



## سبک‌های مدیریت بدن زنان با رویکردهای اجتماعی- فرهنگی (با رویکرد ترکیبی)

بهناز قاضی<sup>۱</sup> - علی رشید پور\*<sup>۲</sup> - آذر قلی زاده<sup>۳</sup> - اسماعیل کاوسی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۳

### چکیده

این پژوهش به منظور تبیین سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی- فرهنگی در بین شهروندان زن در شهر تهران صورت گرفته است. روش تحقیق ترکیبی (مرحله اول کیفی و مرحله دوم کمی) بوده است. در مرحله اول، ۳۵۰ منبع چاپی و دیجیتالی در حوزه سبک زندگی و مدیریت بدن و ظاهرآرایی بانوان با استفاده از روش نمونه گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند برای این تحقیق انتخاب شدند. روش شناسی پژوهش حاضر روش شناسی کیفی (تحلیل محتوا با رویکرد استقرایی) است و از تکنیک فیش‌ها، فرم‌ها و جداول محقق ساخته‌ای و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نظام مقوله‌ای استقرایی استفاده شد. در مرحله دوم، با بهره گیری از روش کمی (توصیفی-پیمایشی) از ۳۸۴ نفر از شهروندان زن در شهر تهران با ابزار پرسشنامه، نظرخواهی به عمل آمد. روش نمونه گیری در این مرحله احتمالی از نوع خوشه‌ای چند مرحله‌ای بوده است. روایی و پایایی در هر دو مرحله مورد بررسی و تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss و AMOS استفاده گردید. یافته‌های به دست آمده، در قالب دو سبک مدیریت بدن (ابزاری شدن و هویت بایی) و تاکید بر تاثیر رویکردهای اجتماعی و فرهنگی بر سبک‌های مدیریت بدن بوده است. البته در رویکرد اجتماعی خود نمایی و در رویکرد فرهنگی بدن به عنوان سرمایه نمادین بیشترین سهم را در سبک مدیریت بدن شهروندان زن در شهر تهران داشته است.

**کلید واژه‌ها:** مدیریت بدن، زمینه فرهنگی، زمینه اجتماعی، شهروندان، ارزش‌ها، خودنمایی، زنان

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

behnaz\_ghazi@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده‌ی مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

alirashidpoor94@gmail.com (نویسنده مسئول)

<sup>۳</sup> دانشیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده‌ی مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

azargholizadeh@yahoo.com

<sup>۴</sup> استادگروه مدیریت فرهنگی، دانشکده‌ی مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

ekavousy@gmail.com

## مقدمه

امروزه مدیریت بدن در حیطه مطالعات مربوط به جامعه‌شناسی بدن قرار دارد. عواملی گوناگون بر مدیریت بدن تأثیرگذار است؛ از قبیل: ورزش، رژیم غذایی، روابط میان فردی، استرس، تأثیرات رسانه‌ها، رشد معنوی و خودشکوفایی، میزان آگاهی که فرد از مفهوم سلامتی دارد و هر فرد در زندگی خود در نظر می‌گیرد. این عوامل میزان اهمیت فرد به بدن خود را مشخص می‌سازد. در این صورت است که بدن، فردی و اختصاصی‌تر می‌شود و هرکس به نوعی سهمی در مدیریت بدن خویش دارد (قربانعلی پور ۱۳۹۳). در جامعه‌شناسی معاصر می‌توان در آثار متأخر پارسونز، به خصوص در تحلیل‌های وی از نمادگرایی مبتنی بر خون، مرگ و تغییر شکل ارگانیسم به وسیله تکنولوژی پزشکی، اشاره‌هایی نمادین به جامعه‌شناسی بدن یافت. مطالعات گافمن با تأکید بر مفهوم مدیریت تصویر، در واقع در پی نشان دادن صورت‌های مختلف کنترل و نظارت بر مجموعه اعضای بدن است. کارهای «بورديو» در کتاب تمایز، که در باب ذوق و سلیقه گروه‌های مختلف نگاشته شده است و بر شیوه‌های مصرفی آن‌ها دقت نموده است، از جمله کارهای انجام شده در باب جامعه‌شناسی بدن است. تحقیقات وی در زمینه طبقه، سلیقه، انواع ذائقه‌ها و مصرف فرهنگی پیوندی مستقیم با مطالعات بدن دارد (سینوت ۱۹۹۳، ۱۹۹۸ و گافمن ۱۹۵۴). فوکو در تحلیل‌های خود در مورد نظارتی که به وسیله دولت، کلیسا و پزشکی به خصوصی‌ترین فعالیت‌های بدنی یعنی امور جنسی انسان اعمال می‌شد، به ایجاد تخصصی جدید در عرصه جامعه‌شناسی به نام جامعه‌شناسی بدن منجر شد. (فوکو ۱۳۸۲). ترنر، با به‌کارگیری انسان‌شناسی فلسفی «داگلاس» در جامعه‌شناسی بدن، توانست در عین پابندی به بدن به منزله «یک شیء زیستی»، «معانی اجتماعی» انضمامی به آن را نیز در مقیاسی وسیع بپذیرد. (فوکو ۱۳۸۲) از این‌رو، بدن انسان‌ها محیط‌هایی طبیعی هستند که افراد با عنوان کارگزاران

بدن در فرایند رشد مدنیت تقریباً نظم می‌یابد و تابوها و بی‌اعتنایی‌های جسمی ساخته می‌شود تا بدن به نظم و قاعده درآید. به طوری که، نظمی که در اجتماع حاکم است در اشکال ریز و کوچک تری بر بدن نیز حاکم است و در حالی که، اجتماع به سوی ایجاد و برساختن هویت‌های منفرد پیش می‌رود افراد نیز می‌کوشند که از محیط اطراف و سایر افراد اجتماع مستقل و جدا باشند و به نظر می‌رسد که بدن نقطه‌ی مناسبی برای اعمال این جدایی‌ها باشد. از این‌رو، در مدرنیته‌ی متأخر با رشد روحیه‌ی مصرف‌گرایی، سبک‌های زندگی متمایزی به وجود آمده است که سهم هر یک از افراد را در مناسبات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... برای رسیدن به اهداف مورد نظر آنان مشخص می‌کند. بر این اساس، همه‌ی افراد در تلاش اند تا سبکی از زندگی را داشته باشند که در برخورداری از منافع فردی و جمعی و در مبادلات اجتماعی از جایگاهی رفیع برخوردار باشند و یکی از ابعاد تحقق چنین جایگاهی در شرایط امروز از طریق بدن و نحوه‌ی مدیریت آن‌ها حاصل می‌شود (گیدنز ۱۳۸۲). در واقع، مدیریت بدن به انواع دست‌کاری‌ها و مداخلات انسان‌ها بر بدن هایشان اطلاق می‌شود که بر اساس آن یا هویت راستین خود را برای دیگران تعریف می‌نمایند و یا از طریق آن هویت دلخواه و نه واقعی خود را به نمایش در می‌آورند. از آنجایی که، این مداخلات بر اساس نوعی تصورات بدنی افراد از خود حاصل می‌شود، از این‌رو مهم‌ترین محرک چنین امری، تصور بدنی منفی و مبتنی بر بی‌رضایتی است که همین احساس نارضایتی آن‌ها را به اشکال مختلف مدیریت بدن از قبیل آرایش، تناسب اندام و... سوق می‌دهد (اینانو، ۱۳۹۵). این که افراد نسبت به ظاهر و بدنشان چه احساسی دارند مساله پیچیده‌ای است که در واکنش به پیام‌های فراوان و متناقضی شکل می‌گیرد که از جامعه دریافت می‌کنند (لی و همکاران ۲۰۱۲).

اخلاقی در آن عمل می‌کنند و موقعیت اخلاقی افراد تابعی از چگونگی «مدیریت بدن» به مثابه مسئولیت فردی است. در استعاره بالا ضمن یک بازخوانی فلسفی می‌توان بدین صورت تفسیر نمود که مفهوم «تجسم»، ارتباط «ذهن» و «بدن» در زندگی انسانی را با بسندگی بیشتر بیان می‌دارد (دین پرست و همکاران ۱۳۹۱). برای زیمل نظام حسی اهمیت بالایی دارد، برای هرگز نظام‌های بدنی تلفیق‌شده با نظام‌های مناسکی با اثر معروفش درباره اولویت دست راست بر چپ و برای موس، موضوع عواطف از یک طرف و موضوع فنون بدنی در روزمرگی از سوی دیگر. این رویکرد سرانجام به نظر لوپروتون در دوران مدرن جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی از نیمه قرن بیستم در نظریات متفکرانی مهم نظیر بوردیو و فوکو و گافمن و غیره تکمیل می‌شود و ما به سوی نگاهی جامع به بدن به مثابه مرکزی برای تمام کنش‌های متقابل می‌رویم که جامعه‌شناسی را نمی‌توان بدون آن‌ها تعریف کرد (لوپز و اسکات ۱۳۸۵). بنابراین جامعه‌شناسی جدید نه فقط به عواطف، حس‌ها، فنون بدنی، روابط مناسک و بدن و بدن‌نمایشی شده، استعلایی، رؤیایی، ایدئولوژیک و غیره توجه دارد، بلکه تلاش می‌کند که رابطه میان بدن بیولوژیک - فرهنگی فردی و «بدن» مفروض اجتماعی را تعیین، تبیین و تحلیل کند (قربانعلی پور ۱۳۹۳).

در یک فرهنگ رقابتی، انسان‌ها ارزش خود را در مقایسه با دیگران می‌سنجند، هر کسی می‌کوشد از همسایگانش پیشی بگیرد (هنسن و رید ۱۳۸۱). به نظر ویلن، در ابتدای پیدایش جوامع مدرن و نظام سرمایه‌داری، مصرف تظاهری، تن‌آسایی چشمگیر و نمایش نمادهای بلندپایگی، وسایلی بودند که انسان‌ها با آن می‌کوشیدند در چشم همسایگان خود برتر جلوه کنند و برای خود ارزش بیشتری قائل شوند. (کوزر و روزنبرگ ۱۳۸۲). از این رو، در جوامعی که تضاد و تفاوت بین لایه‌ها و قشرهای اجتماعی بیشتر است، کسی که لباس شیک‌تر، اتومبیل گران‌تر و رفتارهای

آمرانه‌تر داشته باشد، بیشتر نیز مورد احترام سایرین بوده و نیازهای اجتماعی‌اش راحت‌تر برطرف می‌شود، به همین دلیل افراد لایه‌های پایین و متوسط جامعه سعی دارند که هر چه زودتر از معیارهای ظاهری قشر بالا آگاه شده و بدان عمل نمایند و هر چه را که به ظاهر، آنها را جزء قشر بالا می‌نمایند تهیه کنند، اگر چه بودجه و درآمد آنها کفاف آن را ندهد. این مسأله عامل اصلی گرایش به مدهای گوناگونی به ویژه در حوزه مدیریت بدن است. در حقیقت در زمینه‌های اجتماعی مادی‌گرا، ارزش‌های قشر بالا در بین اقشار دیگر انتشار یافته و مردم با پیروی کورکورانه سعی می‌کنند خود را از نظر مادی بیش از آنچه هستند، نشان دهند و همواره به ظاهر خود برسند. البته در این میان، قشر بالا نیز کوشش می‌کند به سرعت معیارها و ارزش‌های خود را مارک‌دار کند. (رفیع پور ۱۳۷۹).

از سوی دیگر، در جوامع مدرن، نگاه به بدن و جسم انسان دگرگون می‌شود. بدن که همواره و در همه دوران‌ها مورد نظارت و کنترل بوده، کانونی برای قدرت، بازاندیشی و انضباط‌های درونی و بیرونی شده و به ابزاری تبدیل گردیده که فرد توسط آن هویت خویش را مطرح و نمایان می‌سازد. به ویژه به بدن زنان انضباط‌های بیشتری تحمیل می‌شود. بدن زن تبدیل به ایزه‌ای برای تبلیغ مصرف بیشتر می‌شود و زنان موجوداتی مصرفی نمایانده می‌شوند که برای کسب هویت ارزشمند، باید بدنی متناسب با استانداردهای نوین و روحیه‌ای متناسب با تبعیت از مدها و الگوهای مدیریت بدن داشته باشند (دریفوس و رابینو ۱۳۸۲). در این فرهنگ، بدن، نحوه لباس پوشیدن و خودآرایی و حتی نحوه سخن گفتن و ژست‌ها همگی نشان دهنده هویت افراد می‌شود. با این وضعیت، چنانچه فرد حس کند رفتارها و ژست‌هایش تصنعی، نمایشی و مغایر با «خود واقعی» اوست، دچار بحران هویت می‌شود و حس می‌کند بیشتر امور روزمره را نه به خاطر دلایل معتبر و ارزشمند از نظر خودش، بلکه صرفاً بنا به

وظیفه یا مصلحت انجام می‌دهد. این وضعیت به هویت کاذب می‌انجامد و فرد را دچار بحران هویت و اضطراب می‌سازد و چنانچه تداوم یابد، فرد دیگر نمی‌تواند به پرسش‌هایی مانند من کیستم؟ به کجا تعلق دارم؟ و... پاسخ‌هایی مناسب بدهد (ترنر ۱۳۸۱: ۶۷).

مطالعات اجتماعی و فرهنگی بدن را عرصه‌ای جدی برای نظریه پردازی و مطالعات تجربی ساخته است با افزایش اهمیت خود که از محصولات جامعه مدرن است بدن به عنوان واضح ترین و آشکارترین حامل خود، جایگاه خاصی پیدا کرده است که توجه مجدد به بدن و رواج آن در متون جامعه شناسی دو دهه‌ی اخیر مباحث گسترده‌ای را حول محور موضوعاتی نظیر هویت، مصرف، سبک زندگی و زیبایی در نظریه پردازی‌های اجتماعی برانگیخته است و الگوهای دخیل در مدیریت بدن را همچون سایر حوزه‌های زندگی آدمی تحت سلطه قرار داده است که می‌توان از جامعه‌ی بدنی (ترنر، ۱۹۹۴) و یا عصر بدن سخن گفت (ذکایی ۱۳۸۶: ۱۲).

در ایران طی چند دهه اخیر تناسب اندام و مدیریت بدن به عنوان معیار زیبایی اندام مورد توجه زنان و دختران قرار گرفته است. این حوزه مطالعاتی، حوزه‌ای پرمدعا و پر ازدحام بوده و موضوع انواع بحران‌ها و تضادهای سیاسی درون نسلی و بین نسلی واقع شده است و در مرز مشترک بسیاری از گفتمان‌های دانشگاهی و غیردانشگاهی قرار دارد. به همین دلیل، تحقیق و طرح دیدگاه کارشناسی در این زمینه، هم در محافل دانشگاهی و هم غیردانشگاهی همواره نوعی تابو محسوب شده است. در مورد کلیت و تمامی مؤلفه‌های این حوزه مطالعاتی در ایران، کنکاش نشده و بیشتر در قالب یکی از این مؤلفه‌ها یعنی موضوع حجاب و بد حجابی یا مد و مدگرایی مطالعه شده است. البته تعداد چنین مطالعاتی در ایران، بسیار اندک است و حتی در همین تعداد اندک نیز، کمتر از چارچوب‌های علمی جامعه‌شناسی یا مطالعات فرهنگی بهره برده‌اند.

با بررسی پیشینه تجربی در ایران، می‌توان دریافت طی چند دهه اخیر مطالعاتی به طور مستقیم یا غیر مستقیم در حوزه مدیریت بدن صورت گرفته است. نظیر اباذری و حمیدی (۱۳۷۸)، احمدنیا (۱۳۸۰)، آزادارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، اخلاصی و فاتحی (۱۳۸۶)، ذکایی و فرزانه (۱۳۸۸)، موحد و همکاران (۱۳۸۸)، ابراهیمی و بهنوئی گونه (۱۳۸۹)، خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۰)، مهدوی و باسی اسفجیری (۱۳۹۳)، اما آنچه در این مطالعات مشاهده گردیده است، وجود خلأهای مطالعاتی در حوزه جامعه شناسی، علوم اجتماعی و فرهنگی است. اغلب این پژوهش‌ها به بررسی سبک زندگی، گرایش زنان نسبت به مدیریت بدن، فرهنگ بدن و جراحی‌های زیبایی پرداخته‌اند. لیکن تعداد انگشت شماری به سبک‌های مدیریت بدن بانوان با رویکرد اجتماعی و فرهنگی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه پرداخته‌اند. از این رو، محدودیت اطلاعات در مورد مدیریت بدن و وضعیت ظاهر زنان در کشورهای در حال توسعه، به ویژه در کشور ما که به هنجارهای اسلامی توجه ویژه شده، احساس می‌شود. از این رو، پژوهش حاضر از نوع مرور ادبیات و متون با هدف کمک به ارائه الگوی در زمینه مدیریت بدن بانوان با رویکردهای اجتماعی- فرهنگی در ایران است. بدیهی است، نتایج این پژوهش می‌تواند مبانی نظری و رویکردهای لازم را برای مطالعات دقیق تر و جزئی‌تر در آینده، فراهم آورد. هم چنین در حوزه روش شناسی، برخی از این مطالعات به روش‌های کیفی و برخی به روش‌های کمی صورت گرفته است و تعداد محدودی از روش ترکیبی بهره گرفته‌اند. اما آنچه در این مطالعه حائز اهمیت است، بهره‌گیری از روش ترکیبی است.

علی‌رغم تأکیدات مسئولین در خصوص بررسی مدیریت بدن بانوان، هنوز به اندازه کافی تلاش‌های زیادی در این رابطه صورت پذیرفته است. بنابراین ارایه الگوی مدیریت بدن بانوان با رویکرد اجتماعی-

فرهنگی بسیار حائز اهمیت خواهد بود. به علاوه، انجام این پژوهش می‌تواند از حیث نظری دارای اهمیت باشد زیرا به تولید ادبیات در مدیریت بدن بانوان منتهی خواهد شد. موضوع بررسی مدیریت بدن بانوان در حوزه‌ی نظری می‌تواند به عنوان یک مسأله‌ی مهم مطرح گردیده و قطعاً در این حوزه تضارب آرا بین اندیشمندان وجود دارد. زیرا در شیوه‌های مدیریت بدن بانوان در بین اندیشمندان اختلاف نظر وجود داشته و این امر می‌تواند بر چالشی بودن موضوع بیافزاید. هم چنین، انجام این پژوهش از نظر عملی نیز می‌تواند اولاً منجر به شناسایی سبک‌های مدیریت بدن زنان و سپس رفع مشکلات موجود جامعه در بعد مدیریت بدن بانوان گردد و توفیقاتی را در این زمینه عاید کشور نماید. البته جدا از کمک‌های علمی، هر پژوهشی که انجام می‌شود، می‌تواند کمک‌های شایانی به جامعه بنماید و در بخشی از نظام اجتماعی به کار آید و پاسخی کاربردی به مشکلات موجود باشد. نیاز جامعه به انجام تحقیقاتی از این دست بسیار بالا می‌باشد چراکه مدیریت بدن بانوان دارای جایگاه رفیعی در جامعه بوده و انجام این تحقیقات می‌تواند منجر به ایجاد تحول در مدیریت بدن بانوان شود. بنابراین مدیریت بدن باید به عنوان یک مسئله‌ی اجتماعی - فرهنگی مهم مورد بررسی و توجه قرار گیرد. در همین راستا پژوهش حاضر در پی شناسایی سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی-فرهنگی در بین شهروندان شهر تهران است.

### چارچوب مفهومی

در روش پژوهش کیفی به جای استفاده از چارچوب نظری، از چارچوب مفهومی برای تدوین سوال‌های پژوهش استفاده شده است. در این پژوهش از رویکرد جامعه شناسی تفسیری استفاده گردید. رویکرد تفسیری بر آن است که با توجه به خلاق بودن ماهیت انسان و نیز سیال بودن واقعیت اجتماعی نمی

توان مسیر و روش خاصی برای درک واقعیت و یا ایجاد تغییر در آن پیشنهاد کرد (محمدپور ۱۳۹۰: ۲۳). در پژوهش کمی در رویکرد فرهنگی، صاحب نظران بر فرهنگ مصرف تاکید دارند و معتقدند که فرهنگ مصرفی تفکر خود کنترلی بدن را در بین مردم رواج می‌دهد و آن‌ها را تشویق می‌کند تا با استفاده از استراتژی ابزاری به مراقبت از بدن خود بپردازند. اما، پیام‌های مصرف گرایی بیش از هر گروهی زنان را مخاطب می‌سازد. این پیام‌ها به تغییر بوداریار رابطه‌ی زنان را با خودشان براساس مصرف شکل می‌دهند و از آن‌ها خواسته می‌شود به فکر زیبایی، جذابیت و... باشند، یعنی مدلی زنانه پیدا کنند (مشیرزاده ۱۳۸۳). صاحب نظران این دیدگاه معتقدند که رسانه‌ها به طور عام و تبلیغات به طور خاص بدن‌های گزینش شده را به تمایش در می‌آورند و این پیام‌ها ممکن است سبب پیروی افراد از این مدها و یا تقلید کردن را برای آن‌ها به همراه داشته باشد. به طوری که، فدرستون تصور بدن زیبا را با مسائلی از قبیل سکسوالیته، لذت گرایی، اوقات فراغت و نمایش و تاکید بر اهمیت چهره همراه می‌داند (فدرستون ۱۹۹۱: ۲۳)

رویکرد اجتماعی، بدن را نتیجه‌ی نیروهای اجتماعی می‌انگارد و بر این باور استوار است که بدن توسط جامعه شکل داده، متحمل فشار و حتی ایجاد و ساخته می‌شود. پیروان این رهیافت معتقدند که فیزیک بدن و وجود زیستی آن باید در ارتباط با دیگر واحدهای تحلیل (نژاد، جنسیت، فرهنگ، جهت گیری جنسی، سن، بیماری و ناتوانی) ملاحظه شود (شیلینگ، ۲۰۰۳). این رهیافت خود شامل دامنه‌ای از دیدگاه‌های گوناگون است. اعتقاد به اینکه بدن حامل ویژگی‌ها و معانی جامعه است و مرزهایی که تفاوت بدنی بین گروه‌های مردم را مشخص می‌دارد به صورت اجتماعی ایجاد شده است. به عنوان وجه اشتراک این دیدگاه‌ها محسوب می‌شود. هم چنین، بر این نکته اتفاق نظر دارند که نیروها و فشارهای اجتماعی را مشخص و

چگونگی تأثیر آن را بر بدن روشن سازند. از جمله کسانی که در این رویکرد به نظریه پردازی پرداخته‌اند، در این مطالعه می‌توان به نظریه‌های گافمن، ترنر و گیدنز اشاره کرد.

گافمن ضمن استفاده از مفهوم خود تا اندازه‌ی زیادی به بدن اشاره دارد. از دید او عاملان بدنی یا جسمی نیز رأی جمع‌کن‌هایی هستند که با توسل به همه‌ی روش‌های علامت‌دهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی معرف‌های تجسدیافته‌ی منش و منزلت‌اند که می‌توانند توسط دیگر کنشگران تفسیر شوند (لوپز و اسکات ۱۳۸۵). وی معتقد است، ظاهر برای خود شخص و برای دیگران قابل رویت و نمایش است می‌توان به عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کار گرفته شود و در نتیجه بدن نه تنها (فقط) موجودیتی ساده بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال برونی است و حالات چهره و حرارت بدن محتوای اسامی و نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما مشروط به آنهاست و برای آن که بتوانیم با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی و هویت شخصی خود شریک شویم باید بتوانیم نظرات مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم. (آزاد ارمکی و غراب ۱۳۷۸) و البته جنبه‌ای از خود را نشان دهیم که مورد قبول و پذیرش دیگران باشد.

ترنر مسئله نظم را برای هر مسئله اجتماعی اساسی ترین مسئله می‌داند و لذا متمرکز شد بر اینکه چگونه نظم جامعه‌ای خاص از طریق انضباط بدن به وجود آمده است. بر اساس چنین بحثی او یک تیپولوژی را تنظیم کرد که به چهار نوع ایده‌ال منتج شده است: باز تولید، ریاضت کشی، نظارت و بازنمایی. ترنر بر این عقیده است که این چهار نوع موجب انضباط بدن و لذا نظم جامعه شده است (هانسون ۲۰۰۲). وی علاقمند به نشان دادن اهمیت بدن از دیدگاه جامعه جسمانی را برای توصیف این ابداع کرده که چطور شده

است و معتقد است که علایق عرضه کنندگی با افزایش سودمندی بدن در نظام سرمایه داری همراه شده است وی علاقمند به نشان دادن اهمیت بدن از دیدگاه جامعه است و ابعاد چهار گانه نظم بدنی را در تمام جوامع مشخص می‌کند. باز تولید و تنظیم جمعیت بازنمایی بدنها در فضای اجتماعی و مهار و کنترل درونی او معتقد است که باز تولید (همانند سازی تکرار و بازساخت ارمانها و ارزشهای جامعه) پدیده‌ای تنظیم شده به صورت اجتماعی است منظور از بازنمایی آفرینش و ارائه خود اجتماعی به صورت درونی و ذاتی مرتبط با منزلت اجتماعی و مصرف‌گرایی است (ترنر ۱۹۹۶). ترنر براین عقیده است که این چهار جمله موجب انضباط بدن و لذا نظم جامعه شده است (هانسون ۲۰۰۲: ۱۱۵).

گیدنز معتقد است بدن فقط نوعی موجودیت ساده نیست بلکه به عنوان وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای برونی استفاده می‌شود، او نیز مانند گافمن معتقد است که بیشتر مردم چنان در پیکرهایشان جذب شده‌اند که خود و پیکر خویش را یکی می‌دانند، بدن همچون ابزار یا شیء به نظر می‌آید که خود از پشت صحنه آن را به بازی می‌گیرد، رهایی از قید بدن یا شاید ادغام کامل خود و بدن در یکدیگر به صورت جذبه‌های روحانی یکی از آرمان‌های مشترک ادیان جهانی است و از دیدگاه آنها واقعه‌ای مثبت تلقی می‌شود. روشن است که بدن فقط وسیله‌ای برای کنش و واکنش نیست، بلکه بدن آدمی دستگاهی طبیعی است که صاحبش باید به دقت از آن مراقبت کند که یکی از این اشکال نگهداری و مراقبت رژیم‌های غذایی است. رژیم‌ها همیشه از نوعی سازماندهی اجتماعی و فرهنگی نیز پیروی می‌کنند، این که رژیم‌های غذایی برای بزرگسالان تا چه حد استاندارد شده، به ماهیت هر فرهنگ معین بستگی دارد. همین امر در مورد رفتار جنسی نیز صدق می‌کند، پوشاک تابعی از نوعی رژیم است، لباس آشکارا

این که هر کدام از زاویه‌ای به تبیین این فرایند توجه کرده اند. برخی درصد بودند تا مفهوم مدیریت بدن را به صورت کلی مورد بررسی قرار دهند، برخی تلاش کرده اند تا مدیریت بدن را با توجه به محیط اجتماعی یا فرهنگی افراد در زندگی بررسی کنند. با توجه به ادبیات نظری و پژوهش پیش رو، در صدد است تا با مبنا قرار دادن نظریه گافمن، ترنر و گیدنز به بررسی سبک‌های مدیریت بدن با رویکرد اجتماعی و فرهنگی شهروندان زن در شهر تهران بپردازد.

### روش شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش ترکیبی (در مرحله اول با رویکرد کیفی و در مرحله دوم با رویکرد کمی) استفاده شده است. در مرحله اول پژوهش از روش کیفی استفاده شد. ارزیابی کردن ساخت معنا، فهم جزئیات زندگی مردم یا چارچوب‌های مرجع و بازتاب نقش پژوهش گر در خلق داده از هدف‌های پژوهش کیفی است. رویه پژوهش کیفی اغلب به عنوان رویه‌ای انعطاف پذیر، تکراری، طبیعت گرا و نیز به عنوان نتیجه توصیف ضخیم در باره روش‌هایی که داده‌ها

وسیله‌ای برای عرضه‌ی نمادین خویشتن است. رژیم‌ها بر اساس اصل خشنودسازی و یا محروم‌سازی استوار هستند و به این ترتیب کانونی برای انرژی‌های انگیزشی محسوب می‌گردند. (کسل ۱۳۸۱). رژیم‌های ویژه‌ی بدنسازی و توجه به آراستگی و نظافت جسم طی دوره‌ی اخیر تجدد بدن را در برابر گرایش‌های بازتابی مداوم، خاصه در شرایطی که کثرت انتخاب وجود داشته باشد، تأثیرپذیر ساخته است. هم برنامه‌ریزی و تنظیم زندگی و هم پدید آمدن گزینه‌هایی که برای انتخاب شیوه‌ی زندگی با رژیم‌های غذایی در آمیخته‌اند، کاملاً کوتاه‌بینانه خواهد بود، اگر این پدیده فقط به‌عنوان تغییر الگوهای آرمانی ظواهر جسمانی یا فقط به عنوان تأثیرات بازتابی تبلیغات تجاری تفسیر و تحلیل شود، واقعیت این است ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه‌ی سنتی بیشتر فاصله گرفته باشد فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کند (کیویستو، ۱۳۸۳).

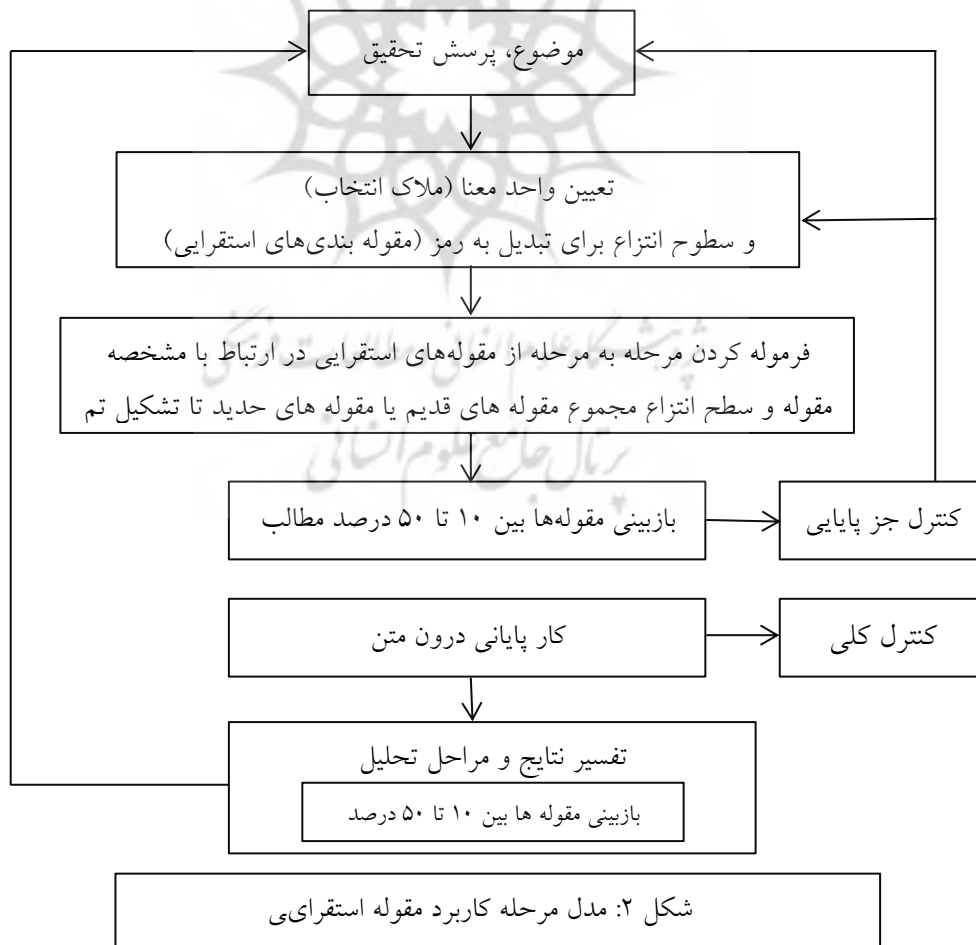
همان طور که ملاحظه می‌گردد، اندیشمندانی در خصوص مدیریت بدن قلم سرایی کرده و به ارائه دیدگاه‌های خود پرداخته اند، اما آنچه مشاهده می‌شود



شکل ۱: مدل نظری پژوهش

مدیریت بدن و ظاهرآرایی بانوان مورد بررسی قرار گرفت و با استفاده از روش نمونه گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند نمونه‌ها برای این تحقیق انتخاب شد. به طوری که ابتدا متون مرتبط با هدف اصلی پژوهش انتخاب شدند، در مرحله اول متون مورد مطالعه قرار گرفت و جملات و پاراگراف‌های مرتبط با سوال‌های پژوهش انتخاب گردید. در مرحله دوم مفاهیم مرتبط با موضوع از هر پاراگراف استخراج شد و در مرحله سوم مفاهیم استخراج شده در دسته‌های هم مفهوم قرار گرفتند. در مرحله چهارم برای دسته‌های هم مفهوم، نام و عنوان مناسب که بیانگر تم اصلی پژوهش است، تبیین شد. نتایج این مطالعات منجر به استخراج ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های علل و چگونگی مدیریت بدن زنان و ارائه شد. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات با

خلق می‌شوند، منعطف است (لوبروتون ۱۳۹۲: ۸). در این مرحله با توجه به هدف‌ها و سوال‌های پژوهشی کیفی و از نوع تحلیل محتوا با نظام مقوله استقرایی استفاده گردید. لذا در این تحقیق از روش کیفی از نوع تحلیل محتوا با نظام مقوله استقرایی استفاده شده است. شیوه گردآوری داده‌ها، فیش‌ها، فرم‌ها و جداول محقق ساخته‌ای هستند که جهت ثبت تم، مقوله‌ها و ابعاد مدیریت بدن با رویکرد ظاهرآرایی بانوان از آنها استفاده شده است. این ابزارها فرم استاندارد خاصی ندارد و در هر مورد مطابق نیاز تهیه گردید. نمونه پژوهش در این مرحله شامل حدود ۳۵۰ کتب، و مقالات و منابع موجود در کتابخانه چاپی (کتابخانه دانشگاه اصفهان، کتابخانه دانشگاه الزهرا، کتابخانه دانشگاه خوراسگان و مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران در تهران) و الکترونیک (سایت‌ها و پایگاه‌های اطلاعات علمی معتبر) در حوزه سبک زندگی و





استفاده از نظام مقوله‌ای استقرایی بود. مقوله بندی مطالب در تحلیل محتوای استقرایی بدون در نظر داشتن هیچ پیشینه تئوریکی، هم زمان با مطالعه متن آغاز می‌شود. با توجه به موضوع، مرحله به مرحله به تعیین واحد معنا و فشرده سازی آن پرداخته شد و در صورت وجود زمینه‌ای مشترک، مفاهیم ادغام شد تا مقوله‌ها تعیین گردند و سپس مفهوم کلی که حاصل جمع بندی این مقوله هاست (تم) حاصل می‌آید. برای حفظ پایایی، بازبینی مطالب در دو مرحله، یکی پس از این که بین ۱۰-۵۰ درصد مقوله بندی‌ها تکمیل شد و دیگری در پایان کار صورت پذیرفت.

در این پژوهش از معیار زاویه بندی روش شناختی درون روشی استفاده شد. در زاویه بندی درون روشی برای سنجش یک پدیده از دو یا چند روش/ابزار استفاده می‌شود. با توجه به موضوع پژوهش از کتاب‌ها، مقاله‌ها، منابع دیجیتالی و مصاحبه‌های نیم ساخت یافته موجود در مقالات، و گزارش‌های مبتنی بر ثبت مشاهدات، (مشاهده مستقیم و مشارکتی) استفاده شد. علاوه بر آن، در کنار این موارد، نکات مهم یادداشت شد. گاهی برحسب ضرورت با کارشناسان مشورت شد و در صورت وجود تناقض، صحت آزمایی گردید. هم چنین تفکر مکرر در باره موضوع، یادداشت منظم، روند کار و داده‌ها، چک کردن داده‌ها توسط پژوهش گر و کارشناسان (استاد راهنما و مشاوران) تحلیل موارد متضاد، صرف وقت و زمان کافی در میدان و توصیف دقیق و جزئی در ارائه نتایج از دیگر روش‌های اعتباریابی از نظر سیلورمن ۲۰۰۵ است که در این پژوهش استفاده شد. گردآوری و تحلیل همزمان داده‌ها، از دیگر روش‌های اعتباریابی است که از آن نیز استفاده گردید. گردآوری و تحلیل همزمان داده‌ها، به معنای تعامل متقابل بین آنچه دانسته می‌شود و آنچه باید دانسته شود. تعامل رفت و برگشتی بین داده‌ها و تحلیل، جوهر دستیابی به روایی و پایایی است (دانایی فرد ۱۳۸۷: ۶۹).

همان طور که بیان گردید، مرحله دومین تحقیق از رویکرد کمی (توصیفی-پیمایشی) بهره برده است. استفاده از رویکرد کمی در این مرحله، ناشی از دستیابی به دیدگاه شهروندان زن در شهر تهران نسبت به سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی-فرهنگی بوده است. هدف آن ایجاد روابط کمی از ارتباط اساسی بین مشاهدات تجربی و عبارت ریاضی است و با استفاده از آمار، داده‌ها تجزیه و تحلیل می‌گردد (ایمان ۱۳۹۱). با توجه به اینکه در مرحله اول پژوهش، با بهره گیری از روش تحلیل محتوا با رویکرد استقرایی سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی و فرهنگی شناسایی گردید، در مرحله دوم روابط بین این سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی-فرهنگی در قالب معادلات ساختاری بررسی گردید هم چنین با توجه به دسته‌بندی روش‌های تحقیق کمی، این پژوهش از نظر هدف کاربردی و با توجه به ماهیت داده‌ها پیمایشی است. روش پیمایشی روشی است که طی آن پژوهش‌گر به مطالعه دیدگاه شهروندان زن در شهر تهران نسبت به سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی-فرهنگی پرداخته است. هم چنین از آنجا که پژوهشگر به طور مستقیم اقدام به جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه از گروهی از افراد جامعه آماری کرده، از این‌رو، روش تحقیق این مطالعه، پیمایشی است. از سوی دیگر، از آنجا که این مطالعه در محیط طبیعی و بدون دستکاری و کنترل آزمایشی صورت گرفته، توصیفی است. در نهایت، پژوهش‌گر با مقایسه نتایج در مرحله اول و دوم تحقیق به فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و تلفیق رویکردهای کمی و کیفی (روش ترکیبی) در بسیاری از مراحل فرایند پژوهشی جهت داده است. جامعه آماری در مرحله دوم پژوهش، شهروندان زن بالای ۱۸ سال تهرانی در سال ۱۳۹۷ تشکیل می‌دهند. برای انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه در مرحله دوم پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده گردید. به طوری شهر تهران به ۵ قسمت (شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز) تقسیم گردید و سپس از هر یک از قسمت‌ها یک منطقه و از هر منطقه یک ناحیه و از هر ناحیه یک

محلله به شیوه قرعه‌کشی انتخاب گردید. در مرحله انتخاب نمونه‌ها نیز پژوهشگر مجبور گردید، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده کند. از آنجا که آمار دقیقی از جامعه آماری (شهروندان زن ساکن در شهر تهران) در دسترس نبوده است. از این رو، برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران (۱۹۶۳) استفاده گردید. بر اساس نتایج به دست آمده، تعداد ۳۸۴ نفر از شهروندان زن انتخاب شدند.

متخصصان مورد بررسی قرار گرفت. بدین منظور پرسشنامه‌ها به ۵ تن از اساتید و صاحب نظران منتخب ارائه شد. برای اعتبار محتوای ابزار اندازه‌گیری از فرمول اس اچ لاوشه، مورد سنجش قرار گرفت و نتایج نشان داد، این ابزار از اعتبار محتوای (۰.۹۳) قابل قبولی برخوردار بوده است. به علاوه، با توجه به تحلیل عامل اکتشافی، اعتبار عاملی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. برای پایایی ابزار اندازه‌گیری از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید، نتایج نشان داد، گویه‌ها از همبستگی درونی قابل قبولی (۰.۹۱) برخوردار بوده است. جزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌های این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS23 و Amos Graphics با سطح اطمینان ۹۵ درصد استفاده شد.

#### یافته‌های پژوهش

در مرحله اول پژوهش، از خلال ۳۵۰ منابع دیجیتال و چاپی منتخب، در قالب مضامین اصلی و مولفه‌ها در ۴ بعد اصلی، ۱۲ مولفه و ۱۰۰ گویه حاصل گردید. ۴ مقوله محوری شامل هویت یابی، ابزاری شدن، زمینه فرهنگی، زمینه اجتماعی، است. با توجه به نتایج می‌توان به زیر مقوله‌های رسانه، باورها و بایدها و نبایدها و بدن به عنوان سرمایه نمادین در رابطه با مقوله زمینه فرهنگی، زیر مقوله‌های خانواده، جامعه به مانند صحنه تئاتر و خود نمایشی در رابطه با مقوله زمینه اجتماعی، زیر مقوله‌های هویت جنسیتی، هویت قومی و هویت طبقاتی در رابطه با مقوله هویت یابی، زیر مقوله‌های کسب شغل، کسب زیبایی و همنوایی در رابطه با مقوله ابزاری شدن در مدیریت بدن است.

میزان اشتباه مجاز = ۰.۰۵  
 P نسبت برآورده شده از وجود صفت یا ویژگی در جامعه = ۰.۰۵  
 q عدم وجود صفت یا ویژگی = ۰.۰۵  
 مقدار Z در سطح اطمینان ۹۵٪ = ۱.۹۶

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384$$

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این مرحله از تحقیق، پرسشنامه‌ای محقق ساخته بوده است. پرسشنامه حاوی دو بخش است. بخش اول پرسشنامه شامل مقدمه و کلیات بوده است. در بخش اول پرسشنامه به بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه نمونه (سن، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال) و در بخش دوم پرسشنامه گویه‌ها از کمترین تأثیر (۱ امتیاز) تا بیشترین تأثیر (۷ امتیاز) اخذ گردید. در این طیف، عدد ۱ بیانگر کمترین تأثیر و عدد ۷ نشان دهنده بیشترین تأثیر رویکرد مورد نظر بوده است. در بررسی روایی محتوایی به روش کمی، از ضریب نسبی روایی محتوای (CVR) استفاده شده است. روایی محتوای پرسشنامه‌ها توسط

جدول ۱: مفاهیم، مقوله‌های عمده و مقوله هسته‌ای استخراج شده از داده‌های کیفی

تم اصلی	مقوله	زیرمقوله
زمینه فرهنگی	رسانه	آموزش در رسانه، تمایز داشتن، ویژگی‌های زن بودن، زیابودگی ایجاد جامعه توده وار
	باورها و بایدها و نبایدها	شکل‌گیری عقاید و باورهای رایج رفتارهای بدنی، اهمیت یافتن تبدیل جامعه به صحنه تئاتر، اهمیت یافتن دیگری مهم، اهمیت یافتن خود نمایی، و نقش در نحوه بروز رفتارهای بدنی
	بدن به عنوان سرمایه نمادین	مطابقت با شرایط و موقعیت‌های فرهنگی، بروز رفتارهای بدنی مختلف، دستیابی به هویت دلخواه (خود بهتر)
زمینه اجتماعی	خانواده	انتقال رفتارهای بدنی به ویژه هویتی از سوی خانواده-والدین، برجسته سازی هویت طبقاتی از سوی خانواده، انتقال آموزه‌ها از سوی خانواده-والدین و انتقال عقاید و باورها از سوی خانواده -والدین و تعریف زیباشناختی از سوی خانواده
	جامعه به مانند صحنه تئاتر	نقش‌های اجتماعی کنشگران در جامعه، نمایش خود بهتر و پذیرفته شده، استفاده از وسایل و امکانات، دستیابی به توجهات بیشتر و تمجیدهای دیگران
	خودنمایی	توجه به مخاطبان اجتماع و نظرات آنان، اهمیت به جسمانیت، تعامل با کنشگران دیگران، ارائه هر چه زیباتر و بهتر خود
ابزاری شدن	کسب شغل	معناهای (اهداف) رفتاری اقتصادی کنشگران، رفتارهای بدنی (اقتصادی) کنشگران، تبدیل سرمایه جسمانی به سرمایه اقتصادی
	کسب زیبایی	لگوهای رفتاری فیزیکی و جسمانیت افراد، دستیابی به الگوهای رفتاری فیزیکی و معناها و ترجیحات مبتنی بر انگیزه‌های شخصی
	همنوایی	توجه به مخاطبان رفتاری، توجه به معناها و رفتارهای اجتماعی، توجه به موقعیتهای بروز رفتارهای بدنی خاص، اهمیت به عقاید و باورهای خانوادگی، بروز رفتارهای بدنی خاص در میان کنشگران، کسب اعتماد به نفس، شکل‌گیری بدن‌های مصرفی
هویت یابی	هویت جنسیتی	نقش زنانگی و مردانگی، انتظارات جامعه به عنوان یک زن، شکل‌گیری تفکرات خاص، کسب هویت، کسب قدرت
	هویت قومی	باورها و اعتقادات قومی زنان، رفتارهای بدنی خاص قومی، انسجام و وحدت در رفتارهای بدنی قومی
	هویت طبقاتی	باورها و اعتقادات طبقاتی زنان، رفتارهای بدنی خاص طبقاتی، نوع توجه به بدن، میزان توجه به بدن

ویژگی‌های فرد زیبا مورد توجه قرار می‌دهند و در به وجود آمدن مشخصه‌های رفتاری خاصی در نزد کنشگران نقش دارند. هم چنین، زیرمقوله باورها و بایدها و نبایدها نیز در بعد زمینه فرهنگی مدیریت بدن حائز اهمیت است. به طوری باورهای و بایدها و نبایدهای ناشی از ساختار خانواده یا فشارهای اجتماعی منجر به بروز مشخصه‌های رفتاری خاصی را در میان این کنشگران به همراه دارد. یعنی به گونه‌ای بدن و شکل ظاهری در این سبک چنان اهمیت می‌یابد که به اشکال مختلف مورد دست کاری قرار می‌گیرد. زیر مقوله دیگری که در این بعد مطرح می‌گردد، بدن به عنوان سرمایه نمادین است. در این زیر مقوله، زنان و دختران در این الگوی رفتاری می‌خواهند از طریق بدن

با توجه به نتایج به دست آمده، یکی از ابعاد در این مطالعه زمینه فرهنگی است. زمینه فرهنگی با سه مقوله‌های رسانه، باورها و بایدها و نبایدها، بدن به عنوان سرمایه نمادین است. رسانه‌ها نیز از جمله اموری هستند که با شکل‌گیری هویت اجتماعی و با پیام‌ها و معناهای شکل گرفته در متن اجتماع ارتباط تنگاتنگی داشته باشد. رسانه از طریق تبلیغات و یا از قالب داستان‌ها، قصه‌ها، فیلم و... و برجسته کردن معناها، ذهنیات مخاطبان را تحت استیلای خود در می‌آورند و کلیشه‌های مدیریت بدن را به آن‌ها منتقل می‌کنند. از این رو، با نمایش تصاویر بدن‌ها در قالب بازیگران، و متمرکز شدن بر ایده آل‌ها و تبلیغ الگوهای، ذهنیات مخاطبان را در رابطه با معیارها و

بعد دیگر استخراج شده، ابزاری شدن با سه مقوله کسب شغل، کسب زیبایی و همنوایی است. در رابطه با مقوله کسب شغل، نتایج نشان داد، زمینه‌هایی که شکل‌گیری باورهای خاصی را برای کنشگران می‌تواند فراهم کند، شغل است. از این جهت که ورود به برخی از مشاغل خاص منجر به شکل‌گیری نوع خاصی از معناها و باورها و بروز رفتارهای بدنی مشخصی می‌شود. حتی حمل این معناها و باورها یعنی کسب سود و جذب مشتری، اهمیت داشتن اموری از قبیل مشاغل را برای زنان می‌توانند به همراه داشته باشند. مقوله‌ی دیگر، کسب زیبایی است. آنچه در این سبک می‌گنجد، مشتمل بر الگوهای رفتاری زنان و دخترانی است که جنبه‌ی فیزیکی و جسمانیت بدن در آن بسیار حائز اهمیت است. دست‌یابی به زیبایی چهره، تناسب اندام و... از جمله ویژگی‌های چنین هدفی است که به گونه‌ای بر رفتارهای بدنی زنان نیز منعکس شده و آن‌ها را وادار به کاربرد استراتژی‌هایی از قبیل انواع وسایل آرایش، انواع جراحی زیبایی، لیپوساکشن‌ها و باشگاه‌های تناسب اندام کرده است. گاه نیز زنان و دختران دلیل رفتارها و انگیزه‌ی رفتاری خود در محیط‌های عمومی را همنوایی با دیگران و یکی بودن با دیگران می‌دانند. شعار این افراد چنین است، «خواهی نشوی رسوا، هم‌رنگ جماعت شو». در این سبک این گونه از افراد به نوعی از جبر اجتماعی، جبری ناشی از محیط و در برخورد با دیگران اشاره می‌کنند. در حقیقت، مدیریت بدن به مانند نوعی پیروی از نظم حاکم در محیط‌های اجتماعی و هنجارهای موجود در آن محیط است. به عبارت دیگر، در این سبک بدن مدام مطابق با شرایط و موقعیت‌های مختلف وفق می‌یابد. بدنی که از حوزه‌ی اختیار انسان خارج می‌شود و تحت تاثیر جبر اجتماعی قرار می‌گیرد.

یکی از ابعادی که در این مطالعه به دست آمد، هویت‌یابی است. بدن در چنین سبکی قادر است،

هایشان در برقراری روابط اجتماعی، کسب اعتماد به نفس و از مزایای اجتماعی بیشتر و... برخوردار شوند. بعد دیگری که در این مطالعه استخراج گردید، زمینه اجتماعی است که دربردارنده سه مقوله خانواده، جامعه به مانند صحنه تئاتر و خودنمایی است. به سخن دیگر، می‌توان به نقشی که خانواده‌ها و عقاید آنه از قالب قومیت‌ها بر رفتارهای زنان دارند، اشاره کرد. از جمله‌ی آن می‌توان به اهمیت مسئله‌ی پدرسالاری و نظارتی که از سوی جنس مرد بر رفتارهای کنشگران جنس زن است، اشاره کرد. بنابراین می‌توان گفت، زمینه‌ی اصلی رفتارهای کنشگران در این سبک، خانواده است. در واقع آنچه زنان و دختران در رفتارها و به ویژه رفتارهای بدنی مورد بروز قرار می‌دهند، اعتقادات آن‌ها بر اساس میزان رسوخ اعتقادات والدینشان است. برای مثال زمانی که خانواده به زیبایی جسمی یا باطنی توجه داشته باشد، از طریق انتقال آموزه‌هایش می‌تواند فرد (زنان و دختران) را متوجه یکی از این ابعاد کند. اطلاق جامعه به صحنه تئاتر گوئی آن است که همه‌ی کنشگران در جامعه نقش‌های اجتماعی را بر عهده دارند و به دنبال آن هستند تا نقش خود را به بهترین شکل ایفا کنند و خود بهتر و پذیرفته شده تری را به نمایش بگذارند. بنابراین بدن و مدیریت آن در جهت نیل افراد به این اهدافشان به کار می‌رود. به طوری که نه تنها از طریق پرداختن به صورهایشان بلکه از طریق توجه به اندامشان و یا نوع پوششان در صدد دستیابی به اهدافشان هستند. از سوی دیگر، در زیر مقوله خودنمایی، مخاطبان و یا افراد حاضر در اجتماع چنان برای زنان و دختران اهمیت می‌یابند که سعی می‌کنند خود بهتر و متمایزتری را به نمایش درآورند. از قبیل استفاده از آرایش، جراحی‌های زیبایی، کنترل غذایی، استفاده از لیپوساکشن‌ها و... می‌تواند مورد دست‌کاری قرار گیرد تا کنشگران از طریق آن بتوانند به معناهای اجتماعی دست یابند.

بیرونی و ظاهری رفتارهای بدنی نیست که قصد نمایش، جلب توجه و... بلکه اعلام پیام‌ها و به گونه‌ای تفکراتی خاص در رابطه با طبقه‌ی زندگی کنشگران نیز است. به طوری که اتحاد این معناهای رفتاری به همراه نوع بروز رفتارهای بدنی به گونه‌ای می‌تواند به طور واقعی بیانگر هویت طبقاتی آن‌ها نیز باشد.

با توجه به نتایج به دست آمده، آنچه مهم است، این است که از آنجایی که این تحقیق جنبه‌ی اکتشافی (تحلیل محتوا با رویکرد استقرایی) دارد، از هیچ یک از نظریه‌ها به عنوان چارچوب نظری در مرحله اول پژوهش استفاده نشده است و بیان چنین نظریه‌هایی در حقیقت تنها به منظور راهنمایی موضوع مورد نظر بوده است تا با بهره‌گیری از این امر بتوان به یک چارچوب مفهومی مناسب دسترسی یافت. هم چنین با توجه به نتایج از مرحله دوم چارچوب نظری تنظیم و تدوین گردید که پیش تر در مورد آن بحث گردید.

#### نتایج در مرحله پژوهش کمی

از مجموع ۳۸۴ نفر از شهروندان زن در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته اند، بالاترین فراوانی گروه سنی در بین آنان ۴۱-۵۰ ساله با ۳۰٫۷ درصد و کمترین فراوانی در بین این افراد به گروه سنی ۲۰-۳۰ ساله با ۱۶٫۹ درصد اختصاص یافته است. مسن ترین شرکت کننده در بین آنان ۶۰ ساله و جوان ترین در بین آنان ۲۰ ساله با میانگین سنی ۴۶٫۱ سال بوده است. در رابطه با وضعیت تاهل نتایج نشان داد، از کل شهروندان زن مورد مطالعه، ۵۱ درصد مجرد و ۴۹ درصد نیز متاهل بوده اند. وضعیت اشتغال نمونه مورد مطالعه نشان داد، ۲۵٫۸ درصد شاغل، ۳۱٫۲ درصد بیکار و در جستجوی کار و ۴۳ درصد از آنان خانه دار بوده اند.

داده‌ها و پیام‌های هویتی را حمل کند. در واقع هویت‌های مختلفی بدین واسطه امکان بروز پیدا می‌کنند. در این مطالعه هویت‌های جنسیتی، قومی و طبقاتی مطرح شده است. نکته‌ی مهم در تلقی بدن به مثابه ابزار و پیام‌های جنسیتی، قصد و نیت کنشگر در الصاق پیام‌های جنسیتی خاص به رفتارهای بدنی است که متفاوت از تلقی و یا انتظار رایج از بایدهای اجتماعی این رفتارهاست. به این معنی که کنشگران در این رفتارهای بدنی می‌خواهند علاوه بر تفاوت جنسیتی، تفاوت در نوع خاص پیام جنسیتی نهفته در رفتار بدنی نیز روشن شود. پیامی که به مخاطبان، نوع خاصی از تلقی جنسیت را در نزد فرد اعلام می‌کند. به سخن دیگر، رفتارهای بدنی در صدد بیان مرزهای هویتی در درون جنسیت‌ها هستند و نه بین آنها. به علاوه، گاهی رفتارهای بدنی ابزار و رسانه‌ی بیان تعلقات قومی افراد هستند. مرزهای قومی در رفتارهای بدنی نیز قابل پی‌گیری هستند. به این معنا که افراد با رفتارهای بدنی خود در صدد به نمایش گذاشتن قومیت خود به دیگران هستند. هویت‌های قومیتی به طور ساده تنها بیانگر لر یا ترک بودن فرد نیست، بلکه بیانگر اعتقادات و ترجیحات خاصی که از قالب آموزه‌ها به فرد منتقل می‌شود. مثلاً یک قومیت تاکید بر استفاده از چادر می‌کند و قومیت دیگر تاکید بر آرایش خیلی ملایم. در حقیقت رفتارهای بدنی مربوط به یک قومیت در این الگو در صدد مشخص کردن انسجام و وحدت در رفتارهای بدنی است. هر چند به فراخور قومیت‌های مختلف تلقیات مربوط به رفتارهای بدنی و نحوه‌ی بروز آن‌ها نیز متفاوت خواهد بود. هم چنین بخشی از معانی الصاقی بر رفتارهای بدنی طبقاتی است. به سخن دیگر، افراد با رفتارهای بدنی خود در صدد معرفی هویت طبقاتی خود بر می‌آیند. هویتی که آن را پذیرفته و با آن بزرگ شده اند و در طی فرایند جامعه پذیری در خانواده آن را فرا گرفته اند. این هویت طبقاتی به طور ساده تنها بیانگر جنبه‌های

جدول ۲: توزیع پاسخگویان برحسب متغیرهای مورد بررسی

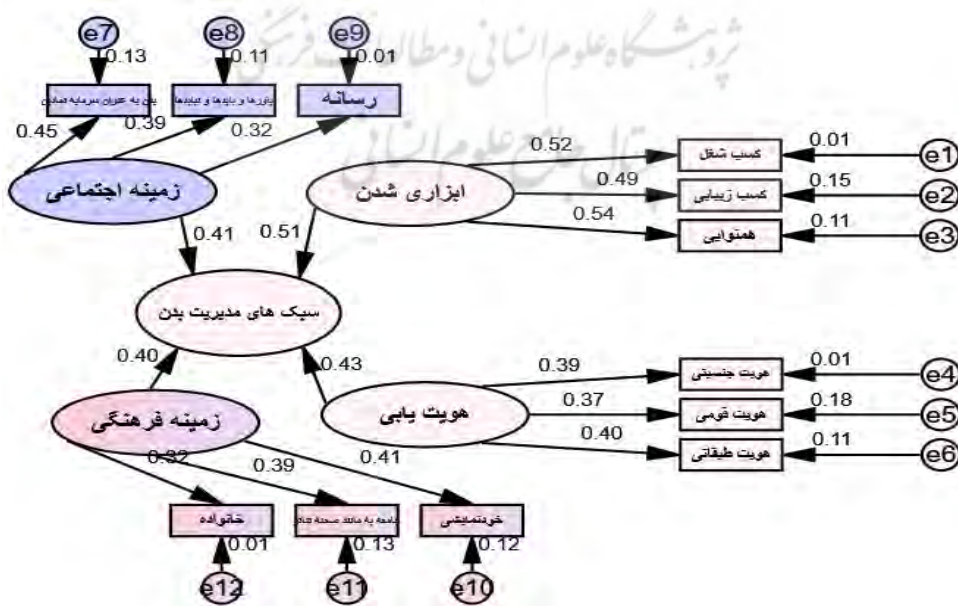
متغیرها	تعداد	درصد	نما	میانگین
گروه سنی	۲۰-۳۰ سال	۶۵	۱۶.۹	۴۶.۱
	۳۱-۴۰ سال	۱۱۱	۲۸.۹	
	۴۱-۵۰ سال	۱۱۸	۳۰.۷	
	۵۱ سال و بیشتر	۹۰	۲۳.۴	
وضع تاهل	مجرد	۱۹۶	۵۱	-
	متاهل	۱۸۸	۴۹	-
	شاغل	۹۹	۲۵.۸	-
وضع اشتغال	بیکار و در جستجوی کار	۱۲۰	۳۱.۲	-
	خانه دار	۱۶۵	۴۳	-

جدول ۳: نتایج شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری

GFI	NFI	RMSEA	P.value	CMIN/df	df	(x <sup>2</sup> ) CMIN
۰.۹۱۱	۰.۹۳۲	۰.۰۵۱	۰.۰۰۰	۱۰۵.۲۱	۳۷	۲۸۴

با توجه به این که مقدار نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی (CMIN/df) کمتر از ۳، RMSE کوچکتر از ۰.۰۸ و شاخص برازش نرم (NFI) و شاخص نیکویی برازش (GFI) بزرگتر از ۰.۹ است. می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است.

هم چنین در این قسمت رابطه بین سبک‌های مدیریت بدن با توجه به رویکردهای اجتماعی و فرهنگی که از نتایج مرحله اول استخراج شده بود از دیدگاه شهروندان زن تهرانی با استفاده از معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است که نتایج به شرح جدول شماره ۳ است.



نمودار ۳: سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی-فرهنگی شهروندان زن تهرانی

سرمایه را دارد که از آن جمله‌ی آن‌ها به کارگیری بدن به عنوان سرمایه‌ی جسمانی برای رسیدن به اهداف اقتصادی. اما در کنار این امر می‌توان به اهداف دیگر رفتاری از جمله، اهداف زیباشناختی و همنوایی نیز اشاره کرد. در اهداف زیباشناختی که با انگیزه‌هایی از قبیل کسب لذت، احترام نهادن نسبت به خود و... همراه است که در طی فرایند جامعه پذیری خاصی به زنان منتقل می‌شود. در اهداف همنوایی معناها و پیام‌های اجتماعی، موقعیت‌های بروز و مخاطبان رفتاری بسیار اهمیت دارد. در این شرایط بدن حامل معناها و پیام‌های اجتماعی از قبیل برتری یابی، تمایز یابی، زیباتر بودگی، همنوای بودگی و... است. این معناها در جریان ارتباطات با دیگران حاضر در اجتماع که به عنوان دیگران مهم تلقی می‌شوند، معنا می‌یابند. از این رو، وجود چنین معناهایی منجر به بروز نوعی از رفتارهای بدنی که مربوط به جسمانیت است، می‌شود. این امر با حمل چنین معناهایی قرابت نزدیکی با نظریات گافمن، شیلینگ، بوردیو و ویلن دارد.

هم چنین به سبک دیگر مدیریت بدن نیز اشاره شده است و آن هویت یابی است. به عبارت دیگر، بدن به مثابه هویت است. از این رو، هر گونه مداخله در بدن جایز است و زن در مسیر آن خود را می‌یابد. در نزد وی بدن منشأ تمامی نگرانی‌ها و دغدغه‌هاست و پرداختن به آن مهم ترین انگیزه برای حرکت و پویایی است. در ضمن آنچه در این بعد اهمیت دارد توجه به باورها و معناهای ذهنی کنشگران است که از پس هویت‌های مختلف، راهبری رفتارهای بدنی کنشگران را به همراه دارند. چنین امری در مورد زنان و از دیدگاه فمینیستی قابل توضیح است. همان طور که در دیدگاه‌های فمینیستی مخصوصا لیبرال و رادیکال مطرح شده کسانی که از هویت‌های خود ناراضی هستند و احساس می‌کنند میان توزیع قدرت، حقوق و اموری دیگر میان جنسیت‌های مختلف تفاوت است. از این رو مبارزه می‌کنند تا از حقوقی برابر با حقوق

با توجه به نتایج می‌توان بیان کرد، اولاً رویکرد اجتماعی برسبک‌های مدیریت بدن در سطح معنی داری ۱٪ تاثیر گذار بوده است. ثانياً، با توجه به ضریب  $R^2$  می‌توان اظهار کرد، ۱۶٫۸ درصد از واریانس سبک‌های مدیریت بدن ناشی از رویکرد اجتماعی شهروندان زن تهرانی بوده است. هم چنین نتایج نشان داد، از میان رویکرد اجتماعی مولفه "بدن به عنوان سرمایه نمادین" بیشترین سهم ( $r=0.45$ ) را داشته است. هم چنین در رابطه با رویکرد فرهنگی، نتایج نشان داد، این رویکرد نیز بر سبک‌های مدیریت بدن در سطح معنی داری ۱٪ تاثیر گذار بوده است. البته می‌توان بیان کرد، ۱۶ درصد از واریانس سبک‌های مدیریت بدن ناشی از این رویکرد بوده است. به علاوه نتایج نشان داد، از میان مولفه‌های رویکرد فرهنگی، خود نمایشی بیشترین سهم ( $r=0.41$ ) را داشته است.

### بحث و نتیجه گیری

در رابطه با تبیین سبک‌های مدیریت بدن با رویکردهای اجتماعی و فرهنگی نتایج نشان داد، با توجه به مقوله‌ها و توضیحات مطرح شده، مفهوم هسته در این پژوهش «سبک‌های مدیریت بدن» است. این مقوله هسته همه مفاهیم و مقوله‌های ذکر شده را پوشش می‌دهد. همان طور که ذکر شد، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی در فرایند به وجود آمدن الگوهای رفتاری متناسب با اهداف مختلف در نزد زنان و دختران در شهر تهران نقش دارند. با توجه به نتایج یکی از سبک‌های مدیریت بدن، ابزاری شدن است. در بعد ابزاری شدن، بدن برای تحقق اهداف اقتصادی، اهداف زیبایی شناختی و اهداف همنوایی اشاره شد که بدن ضمن آن که می‌تواند به عنوان سرمایه‌ای در اختیار کنشگران باشد، می‌تواند به عنوان ابزاری برای تحقق اهداف فوق الذکر نیز به کار رود. این نکته به گونه‌ای تداعی گر دیدگاه بوردیو است. به زعم بوردیو بدن به عنوان سرمایه‌ای جسمانی، قابلیت تبدیل به دیگر اشکال

مردان برخوردار شوند. یعنی نوعی دیدگاه لیبرال و یا این که به دنبال آن هستند تا در جهان جنسیت زده برای خود قدرت و عاملیت دست و پا کنند. از این رو به بوکس و ورزش‌های رزمی و... روی می‌آورند تا به این ترتیب منکر هویت‌های شکل گرفته‌ی خود در طی جریان جامعه پذیری در ساختار خانواده، قومیت و طبقاتی خود شوند و به آنچه خود در ذهنشان می‌پروراند و به آن اعتقادات و باورهایی که در ذهنشان در جریان تجارب اجتماعی حاصل گشته نائل شوند. از این رو، می‌توان گفت بنا به هر باوری رفتاری خاص حاصل می‌شود و تنها نباید اذعان کرد به صرف جنسیت‌ها، قومیت‌ها و طبقات رفتارهای بدنی متفاوت حاصل می‌شود. زیرا افراد مختلف در موقعیت‌های مختلف، عقایدی خاص دارند که آن عقاید ممکن است رفتارهای کنشگران را به همراه آورد. مردم شناسانی مانند کوزر (۱۳۷۶) و داگلاس (۱۹۷۰) نظم، فرهنگ، خانواده و مرزها در زمینه شکل‌گیری تکنیک‌های بدنی و یا رفتارهای بدنی مطرح می‌کنند. در رابطه با تاثیر رویکرد اجتماعی در بروز رفتارهای بدنی کنشگران، می‌توان به نقش خانواده اشاره کرد. خانواده به دلیل جریان جامعه‌پذیری و مرجع ارزشی و رفتاری قرار گرفتن اعضای آن برای فرزندان و نیز با تشویق‌ها و تمجیدهایی که برای اعضای خویش دارد و با انتقال آموزه‌هایش یا کنشگران را به رفتارهای بدنی متناسب با زیبایی و یا آن‌ها را به مراقبت و نگهداری از خود تشویق می‌کند. این آموزه‌ها می‌توانند حامل معنایی از احترام نهادن نسبت به خود، و لذت شخصی و... می‌باشد. اما، این گونه نیست که همه‌ی کنشگران هر آنچه از طریق خانواده آموخته‌اند را حفظ کنند و براساس درونی شدن آن‌ها در خود رفتار کنند. بلکه، در برهه‌ای از زمان این کنشگران جنبه‌ای از استقلال‌یابی را پیدا می‌کنند و آن زمانی است که وارد محیط‌های اجتماعی و شغلی می‌شوند. از این رو، معناهای جدید در

اذهانشان و تعاریفی جدید از زیبایی و تصوراتی مبتنی بر آن‌ها در اذهان این کنشگران صورت گیرد که مبتنی بر زیبایی و توجه به ظواهر است و جامعه همچون صحنه تئاتر برای فرد حائز اهمیت می‌گردد. گافمن جامعه را به صحنه‌ی تئاتر تشبیه می‌کند که هر یک از کنشگران نقش‌هایی دارند و می‌خواهند نقش‌های خود را به بهترین شکل ایفا کنند. از این رو، از مدیریت تاثیر گذار استفاده می‌کنند. به اعتقاد وی ظاهر که برای خود شخص و برای دیگران قابل رویت و نمایش است، به عنوان کانون توجه در برخوردهای اجتماعی قلمداد می‌شود و افراد می‌توانند با توجه بدان جنبه‌ای از خود که مطلوب و مقبول دیگران باشد را به نمایش بگذارند. ویلن معتقد است گاه افرادی از طبقات پایین با انجام اعمالی و تقلید از اعمال طبقه‌ی بالا و مرفه می‌خواهند از احترام و امتیازات و منزلتی که طبقه‌ی مرفه در جامعه برخوردارند، بهره‌مند شوند. در واقع افراد هدفشان از پرداختن به پاره‌ای از رفتارهای بدنی را حفظ نظم می‌دانند. به سخن دیگر، افراد به منظور دست‌یابی به نوعی تایید و پذیرش از سوی دیگران و برقرار کردن نظم آن مکان خود را با هر آنچه در آن محیط جاری است، وفق می‌دهند تا شخصیتی هم‌نوا لقب بگیرند. در این وضعیت بدن به گونه‌ای از حوزه اختیار انسان خارج می‌شود و تحت تاثیر جبر ناشی از محیط قرار می‌گیرد. از نظر گیدنز خود آرایی و تزئین خویشتن با پویایی خویشتن مرتبط است و نوعی وسیله‌ی خودنمایی نیز محسوب می‌شود (اخلاصی ۱۳۸۷: ۶۶-۶۷). از نگاه گیدنز واقعیت این است که ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن خویش می‌شویم و هر چه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه‌ی سنتی فاصله گرفته باشد، فشار این مسئولیت را بیش‌تر احساس می‌کنیم. بنابراین امروزه بدن زنان نمایانگر هویت متمایز میان آنان شده است که زنان از خود به نمایش می‌گذارند. یعنی زنان با نوع مدیریتی که بر بدن



خود دارند، هویت شخصی متمایزی را نیز در معرض دید دیگران قرار می‌دهند.

در رابطه با رویکرد فرهنگی می‌توان به رسانه اشاره کرد. رسانه حامل پیام‌های متعدد در زمینه مدیریت بدن است. وایزمن (۱۹۹۲) سیر تحول جوامع و دگرگونی‌های آن‌ها را ناشی از تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی می‌داند. وی در این دوره‌ها، به نقش رسانه‌ها در تغییر سنت‌ها و ایجاد شکاف نسلی اشاره کرده است. (رابرتسون ۱۳۷۴). هم چنین زنان و دختران بخشی از سبک مدیریت بدن خود را از فرهنگ و باورها و هنجارهای عمومی رایج در جامعه اخذ می‌کنند. زیرا مدیریت بدن و جذابیت ظاهری تفاوت‌هایی پیش‌بینی‌پذیر را در ارتباطات عام و خاص ایجاد می‌کند و نیز تأثیرات و جذابیت چهره می‌تواند در ترکیب با ویژگی‌های منزلتی دیگر دچار تغییر و تعدیل گردد. به علاوه، بدن به عنوان یک سرمایه نمادین است. ترنر معتقد است بدن نقش واسطه را 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. در مجموع، سبک‌های مدیریت بدن، می‌تواند به عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش زنان به کار گرفته شود و برای این که زنان بتوانند با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی و هویت خود، شریک شوند، باید نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنند.

#### منابع و ماخذ

آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسین، (۱۳۸۱). بدن به مثابه رسانه هویت، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره چهارم، شماره ۴، صص ۵۷-۷۵.

آزاد ارمکی، تقی و غراب، ناصر الدین. (۱۳۷۸)، بدن و هویت، مجله‌ی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۱۰۱-۱۲۲.

اباذری، یوسف و حمیدی، نفیسه. (۱۳۷۸). جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای مناقشات، پژوهش زنان، دوره ۶، شماره ۴، صص ۱۲۷-۱۶۰.

ابراهیمی، قربانعلی و بهنویی گدنه، عباس. (۱۳۸۸)، سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر جوانان: مطالعه موردی دختران و پسران شهر بابلسر، پژوهش زنان، دوره ۸، شماره ۳، صص ۱۵۳-۱۷۶.

اخلاصی، ابراهیم و فاتحی، ابوالقاسم (۱۳۸۶)، «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن»، (مطالعه موردی زنان شهر شیراز)، مجله‌ی تربیت، سال هفتم، شماره ۴، صص ۲۰-۵.

اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷)، بررسی نظری مبانی جامعه‌بدنی و لوازم آن با تأکید بر جامعه ایران، مجله تربیت، سال هفتم، شماره ۳، صص ۲۵-۴۵.

اینانلو، مینا (۱۳۹۵)، برساخت بدن: جامعه‌شناسی سبک‌های مدیریت بدن جوانان، تهران: جامعه‌شناسان.

ایمان، محمد تقی (۱۳۹۱). فلسفه روش تحقیق در علوم انسانی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

ترنر، برایان. (۱۳۸۱)، شرق‌شناسی پست مدرنیسم و جهانی شدن، ترجمه غلام کیانی و محمدرضا تاجیک، تهران: مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری فرهنگ گفتمان.

حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی. (۱۳۸۶)، سبک زندگی و پوشش زنان در تهران، فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱، صص ۶۵-۹۲.

خواجه نوری، بیژن، روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۰)، سبک زندگی و مدیریت بدن، فصلنامه علمی پژوهشی زنان، سال دوم، شماره چهارم، صص ۲۱-۴۷.

دانایی فرد، حسن (۱۳۸۷)، نظریه پردازی: استراتژی و نظریه پردازی، تهران: نشر سمت.

- دریفوس، هیوبرت و رابینو، پل. (۱۳۸۲)، میشل فوکو: فراسوی ساختارگرایی و هرمنوتیک، ترجمه‌ی حسین بشیریه، تهران: نشر نی.
- دین پرست، جواد (۱۳۹۱). زیبایی و آرایش و جراحی، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، شماره ۴۰، سال دهم، تهران: شورای فرهنگی اجتماعی زنان.
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۶)، جامعه شناسی جوانان، تهران: نشر آگه.
- ذکایی، محمدسعید و فرزانه، حمیده (۱۳۸۸)، زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهرانی، فصلنامه‌ی انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، صص ۶۵-۴۵.
- رابرتسون، (۱۳۷۴). درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی)، ترجمه ح، بهروان، مشهد، نشر آستان قدس رضوی، چاپ دوم.
- رفیع پور، فرامرز، (۱۳۷۹). توسعه و تضاد: کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، چاپ چهارم. تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- زیمل، گ. (۱۳۸۶). زن و مد. ترجمه کاظمی، ع و سالاروند، ع. دسترسی در <http://kazemia.persianblog.ir>
- زیمل، گ. (۱۳۸۷). لذت و تکرار (مد و زندگی روزمره از دیدگاه جرج ریمل) ترجمه: قربانی، س. تهران خردنامه همشهری مرداد و شهریور ۱۳۸۷ شماره ۲۸
- زیمل، گ. (۱۹۰۲-۱۹۵۰): ۴۰۹ به نقل از کرامپ (۱۳۸۴). نظریه اجتماعی کلاسیک (مقدمه‌ای بر اندیشه مارکس، وبر، دورکهم، زیمل) ترجمه توسلی، غ در آینده بنیانگذاران جامعه‌شناسی، چاپ اول تهران: قومس.
- قربانعلی پور، سحر (1393)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در ایران طی سه دهه اخیر (مطالعه موردی: اضافه وزن و چاقی در شهر کرج)، مطالعات توسعه‌ی اجتماعی، شماره ۱، صص ۱۰۰-۱۱۵.
- شهر کرج)، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۵، شماره ۴.
- فوکو، میشل. (۱۳۸۲) مراقبت و تنبیه: تولد زندان، ترجمه‌ی نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی.
- فوکو، میشل (۱۳۸۳)، اراده به دانستن، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران، نی.
- کسل، فیلیپ (۱۳۸۱)، چکیده آثار آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، ققنوس.
- کیویستیو، پتر (۱۳۸۳)، اندیشه‌های بنیادی در جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نی.
- کوزر، لوئیس و روزنبرگ، برنارد (۱۳۸۲)، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- گافمن، اروینگ (۱۳۸۶)، داغ ننگ: چاره‌اندیشی برای هویت ضایع شده، ترجمه مسعود کیان‌پور؛ تهران، مرکز.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲)، تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵) پیامدهای مدرنیته. ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن (۱۳۸۷)، جامعه شناسی، با تجدید نظر کامل و به روز شده، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- اسکات، بری (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی پست‌مدرنیسم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران نشر مرکز.
- لوپز، خوزه و اسکات، جان. (۱۳۸۵)، ساخت اجتماعی، ترجمه‌ی حسن قاضیان، تهران: نشر نی.
- لوبروتون، داوید (۱۳۹۲). جامعه شناسی بدن، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، ثالث.
- مشیرزاده، حمیرا. (۱۳۸۳)، از جنبش تا نظریه: تاریخ دو قرن فمینیسم، تهران: نشر شیرازه.

- Lee, Young-A; Damhorst, Mary; Lee, Min-Sun; Kozar, Joy M.; Martin, Peter, (2012), „Older Women’s Clothing Fit and Style Concerns and Their Attitudes Toward the Use of 3D Body Scanning”, *Clothing and Textiles Research Journal* April, 30: 102-118.
- Scott, James C. (1993) *Weapons of the Weak*. New Haven: Yale university Press.
- Scott, James C. (1990) *Domination and the Arts of Resistance*. Yale University Press.
- Scott, Linda (2010) *Fresh Lipstick: rethinking images of women in advertising*. *Media studies journal*. 7 (1-2) pp. 140-155.
- Synnott, Anthont (1998) *Shame and glory: a sociology of hair*, *The British Journal of Sociology*, Vol. XXXVIII, No.3.
- Shilling, C. (2003) *The Body and Social Theory*. London: Sage Publication.
- Turner, Bryan S. (1996) *The Body and Society (Exploration is Social Theory)*. London: Sage Publications.
- Turner, Bryan S. (1994) *Aging and Identity: Some Reflection in Somatization of the Self*, Pp. 245k-260 In M. Featherstone and A. Wemick (Eds.), *Images of Aging: Cultural Representations of Later Life* London: Routledge.
- Wiseman, C., (1992) *Cultural Expectations of Thinness in Women :an update*. *International Journal of Eating Disorders*, 11:85-89.
- محمد پور، احمد (۱۳۹۰)، *ضدروش : منطق و طرح در روش شناسی کیفی*، تهران: جامعه شناسان، ج ۱.
- موحد، مجید، غفاری نسب، اسفندیار و حسینی، مریم. (۱۳۸۸)، *آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان، پژوهش زنان*، دوره ۸، شماره ۱. صص ۷۹-۱۰۵.
- مهدوی، محمدصادق و عباسی اسفنجیر، علی اصغر (۱۳۹۳)، «بررسی میزان تمایل به مدیریت بدن و کنترل اندام و عوامل مؤثر بر آن»، *پژوهش زنان*، دوره ۶، شماره ۲. صص ۳۶-۷۰.
- ویلن، تورستین. (۱۳۸۴)، *نظریه‌ی طبقه‌ی مرفه، ترجمه‌ی فرهنگ ارشاد*، تهران: نشر نی.
- هنسن، جوزف و رید، ت. (۱۳۸۱)، *آرایش و مد و بهره‌کشی از زنان*، ترجمه‌ی افشنگ مقصودی، تهران: نشر گل آذین.
- Bourdieu, Pierre (1979) *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harward University Press.
- Douglas, Mary. (1970) *Purity and Danger, An Analysis of Pollution and Taboo* Pelicam: Transation books.
- Douglas, Mary. (1996) *Natural Symbols, Exploration in Cosmology*, London and New York, Routledge.
- Dinnerstein, M. and Weitz, R (1994) *Jane Fonda, Barbara Bush and other aging bodies: femininity and the limits of resistance*. Pp. 3-24. *Feminist Issues*. Vol. 14, No. 2, Fall.
- Featherstone, M, (1991) “Consumer Culture and Postmodernism”, *London Journal of Sociology*, vol 85, No 9.
- Gamman, Lorraine and Marshment, Margaret (eds), (1963) *The female gaze: women as viewers of popular culture*, London: the women’s Press.
- Glaser, R.N. (2002). *Women`s body image and Law*. *Duke Law Journal*. Vol. 43.
- Goffman, Erving. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books New York: Doubleday & Company Inc. Garden City.
- Goffman, Erving (1963) *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*: Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall.
- Goodman, Michael., Placik, Otto., Matlock, David., Simopoulos, Alex., Dalton, Teresa., Veale, David., & Hardwick-Smith, Susan (2016). “Evaluation of body image and sexual satisfaction in women undergoing female genital plastic/ cosmetic surgery”, *Aesthetic surgery journal*, 36 (9), PP 1048-1057.
- Hanson, J (2002). *Make up, mode and misuse of women*. Trans Maghsodi A. Tehran: Gol Azin Press.