick and proud of it: Latina adolescents' ethnic identity and responses to mainstream media images. *Body Image*, 11(1), 8-11.
- Sohn, S.H., and Youn, S. (2013) Does she have to be thin? testing the effects of models' body sizes