

عوامل اجتماعی مرتبط با مدیریت بدن در بین جوانان شهر یزد*

سیدعلیرضا افشانی،* حسن سلمانی،** حمیده شیری محمدآباد***

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۵)

چکیده

در سال‌های اخیر پرداختن به بدن و چگونگی مدیریت آن در جامعه مصرفی مدرن به یکی از موضوعات اساسی مطالعات اجتماعی-فرهنگی تبدیل شده است. هدف پژوهش حاضر سنجش میزان مدیریت بدن و عوامل اجتماعی مرتبط با آن در بین جوانان شهر یزد بوده است. جمعیت آماری پیمایش، جوانان ۱۸-۳۵ ساله شهر یزد بودند که ۳۸۴ نفر از آن‌ها با روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد که میانگین نمرات مدیریت بدن پاسخگویان (۲/۵۶) در سطح کمتر از متوسط است و رابطه مثبت و معناداری بین مدیریت بدن و پذیرش اجتماعی بدن، سرمایه جنسی، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، جنسیت و رابطه منفی و معناداری بین مدیریت بدن و تصور از بدن وجود دارد. تحلیل رگرسیون نیز نشانگر آن است که متغیرهای مستقل ۳۶/۱ درصد از مدیریت بدن را تبیین نموده و بیشترین تأثیر مربوط به متغیر پذیرش اجتماعی بدن است.

مفاهیم اصلی: پذیرش اجتماعی بدن، تصور از بدن، جوانان، سرمایه جنسی، مدیریت

بدن

* مقاله علمی: پژوهشی <http://dx.doi.org/10.22034/jsi.2022.113167.1422>

* استاد گروه آموزشی تعاون و رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، ایران (نویسنده مسئول)
afshanalireza@yazd.ac.ir

** کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد
salmani.h1990@gmail.com

*** دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد
hamideh_shiri70@yahoo.com

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره بیست و دوم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۰، ص ۹۷-۱۱۹

مقدمه و بیان مسأله

موقعیت انسان، موقعیتی بدنی است و بدن چه در سطح جمعی و چه در سطح فردی ماده‌ای هویت‌ساز است و خود را در معرض دید، ارزیابی و خوانش سایرین قرار می‌دهد (قادرزاده و پیری، ۱۳۹۳: ۲۲). در واقع بدن یک هستی زیست‌شناختی و روانشناختی صرف نیست، بلکه پدیده‌ای است که با شیوه‌های اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود (ابراهیمی و بهنویی، ۱۳۸۹: ۱۵۴).

مطالعه در زمینه کنش‌های بدن و زیبایی، از حوزه‌هایی است که به تدریج توجه برخی جامعه‌شناسان ایرانی را به خود جلب کرده است (به طور نمونه مفاخری و همکاران، ۱۴۰۰؛ بابایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۹؛ ناییبی و محمدی‌تلور، ۱۳۹۲؛ ذکایی، ۱۳۸۶؛ ابراهیمی و بهنویی، ۱۳۸۹). به‌ویژه در سال‌های اخیر که بر اساس آمارهای موجود جراحی‌های زیبایی^۱ و لیزر در ایران هر ساله بین ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش یافته است، در حالی که حدود ۶۰ درصد از متقاضیان جراحی زیبایی از نظر علمی و زیباشناسی نیازی به جراحی ندارند. همچنین بر اساس آمارهای موجود، کشور ایران رتبه اول را در جراحی بینی، رتبه دوم را در جراحی اندام و رتبه سوم در جراحی چین و چروک صورت در جهان را به خود اختصاص داده است (جعفری، ۱۳۹۵: ۴) گویی که ویژگی‌های ظاهری و قابل‌رؤیت هر فرد هویت او را در دنیای امروز بازنمایی و شناسایی می‌کنند (ابراهیمی و بهنویی، ۱۳۸۹: ۱۵۴). این موضوع خود می‌تواند در میزان وسواس هر فرد نسبت به فیزیک و ظاهر بدنش اثرگذار باشد و گاه فرد را با آسیب‌های روحی، عدم اعتمادبه‌نفس، تشویش و افسردگی روبه‌رو سازد. نمونه بارز این ادعا افرادی هستند که تناسب اندام را نوعی معیار زیبایی تلقی می‌کنند و نداشتن اندامی موزون موجب دغدغه خاطر آن‌ها از حیث عدم‌پذیرش اجتماعی شده است (احمدنیا، ۱۳۸۴: ۱۳۲). نگرانی‌ای که سعی می‌شود از طرق مختلفی چون جراحی‌های زیبایی و رعایت رژیم‌های غذایی لاغری که در برخی موارد ممکن است نامناسب باشند، جبران گردد. در واقع افراد با انجام برخی کنش‌های پرخطر مرتبط با مدیریت بدن، ارزش زیبایی را به ارزش سلامتی ترجیح می‌دهد (قبادی و همکاران، ۱۳۹۵، ادیبی و همکاران، ۱۳۹۰).

شهر یزد در گذشته به دلیل حاکمیت فرهنگ سنتی، روند تغییرات اجتماعی-فرهنگی بسیار کندی داشت و جوانان متناسب با متن فرهنگی جامعه خود بیشتر هم‌نوا با آداب سنتی بودند اما در سال‌های اخیر به دلیل گسترش مراکز آموزش عالی، مهاجرپذیری گسترده در یزد، ورود دانشجویان غیربومی و افزایش استفاده از وسایل ارتباطی جهانی؛ جوانان یزدی با سرعت بیشتری در معرض تغییرات اجتماعی و فرهنگی قرار گرفته‌اند؛ شرایطی که تا حدود زیاد سبک زندگی و نگاه جوانان یزدی را نسبت به بسیاری از موضوعات مختلف تغییر داده است. نمونه این تغییرات دگرگونی در

^۱. Cosmetic Surgery

تعریف زیبایی بدن است که به افزایش تمایل جوانان به مدیریت بدن در قالب استفاده از وسایل آرایشی، رژیم‌های لاغری، جراحی زیبایی و غیره منجر شده است. از این رو مطالعه حاضر با هدف شناخت عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت بدن جوانان ساکن شهر یزد درصدد پاسخگویی به این سؤالات است که وضعیت مدیریت بدن در بین جوانان ۱۸-۳۵ شهر یزد چگونه است؟ و مهم‌ترین عوامل مرتبط با مدیریت بدن جوانان شهر یزد کدام‌اند؟

پیشینه تحقیق

درباره گرایش به مدیریت بدن و عوامل مؤثر بر آن در جهان و ایران مطالعات و تحقیقاتی صورت گرفته است که در بخش زیر به برخی از آنها اشاره می‌شود.

(a) براساس نتایج پژوهش مفاخری و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «مدل ساختاری رابطه بین نگرانی از تصویر بدن و باورهای وسواسی با مدیریت بدن در افراد متقاضی جراحی زیبایی» به این نتیجه دست یافتند که بین نگرانی از تصویر بدن و مدیریت بدن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

(b) بابایی‌فرد و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در شهر قم» به این نتایج نائل شدند که بین متغیرهای فشار اجتماعی، تأیید اجتماعی، دستیابی به موقعیت اجتماعی بالاتر، جذب جنس مخالف و رضایت از زندگی با مدیریت بدن رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد. همچنین، متغیرهای حاضر در مدل رگرسیونی، توانسته‌اند ۴۱ درصد از تغییرات متغیر مدیریت بدن را تبیین کنند.

دورخ و نوری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تبیین مدل جامعه‌شناختی مدیریت بدن زنان براساس سرمایه فرهنگی و رسانه با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی: شهر سنندج)» به این نتیجه دست یافتند که بین متغیرهای مدیریت بدن، سرمایه فرهنگی، رسانه و مقایسه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

رستمی و راد (۱۳۹۸) در مطالعه خود با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در بین بانوان ورزشکار» به این نتیجه رسیدند که میزان مدیریت بدن برحسب برخی متغیرهای زمینه‌ای همچون سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، وضعیت شغلی و درآمد پاسخگویان متفاوت است. همچنین بین متغیرهای نقش‌پذیری جنسیتی و دینداری با مدیریت بدن، رابطه معکوس و بین متغیر احساس فشار هنجاری و مدیریت بدن، رابطه مستقیم و معنی‌دار برقرار است. براساس تحلیل مسیر، متغیرهای دینداری و احساس فشار هنجاری، هم به طور مستقیم و هم از طریق تحت تأثیر قرار

دادن متغیر نقش‌پذیری جنسیتی، بر میزان مدیریت بدن تأثیر گذاشته‌اند. این متغیرها در مجموع قادرند ۳۵/۲ درصد از تغییرات مدیریت بدن را پیش‌بینی کنند.

قبادی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان «تبیین جامعه‌شناسی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی» که با روش پیمایشی و با ۳۸۱ نفر از زنان شهر ایلام انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که بیشتر زنان مطالعه شده متأهل، خانه‌دار و متعلق به طبقه متوسط بوده‌اند؛ ضمن اینکه بین متغیرهای سن و مقبولیت اجتماعی با مدیریت بدن رابطه معناداری وجود داشت.

براساس نتایج پژوهش عبدالحسینی و حقیقتیان (۱۳۹۶) با عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در بین نوجوانان و جوانان دختر و پسر شهر اصفهان» که به روش توصیفی-مقطعی بر روی ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله مناطق ۱۴گانه شهر اصفهان انجام شده است، نشان می‌دهد که بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مدیریت بدن رابطه معناداری وجود ندارد اما بین متغیرهای هویت جنسیتی، سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن زنان رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج حاصل از پژوهش صادقی‌فسائی و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه مدیریت بدن و ارزش سرمایه جنسی در بین زنان (مورد مطالعه زنان متولد دهه ۶۰ شهر همدان)» گویای آن بود که میانگین پرداختن به مدیریت بدن از سوی زنان جامعه مورد مطالعه برابر با (۳/۳ از ۵) است که رقم قابل توجهی است. همچنین نتایج نشان داد که بین سرمایه جنسی و مدیریت بدن در بین زنان متولد دهه ۶۰ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جعفری (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت بدن مورد مطالعه زنان ۴۵-۱۵ ساکن شهر نورآباد ممسنی» نشان داد که میانگین مدیریت بدن در بین پاسخگویانی که تحصیلات آنها فوق‌دیپلم و بالاتر است بیشتر و در بین پاسخگویانی که بی‌سواد و با مدرک ابتدایی هستند، پایین‌تر است. میانگین مدیریت بدن در بین افراد شاغل از همه بیشتر و مدیریت بدن در بین دانش‌آموزان از همه کمتر بوده است. همچنین زنانی که به باشگاه می‌روند در همه‌ی ابعاد مدیریت بدن نسبت به زنان دیگر حساسیت و نظارت بیشتری دارند. همبستگی متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌ها، نگرش دوستان، پذیرش اجتماعی^۱، فشار هنجاری اطرافیان، جهت‌گیری ارزشی^۲ و میزان رضایت از بدن، به ترتیب، با مدیریت بدن و ابعاد آن همبستگی مستقیم و مثبت داشتند. تنها بین جهت‌گیری ارزشی و کیفیت پوشش به عنوان یکی از ابعاد مدیریت بدن رابطه معنی‌داری وجود نداشته است و بین متغیرهای زمینه‌ای سن و وضعیت تأهل با

^۱. Social acceptance

^۲. Value orientation

مدیریت بدن رابطه معناداری وجود نداشت. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد در بین متغیرهای اثرگذار بر مدیریت بدن اینترنت، نگرش دوستان و ماهواره از بیشترین سهم برخوردار بوده و در مجموع متغیرهای مستقل تحقیق ۶۰/۳ درصد از کل واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند. دامود (۱۳۹۴) نیز در مطالعه خود با عنوان «رابطه سرمایه جنسی و مدیریت بدن زنان در شهر کرمان» به این نتیجه دست یافت که بین سرمایه جنسی و مدیریت بدن در بین زنان شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد و با افزایش سرمایه جنسی زنان، مدیریت بدن آنان نیز افزایش می‌یابد. ناییبی و محمدی‌تلور (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای که با عنوان «تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه تجربی جوانان شهر سنندج)» انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که داده‌های تجربی، مدل نظری مورد نظر مبنی وجود رابطه معنادار بین مصرف فرهنگی و مدیریت بدن را حمایت نمی‌کند و روابط مفروض بین مصرف فرهنگی و مدیریت بدن ابعاد سبک‌زندگی و هویت قومی، هویت مذهبی و هویت جهان‌وطنی به‌عنوان ابعاد هویت‌اجتماعی را تأیید نمی‌کند. هرچند ارتباطی ضعیف بین متغیرهای مذکور برقرار است.

کوهی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز» به این نتیجه رسید که عوامل روانشناختی نظیر تصویر بدنی، اعتماد بنفس، ایجاد نشاط و شادی و عوامل اجتماعی و فرهنگی نظیر مقایسه اجتماعی بدن، گروه‌های مرجع سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دینداری و رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی و عوامل اقتصادی نظیر وضعیت شغلی و سرمایه اقتصادی بر مدیریت بدن زنان تأثیرگذار هستند.

فریره^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود با عنوان «نارضایتی از بدن، اعتیاد به ورزش و رفتارهای مخاطره‌آمیز برای ایجاد اختلال در خوردن» به این نتیجه نائل آمدند که بین میزان نارضایتی از بدن و اعتیاد به ورزش رابطه وجود دارد همچنین هر چه نارضایتی از بدن بیشتر باشد افراد رفتارهای پرخطر بیشتری را به منظور ایجاد اختلال در خوردن از خود بروز خواهند داد.

سیلوا^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی که با عنوان «شیوع تصور نارضایتی از بدن و ارتباط آن با رفتار کنترل وزن» در بین ۵۸۰ نوجوان ۱۱ تا ۱۷ ساله برزیلی انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که بین تصور نارضایتی از بدن با اقدامات مرتبط با مدیریت بدن مانند کنترل وزن رابطه معناداری دارد.

نتایج پژوهش جینیفر^۳ و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که پنج عنصر در تجربیات تصویر بدنی زنان نقش دارد: ۱. استانداردهای زیبایی فرهنگی ۲. تجارب جنسیتی و نژادی ۳. تأثیر والدین ۴. تأثیر

¹. Freire

². Silva

³. Jennifer

همسالان ۵. فرایندهای مدیریت هویت که هرکدام از این دسته‌ها عواقب مثبت و منفی برای ارزیابی ظاهر، از خودآگاهی و اعتماد به نفس داشتند.

جان^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای که بر روی رابطه افسردگی، عزت نفس و مدیریت بدن در بین ۱۹۷ نفر از زنان انجام دادند به این نتیجه رسیدند که سطح عزت نفس و میزان افسردگی فرد فاکتورهای تعیین کننده‌ای در مدیریت بدن تلقی می‌شوند.

نتایج پژوهش سوامی^۲ و همکارانش (۲۰۱۰) نشان‌دهنده‌ی تفاوت معنادار بین ایده‌آل‌های زیبایی و نارضایتی بدنی در بین مناطق گوناگون بودند. سن، شاخص توده بدنی و رسانه‌های غربی ایده‌آل‌های وزن بدنی را پیش‌بینی کردند. به‌طور کلی، نارضایتی بدنی و تمایل برای لاغر شدن در بین مناطقی با پایگاه‌های اقتصادی - اجتماعی بالا بسیار معمول است که به‌صورت یک مسئله درآمده است.

گیملین^۳ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «پروژه بدن غائب^۴»، به این نتیجه رسیده است که جراحی پلاستیک، پاسخی به چهره‌های بدمنظر تلقی شده است. محقق در این بررسی، طی مدت ۴ ماه با ۲۰ نفر از زنانی که عمل جراحی آرایشی انجام داده‌اند مصاحبه کرده است. همه مصاحبه‌شوندگان سفیدپوست و ساکن جنوب غرب انگلستان بودند. گروه سنی آنان بین ۲۳ تا ۵۰ سال بوده و همگی به‌صورت پاره‌وقت یا تمام‌وقت شاغل بوده‌اند. نتایجی که از این تحقیق به‌دست آمده حاکی از آن است که توسل جستن به عمل زیبایی بعد از چندین بار تلاش در استفاده از راه‌ها و رویکردهای عملی مختلف به‌منظور از بین بردن تجربیات بدنی مشکل‌ساز اتفاق افتاده است؛ بدین معنا که زنان بعد از اینکه از اصلاحات در صورت و اندام‌های خود ناامید شده‌اند تصمیم به انجام اعمال جراحی زیبایی گرفته‌اند. بسیاری از توصیف‌های صورت گرفته از سوی مصاحبه‌شوندگان منعکس‌کننده مفهوم قیافه ناجور اجتماعی است که در نتیجه آن بین خود و بدن فاصله ایجاد می‌شود.

براساس مرور مطالعات فوق‌الذکر می‌توان دریافت که مدیریت بدن در بین هر دو جنس (زن و مرد) به صورت دقیق مطالعه نشده است و نمی‌توان این امر را کتمان کرد که حجم تحقیقات صورت گرفته در زمینه مدیریت بدن در بین زنان بسیار بیشتر از تحقیقات هدایت شده در زمینه مدیریت بدن در بین مردان است. از جنبه روشی هم می‌توان این‌گونه بیان کرد که در این تحقیقات هم کار

1. Jun

2. Svami

3. Gimlin

4. Abset body project

کمی وجود دارد و هم مطالعه کیفی که البته تعداد کارهای کیفی انجام شده به نسبت، کمتر از مطالعات کمی است.

مبانی و چارچوب نظری

ردپای اهمیت توجه به بدن را می‌توان در نظریه‌های جامعه‌شناسی یافت و جامعه‌شناسانی چون بوردیو، کولی، روزنبرگ و ... به این موضوع علاقه‌مند بودند. از نگاه بوردیو هدف از مدیریت بدن، کسب منزلت و پایگاه است. وی در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن آن در جوامع مدرن اشاره نموده که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد و تولید این سرمایه فیزیکی در گرو رشد بدن است به‌گونه‌ای که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی گردد و دربردارنده منزلت اجتماعی برای فرد باشد (شیلینگ، ۱۹۹۳، ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۷۶).

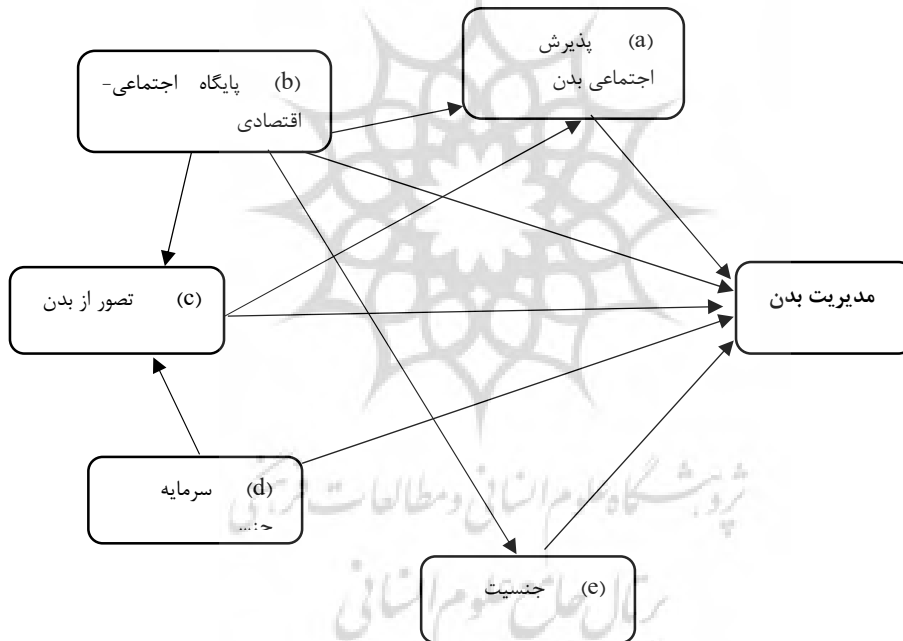
در نظریه‌های کنش متقابل نمادین نیز که تأکید بر ساختارهای اجتماعی کنار گذاشته می‌شود و توجه ویژه‌ای به «خود و ذهن» می‌گردد، تأکید بر بدن مورد توجه قرار گرفته است. به‌گونه‌ای که کولی روند شکل‌گیری خود را در رابطه متقابل فرد و جامعه می‌داند. به سخن دیگر از نگاه کولی، انسان سعی دارد تا خود را از دید دیگران مورد ارزیابی قرار دهد (قبادی، ۱۳۹۷: ۸۱) بنابراین تصور هر فرد از بدن خود در کنش متقابل با دیگران و در نتیجه درتصویری شکل می‌گیرد که فرد از قضاوت دیگران درباره زیبایی چهره و اندام خود دارد و تفسیر فرد از قضاوت دیگران موجب بروز تصویری توأم با رضایت از بدن در فرد می‌گردد زیرا که به پذیرش اجتماعی از سوی دیگران دست یافته است. در صورتی که تفسیر فرد از قضاوت دیگران موجب تصویری توأم با نارضایتی از بدن شود فرد در صدد رفع نواقص و مشکلات از مسیرهای مختلف مدیریت بدن بر خواهد آمد.

روزنبرگ نیز مفهوم «خود» را به «برداشت از خود» ارتقا داده و بر این باور است که افراد سه نوع برداشت از خود دارند: ۱. خود موجود یا تصویری که فرد در حال حاضر در اکنون و اینجا از خود در ذهن دارد، ۲. خود دلخواه یا تصویری که ما دوست داریم، باشیم و با اندیشیدن درباره آن بسیار مسرور می‌شویم و ۳. خود وانمودی یا روشی که ما در هر موقعیت خودمان را نشان می‌دهیم (ریتزر، ۱۳۹۵). با تأکید روزنبرگ بر برداشت از خود به ویژه خود دلخواه، تصور از بدن و اقداماتی که فرد برای مدیریت بدن انجام می‌دهد معنا پیدا می‌کند.

از نگاه کاترین حکیم نیز سرمایه جنسی بیان‌کننده جنبه‌ای از زندگی است که در آن زنان بدون شک نسبت به مردان از مزیت بیشتری برخوردارند و میل جنسی سیری‌ناپذیر مردان، این مزیت را تقویت می‌کند (حکیم، ۱۳۹۱: ۱۹). سرمایه جنسی ترکیبی از جذابیت‌های زیباشناختی، دیداری، ظاهری، اجتماعی و جنسی فرد برای سایر اعضای جامعه‌ای است که او در آن زندگی می‌کند و

بخصوص برای اعضای از جنس مخالف و در تمامی زمینه‌های اجتماعی. امروزه برای زنان، خوش‌قیافه بودن و جذاب بودن مرد نیز اهمیت دارد و زنان دیگر مانند گذشته به دنبال مردانی نیستند که صرفاً افرادی قابل‌اتکا و تأمین‌کنندگان خوبی باشند (حکیم، ۱۳۹۱: ۵۳-۵۲). باوجود گسترش استفاده از تصاویر مردان و زنان زیبا و خوش‌اندام در تبلیغات انواع رسانه‌ها نیز این فشارها در درازمدت باعث پررنگ شدن استانداردهای زیبایی و اهمیت یافتن دو مؤلفه‌ی سرمایه جنسی، یعنی جذابیت ظاهری و جاذبه جنسی، بخصوص در فرایند همسریابی می‌شود (صادقی فسائی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۰).

در گذشته جذابیت ظاهری تا اندازه‌ی زیادی ذاتی بود و اگر کسی فاقد آن بود برای بهبودش کار چندان‌ی از دستش بر نمی‌آمد، اما امروز در جوامع مدرن، سطح بالایی از سرمایه جنسی بخصوص در رابطه با مؤلفه‌های جذابیت ظاهری و جاذبه جنسی، از طریق مدیریت بدن و اقدامات فنی به دست می‌آید؛ بنابراین افراد و بخصوص جوانان برای برخورداری از این مؤلفه‌ها که نقش مهمی در موفقیت فرد در عرصه‌های مختلف زندگی، بخصوص در زمینه‌ی ازدواج و مسائل زناشویی دارد، به مدیریت بدن در ابعاد مختلف روی می‌آورند.



الگوی ۱: مدل نظری پژوهش

فرضیه‌ها

۱. مدیریت بدن برحسب جنسیت متفاوت است.
۲. بین پذیرش اجتماعی بدن و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.
۳. بین سرمایه جنسی و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.
۴. بین تصور از بدن و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.
۵. بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی و مدیریت بدن رابطه وجود دارد.
۶. بین گرایش به مدیریت بدن در ابعاد مختلف تفاوت وجود دارد.

روش‌شناسی

روش اجرای پژوهش پیمایش است و از نظر هدف کاربردی، از نظر وسعت پهنانگر و از نظر زمانی یک بررسی مقطعی است. در این مطالعه برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری را کل جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله شهر یزد در سال ۱۳۹۷ تشکیل می‌دهند که بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ جمعیت این گروه در شهر یزد ۱۵۲۴۶۲ نفر گزارش شده است. از آنجا که امکان بررسی دیدگاه تمامی افراد وجود نداشت از شیوه نمونه‌گیری برای تبیین نظر افراد مورد مطالعه استفاده شده است و بر اساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر که معرف جامعه آماری تشخیص داده شدند به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. بدین صورت که ابتدا پنج منطقه یزد به عنوان پنج خوشه اصلی در نظر گرفته شد و در مرحله‌ی بعد خیابان‌ها و میادین اصلی هر منطقه در حکم بلوک برای خوشه‌ها در نظر گرفته شد و در مرحله‌ی آخر به روش تصادفی، پاسخگویان مورد مطالعه قرار گرفتند. پس از گردآوری داده‌ها، تحلیل آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۴ انجام و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون‌های متناسب با هر فرضیه استفاده شد. جهت اطمینان از اعتبار پرسشنامه از مشاوره و نظرات اساتید بهره گرفته شد و همچنین از آزمون آلفای کرونباخ جهت پایایی پرسشنامه استفاده شده است. ضریب آلفا برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷ است که نشان‌دهنده مطلوبیت ابزار تحقیق است.

(B) تعریف مفاهیم و عملیاتی کردن متغیرها

مدیریت بدن: به هر نوع نظارت و دست‌کاری ویژگی‌های ظاهری و آشکار بدن گفته می‌شود. به منظور سنجش سازه‌ی مدیریت بدن، با تأملی در مطالعات انجام شده در این زمینه چهار بعد آرایشی و بهداشتی، رویه‌های لاغری و تناسب اندام، لباس‌های اندامی و جراحی زیبایی در نظر

گرفته شد و به طور کلی مدیریت بدن در هر چهار بعد با ۳۴ گویه سنجیده شده است. تعاریف مفهومی و عملیاتی هر یک از ابعاد مدیریت بدن از این قرار است:

آرایشی و بهداشتی^۱: نوع و میزان آرایش را از طریق استفاده از وسایل آرایشی و بهداشتی نشان می‌دهد. استفاده از عطر و ادکلن، استفاده از کرم‌های روشن‌کننده، استفاده از کرم‌های ضد آفتاب، استفاده از لاک ناخن، استفاده از ناخن مصنوعی، استفاده از ژل و حالت‌دهنده مو، اصلاح موهای زائد، اصلاح مرتب موی سر، اصلاح موی سر بر اساس مد روز، اصلاح مرتب صورت، استفاده از رنگ مو و مش، استفاده از رژ لب، استفاده از خط چشم، پاکسازی پوست صورت، استفاده از لنزهای رنگی، استفاده از مداد ابرو برای سنجش این بعد استفاده گردید.

رویه‌های لاغری و تناسب اندام^۲: نوع و میزان اموری که منجر به لاغری و تناسب اندام می‌شود مانند رژیم‌های لاغری، پیاده‌روی، ورزش‌های قدرتی، داروها و مکمل‌ها و ... را مورد سنجش قرار می‌دهد. برای سنجش این بعد از گویه‌های زیر استفاده شده است: رژیم‌های لاغری برای تناسب اندام، ورزش‌های هوازی (مثل پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری) برای تناسب اندام، ورزش‌های قدرتی و بدن‌سازی برای تناسب اندام، داروها و مکمل‌ها برای تناسب اندام، کمربندهای لاغری برای تناسب اندام، کنترل وزن.

لباس‌های اندامی^۳: نوع و میزان استفاده از لباس‌هایی که زیبایی و جذابیت را نشان می‌دهند. برای سنجش این بعد از گویه‌های زیر استفاده شده است: استفاده از لباس‌های اندامی، استفاده از لباس‌های مد روز، لباس‌هایی که بدن را بهتر نشان می‌دهد، لباس بدن نما در مهمانی، استفاده از لباس‌های نازک.

جراحی زیبایی: میزان موافقت یا مخالفت با انجام جراحی زیبایی و تأثیر آن بر زیبایی را مورد سنجش قرار می‌دهد. برای سنجش این بعد از این گویه‌ها استفاده شده است: عمل جراحی برای زیباتر شدن، دوست داشتن عمل جراحی زیبایی، انجام عمل جراحی در آینده، غیرطبیعی بودن قیافه با عمل جراحی، ظاهر زیبا با عمل جراحی، فکر کردن به عمل جراحی زیبایی، نگاه دیگران به فردی که عمل جراحی زیبایی انجام داده.

پایگاه اقتصادی- اجتماعی: پایگاه اقتصادی- اجتماعی «مقام فرد یا گروه است با توجه به توزیع شأن در یک نظام اجتماعی و در مواردی تلویحاً با در نظر گرفتن چگونگی توزیع حقوق، مسئولیت‌ها، قدرت و اقتدار در چارچوب همان نظام نظیر اصطلاحاتی چون پایگاه بالا، پایین و ...»

¹. Cosmetics

². Procedures for Weight Loss and Fitness

³. Organic Clothes

(ساروخانی، ۱۳۷۰: ۷۲۹). به منظور سنجش پایگاه اجتماعی- اقتصادی شاخص‌های مختلفی نظیر سطح تحصیلات پاسخگو، میزان درآمد ماهانه پاسخگو و شغل پاسخگو مورد استفاده قرار گرفت. سرمایه جنسی: موضوع‌هایی نظیر زیبایی، مهارت جنسی، سرزندگی، خوش‌پوشی، مهارت اجتماعی، ذکاوت، دلربایی را در برمی‌گیرد. سرمایه جنسی آمیزه‌ای از جذابیت‌های ظاهری و اجتماعی است (حکیم، ۱۳۹۱: ۲۲). به‌منظور سنجش سازه‌ی سرمایه جنسی، چهار بعد مهارت جنسی، مهارت اجتماعی، شیوه ظاهر شدن در جامعه و سرزندگی برگزیده شد. به‌طور کلی سرمایه جنسی با ۱۷ گویه سنجیده شده است.

مهارت جنسی: انرژی، تخیل شهوانی، بازیگوشی و در مجموع هر چیزی که فرد را از نظر جنسی تبدیل به یک شریک عاطفی-جنسی موفق می‌سازد طوری که او برای شریک عاطفی-جنسی‌اش معشوق خوبی به حساب بیاید (دامود، ۱۳۹۴: ۴۴). برای سنجش آن از گویه‌های زیر استفاده شده است: شور و نشاط جنسی بین همسران، داروها و مواد افزایش‌دهنده توانایی جنسی برای تحکیم خانواده، کم توجهی به مسائل جنسی موجد مشکلات، میزان اهمیت سرد مزاجی در روابط جنسی.

مهارت اجتماعی: خوش‌مشربی، دلربایی، توانایی در تعامل با دیگران، توانایی این که کاری کنید که دیگران از شما خوششان بیاید، با شما احساس راحتی و شادمانی کنند، دوست داشته باشند شما را بشناسند و جایی که لازم است مایل به رابطه با شما باشند (دامود، ۱۳۹۴: ۴۳). برای سنجش آن از گویه‌های زیر استفاده شده است: از افراد شیرین زبان خوشم می‌آید، افرادی که می‌توانند در جامعه حرفشان را بزنند موفق‌ترند، افرادی که با آدم‌های بیشتری ارتباط دارند زندگی موفق‌تری دارند، افرادی که نتوانند حرفشان را در جامعه بزنند افرادی هستند، با افراد شاد احساس راحتی بیشتری دارم.

شیوه ظاهر شدن در جامعه: شکل لباس پوشیدن، آرایش چهره، عطر، جواهرات یا سایر چیزهای زینتی، مدل مو و آویزهای متنوعی که افراد با خود حمل می‌کنند یا می‌پوشند تا پایگاه اجتماعی و سبک زندگی خود را به نمایش بگذارند (دامود، ۱۳۹۴: ۴۳). برای سنجش آن از گویه‌های زیر استفاده شده است: من باید لباس‌هایی بپوشم که زیبایی بدنم مشخص باشد، من باید هنگام حضور در جامعه و انظار عمومی از وسایل آرایشی و بهداشتی استفاده کنم، تحصیلات، شغل و ثروت به تنهایی باعث خوشبختی نیستند، باید چهره زیبا هم داشت، من باید لباس‌هایی متناسب با مد روز بپوشم.

سرزندگی^۱: ترکیبی از برازندگی ظاهری، انرژی اجتماعی و خوش‌مشربی (دامود، ۱۳۹۴: ۴۳). برای سنجش آن از گویه‌های زیر استفاده شده است: افراد شاد و خندان بیشتر مورد توجه‌ام قرار می‌گیرند، افرادی که در مهمانی و مجالس باعث گرم شدن و شادی بیشتر می‌شوند

^۱. Vitality

دوست‌داشتنی‌ترند، افرادی که باعث شادیم شوند برایم ارزش بالاتری دارند، با افراد شاید ارتباط بهتری برقرار می‌کنم.

پذیرش اجتماعی بدن: منظور از پذیرش اجتماعی بدن، اشکال و تظاهرات خاص تن از حیث وضعیت ظاهری، آرایشی و پوششی است که در نظام اجتماعی مورد پذیرش واقع می‌شود (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۹). به منظور سنجش سازه‌ی پذیرش اجتماعی بدن بر اساس عقاید گاتفرد^۱ سه بعد پذیرش عمومی، پذیرش همسالان و پذیرش سازمانی برای سازه‌ی پذیرش اجتماعی بدن برگزیده شد. جمعاً پذیرش اجتماعی بدن با ۲۲ گویه برای هر سه بعد سنجیده شده است.

پذیرش اجتماعی عمومی: منظور از پذیرش اجتماعی عمومی درک فرد از جامعه با توجه به خصوصیت‌های افراد است. برای سنجش آن از این گویه‌های استفاده شده است: اندام ظریف توجه بیشتری را به خود جلب می‌کنند، من هنگام بیرون رفتن از خانه آرایش می‌کنم، من با زیباییم می‌توانم در جامعه موفقیت بیشتری کسب کنم، من با آرایش و رسیدگی به وضع ظاهرم می‌توانم در جامعه موفقیت بیشتری کسب کنم، من برای جلب توجه دیگران به سر و وضع خودم می‌رسم، وقتی با ظاهر آراسته در جامعه حاضر می‌شوم بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرم، نظر دیگران درباره‌ی ظاهرم برایم اهمیت دارد، با داشتن اندام خوب می‌توانم در جامعه موفقیت بیشتری کسب کنم.

پذیرش اجتماعی همسالان: به پذیرش اجتماعی افراد از لحاظ کیفیت پوشش و ظاهر، در بین افراد هم سن و در جمع دوستان گفته می‌شود. برای سنجش آن از گویه‌های زیر استفاده شده است: به خاطر ظاهر بدم مرا مسخره می‌کنند، دوستانم به خاطر چهره زیبای من به من توجه می‌کنند، دوستانم از هیکل خوب من تعریف می‌کنند، به خاطر اندام خوش فرمم مورد توجه جنس مخالف قرار می‌گیرم، در انتخاب همسرم به زیبایی چهره‌اش توجه می‌کنم، در انتخاب همسرم به تناسب اندامش توجه می‌کنم، به خاطر ظاهرم خجالت می‌کشم در جمع دوستانم باشم، به خاطر ظاهر بدم در جمع دوستانم زیاد حرف نمی‌زنم و بیشتر ساکت هستم.

پذیرش اجتماعی سازمانی: به پذیرش اجتماعی افراد از لحاظ کیفیت پوشش و ظاهر در سازمان‌ها، بانک‌ها، مؤسسات دولتی و مدارس گفته می‌شود (جعفری، ۱۳۹۵: ۶۵). برای سنجش آن از گویه‌های زیر استفاده شده است: ظاهر من در محیط‌های اداری و سازمانی روی رفتار افراد با من تاثیر دارد، وقتی خوش‌چهره باشم در محیط کارم بیشتر مورد احترام قرار می‌گیرم، زیباییم باعث می‌شود شانس بیشتری برای پیدا کردن کار داشته باشم.

تصور از بدن: تصور از بدن به ادراک، احساسات و افکار افراد نسبت به خودشان مربوط می‌شود که شامل برآورد اندازه بدن، ارزیابی از میزان جذابیت بدن است. تصور از بدن یک سازه اجتماعی

¹. Gottfried

است که با رضایت خاص فرد نسبت به بدنش رابطه دارد (گروگن، ۲۰۰۶). به منظور سنجش میزان تصور از بدن پاسخگویان، از پرسش‌نامه استاندارد قدک‌زاده و همکاران استفاده شده است، این متغیر در قالب ۱۴ گویه پرسیده شده است. برای سنجش آن از این گویه‌ها استفاده شده است: من از بعضی اندام‌های ظاهری‌ام راضی نیستم، احساس می‌کنم دیگران درباره‌ی ظاهرم نظر منفی دارند، وقتی از ظاهرم راضی نیستم دوست ندارم در فعالیت‌های اجتماعی شرکت کنم، قسمت‌هایی از ظاهرم است که اصلاً جذاب نیستند، با استفاده از وسایل آرایشی سعی می‌کنم ظاهرم را بهتر کنم، نظر مثبت دیگران درباره‌ی ظاهرم خیالم را راحت می‌کند، دوست دارم قسمت‌هایی از ظاهرم را تغییر دهم، از بعضی از قسمت‌های بدنم خجالت می‌کشم، ظاهرم را با مانکن‌ها، مدل‌ها و دیگران مقایسه می‌کنم، سعی می‌کنم عیب‌ها و نقص‌های ظاهرم را پنهان کنم، عیب و نقص ظاهرم را چک می‌کنم، حس می‌کنم دیگران از نظر ظاهری جذاب‌تر از من هستند، می‌ترسم بقیه عیب‌ها و نقص‌های من رو کشف کنند، سعی می‌کنم خودم رو داخل آینه نگاه نکنم.

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت نمونه

۵۷/۳ درصد افراد مورد مطالعه را مردان و ۴۲/۷ درصد از آن‌ها را زنان تشکیل داده‌اند. ۳۱/۳ درصد از افراد مورد مطالعه متأهل، ۶۶/۱ درصد مجرد و ۲/۶ درصد بدون همسر (فوت شده و مطلقه) بوده‌اند. بر اساس یافته‌ها، میانگین سن پاسخگویان ۲۵/۹۵ سال و انحراف معیار آن ۴/۸۹۲ می‌باشد همچنین سطح تحصیلات اکثریت پاسخگویان، لیسانس (۳۱/۵ درصد) و دیپلم (۲۴/۵ درصد) بوده است. همچنین ۱۷/۵ درصد از پاسخگویان فوق‌دیپلم، ۱۴/۸ درصد فوق‌لیسانس، ۸/۳ درصد زیر دیپلم و ۳/۶ درصد دکتری و بالاتر بوده‌اند.

جدول ۱: آماره‌های توصیفی متغیر مدیریت بدن و ابعاد آن

ابعاد	گویه‌ها	حداقل	حداکثر	میانگین ^۱	انحراف معیار
آرایی و بهداشتی	۱۶	۰	۴	۱/۴۵	۰/۱۶۸۰
لاغری و تناسب اندام	۶	۰	۴	۱/۳۴	۰/۱۷۶۸
لباس اندامی	۵	۰	۴	۱/۷۳	۰/۱۹۶۱
جراحی زیبایی	۷	۱	۵	۲/۹۱	۰/۱۹۷۸
مدیریت بدن	۳۴	۱/۱۲	۴/۶۲	۲/۵۶	۰/۱۵۸۷

^۱جهت یکسان‌سازی مقیاس‌ها و امکان مقایسه با یکدیگر، متناسب با نوع مقیاس، از تقسیم مجموع نمرات بر تعداد گویه‌ها، دامنه نمرات بین ۰ تا ۴ به دست آمد. در مورد سایر متغیرها نیز بر اساس همین رویه و متناسب با دامنه طیف، عمل شد.

جدول ۱، نشان می‌دهد که میانگین کلی شاخص مدیریت بدن ۲/۵۶ و انحراف معیار آن ۰/۵۷۸ است. به سخن دیگر میانگین مدیریت بدن در بین جوانان شهر یزد در حد کمتر از متوسط است.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی متغیر سرمایه جنسی و ابعاد آن

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	گویه‌ها	ابعاد
۰/۷۰۵	۳/۸۲	۵	۱	۴	مهارت جنسی
۰/۸۶۱	۳/۸۱	۵	۱	۵	مهارت اجتماعی
۰/۹۱۵	۳/۰۴	۵	۱	۴	شیوه ظاهر شدن در جامعه
۰/۷۷۹	۳/۰۹	۵	۱	۴	سرزندگی
۰/۵۷۷	۳/۷۰	۵	۱/۲۴	۱۷	سرمایه جنسی

براساس جدول ۲، نتایج نشان می‌دهد که میانگین شاخص کلی سرمایه جنسی ۳/۷۰ و انحراف معیار آن ۰/۵۷۷ است. به عبارت دیگر میانگین سرمایه جنسی در میان جوانان شهر یزد بالاتر از متوسط است.

جدول ۳: آماره‌های توصیفی متغیر مستقل پذیرش اجتماعی بدن و ابعاد آن

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد گویه‌ها	ابعاد
۰/۷۳۹	۳/۳۵	۵	۱	۸	پذیرش اجتماعی عمومی
۰/۵۷۰	۳/۵۱	۵	۱/۸	۸	پذیرش اجتماعی همسالان
۰/۶۶۱	۳/۲۸	۵	۱/۳	۶	پذیرش اجتماعی سازمانی
۰/۵۳۳	۳/۳۹	۴/۷۳	۱/۷۳	۲۲	پذیرش اجتماعی بدن

جدول ۳، نشان می‌دهد که میانگین شاخص کلی پذیرش اجتماعی بدن ۳/۳۹ و انحراف معیار آن ۰/۵۳۳ است. به سخن دیگر میانگین پذیرش اجتماعی بدن در بین جوانان شهر یزد بیشتر از حد متوسط است.

جدول ۴: آماره‌های توصیفی متغیر مستقل تصور از بدن

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	گویه‌ها	متغیر مستقل
۰/۷۳۹	۳/۲۴	۵	۱	۱۴	تصور از بدن

بر اساس جدول ۴، نتایج نشان می‌دهد که میانگین شاخص کلی تصور از بدن ۳/۲۴ و انحراف معیار آن ۰/۷۳۹ است. به عبارت دیگر میانگین تصور از بدن در بین جوانان شهر یزد بیشتر از حد متوسط است.

یافته‌های استنباطی

جدول ۵: همبستگی متغیرهای مستقل با مدیریت بدن

پایگاه اجتماعی - اقتصادی	تصور از بدن	پذیرش اجتماعی بدن	سرمایه جنسی	متغیر	
۰/۱۲۹*	-۰/۲۹۱***	۰/۴۳۷***	۰/۲۲۰***	r	مدیریت بدن
۰/۰۲۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	p	بدن

بر اساس نتایج جدول (۵)، بین متغیرهای پذیرش اجتماعی بدن و سرمایه جنسی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد ($P < ۰/۰۰۱$). بدین معنی که هر چه فرد بیشتر به دنبال پذیرش اجتماعی بدن باشد و سرمایه جنسی بیشتری داشته باشد، تمایل بیشتری به مدیریت بدن دارد. همچنین بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد ($P < ۰/۰۵$). به عبارتی هر چه فرد از پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتری برخوردار باشد تمایل بیشتری به مدیریت بدن دارد. نتایج نشان می‌دهد بین متغیر تصور از بدن با مدیریت بدن رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد ($P < ۰/۰۰۱$). بدین معنی که هر چه فرد تصور از بدن نامطلوب‌تری داشته باشد یا به عبارت دیگر، هر چه فرد رضایت کمتری از ظاهر و بدن خود داشته باشد، تمایل فرد به مدیریت بدن افزایش می‌یابد.

جدول ۶: خروجی آزمون فریدمن برای مقایسه گرایش به مدیریت بدن در ابعاد مختلف

میانگین رتبه	ابعاد
۲/۱۹	آرایی و بهداشتی
۲/۱۵	رویه‌های لاغری و تناسب‌اندام
۲/۶۹	لباس‌های اندامی
۲/۹۶	جراحی زیبایی

یافته‌های جدول ۶، بیانگر این است که بین گرایش به مدیریت بدن در ابعاد مختلف، تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($P < ۰/۰۰۱$). به طوری که بیشترین گرایش به مدیریت بدن مربوط به بعد

جراحی زیبایی (۲/۹۶) و کمترین گرایش به مدیریت بدن مربوط به بعد رویه‌های لاغری و تناسب‌اندام (۲/۱۵) بوده است.

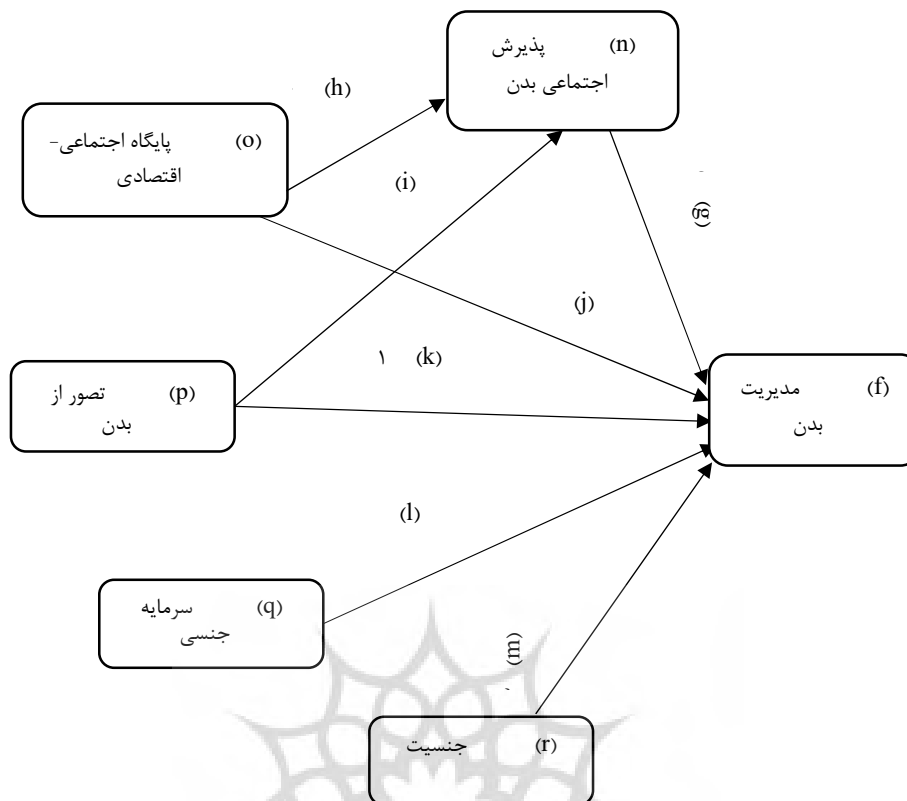
جدول ۷. رگرسیون تأثیر متغیرهای مستقل بر مدیریت بدن

سطح معنی‌داری	t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		متغیرهای مستقل
			B	خطای معیار	
۰/۰۰۱	۷/۹۳۳	۰/۳۶۷	۰/۰۵۵	۰/۴۳۷	جنسیت
۰/۰۰۹	۲/۶۳۳	۰/۱۶۱	۰/۰۶۳	۰/۱۶۶	سرمایه جنسی
۰/۰۳۳	۲/۱۴۳	۰/۰۹۹	۰/۰۰۳	۰/۰۰۵	پایگاه اقتصادی-اجتماعی
۰/۰۰۱	۸/۰۷۲	۰/۵۰۱	۰/۰۷۳	۰/۵۸۷	پذیرش اجتماعی بدن
۰/۰۰۱	-۳/۴۴۴	-۰/۱۷۳	۰/۰۴۰	-۰/۱۶۶	تصور از بدن
ضریب همبستگی چندگانه		ضریب تعیین		ضریب تعیین تعدیل شده	
۰/۶۱۰		۰/۳۷۲		۰/۳۶۱	

با توجه به جدول ۷، هر پنج متغیر مستقل (جنسیت، سرمایه جنسی، پایگاه، پذیرش اجتماعی، تصور از بدن) توانسته‌اند با روش گام به گام وارد معادله نهایی تحقیق شوند. میزان همبستگی چندگانه این پنج عامل ۰/۶۱۰ شده که حاکی از رابطه نسبتاً قوی بین متغیرهای مستقل با مدیریت بدن است. میزان ضریب تعیین تعدیل شده نشان‌دهنده این است که ۳۶/۱ درصد از تغییرات مدیریت بدن توسط متغیرهای جنسیت، سرمایه جنسی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، پذیرش اجتماعی بدن و تصور از بدن تبیین می‌شود و مابقی تغییرات متغیر وابسته به متغیرهای دیگری برمی‌گردد که در این تحقیق به آن‌ها پرداخته نشده است.

تحلیل مسیر

به منظور تعیین چگونگی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در این پژوهش، از تحلیل مسیر استفاده شده است:



الگو ۲: تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر مدیریت بدن

در جدول ۸، اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تحقیق نشان داده شده است. تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر مدیریت بدن نشان می‌دهد که متغیر پذیرش اجتماعی بیشترین تأثیر مستقیم و کل ($\beta = ۰/۵۰۱$) را بر روی مدیریت بدن دارد.

جدول ۸: اثر مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر مدیریت بدن

کل	نوع اثر		متغیرهای مستقل
	غیرمستقیم	مستقیم	
۰/۳۶۷	-	۰/۳۶۷	جنسیت
۰/۱۶۱	-	۰/۱۶۱	سرمايه جنسی
۰/۱۳۹	۰/۰۴۰	۰/۰۹۹	پایگاه اقتصادی - اجتماعی

کل	نوع اثر		متغیرهای مستقل
	غیرمستقیم	مستقیم	
۰/۵۰۱	-	۰/۵۰۱	پذیرش اجتماعی بدن
-۰/۲۴۳	-۰/۰۷۰	-۰/۱۷۳	تصور از بدن

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر کوششی در جهت پاسخگویی به سؤالاتی است از این قبیل که: وضعیت مدیریت بدن در بین جوانان ۱۸-۳۵ شهر یزد چگونه است؟ و مهم‌ترین عوامل مرتبط با مدیریت بدن جوانان شهر یزد کدام‌اند؟، در این زمینه یافته‌ها نشان داد:

وضعیت مدیریت بدن در بین جوانان شهر یزد در سطح کمتر از متوسط قرار دارد و در بین ابعاد مدیریت بدن، اقدام به جراحی زیبایی در بین جوانان در وضعیتی نزدیک به متوسط قرار داشته و نسبت به دیگر کنش‌های مرتبط به مدیریت بدن، جوانان گرایش بیشتری به جراحی زیبایی داشته‌اند.

- میزان گرایش زنان و مردان نسبت به مدیریت بدن یکسان نبوده و زنان نسبت به مردان از میزان مدیریت بدن بالاتری برخوردارند. بنابراین یکی از عوامل اثرگذار بر گرایش جوانان به مدیریت بدن، جنسیت است. آزارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، سفیری و همکاران (۱۳۹۲) و ادیبی و جلالی اکردی (۱۳۹۲) یافته‌های مشابهی را گزارش کردند.

- بین پذیرش اجتماعی بدن و گرایش جوانان به مدیریت بدن رابطه معناداری وجود دارد. همراستا با این یافته بابایی‌فرد و همکاران (۱۳۹۹)، فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۹) و جعفری (۱۳۹۵) نشان دادند که دستیابی به پذیرش اجتماعی بدن از علل مهم گرایش افراد به کنش‌های مرتبط با مدیریت بدن است. از نگاه نظریه کنش متقابل نمادین نیز کسب مقبولیت اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی کنش‌های افراد دارد، به‌گونه‌ای که نظریه‌پردازانی چون کولی معتقدند انسان خود را از دید دیگران ارزیابی می‌کند (خودآیین‌سان) بنابراین تصور هر فرد از بدن خود در کنش متقابل با دیگران و در نتیجه تصویری شکل می‌گیرد که فرد از قضاوت دیگران درباره بدن خود دارد و در صورتی که تفسیر فرد از قضاوت دیگر در مورد بدن خود نامطلوب باشد گرایش فرد به کنش‌های مرتبط با مدیریت بدن افزایش می‌یابد (قبادی، ۱۳۹۷).

- همچنین یافته‌ها نشان داد که بین سرمایه جنسی و مدیریت بدن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مشابه با این یافته دامود (۱۳۹۴) و صادقی فسائی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند که سرمایه جنسی متغیری مهم در تبیین گرایش افراد به مدیریت بدن است. یافته فوق با نظریه کاترین حکیم نیز همخوانی دارد. از نگاه حکیم جذابیت‌های دیداری، ظاهری، اجتماعی و

زیبایی‌شناختی که از آن به عنوان سرمایه جنسی یاد می‌شود امروزه اهمیت فراوانی یافته‌اند زیرا افراد به خوش‌قیانه و جذاب بودن بیش از پیش اهمیت می‌دهند (حکیم، ۱۳۹۱: ۵۳-۵۲) و برخلاف گذشته که جذابیت‌های ظاهری ذاتی فرض می‌شدند امروزه به مدد جراحی‌های زیبایی، لوازم آرایشی، رژیم‌های لاغری یا چاقی برای رسیدن به اندامی ایده‌آل دست‌یافتنی شدند.

- نتایج نشان داد که بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مدیریت بدن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از زاویه نگاه بورديو، بدن در جامعه مدرن تبدیل به نوعی کالا گشته که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد و در کنار سرمایه‌هایی چون سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قادر است برای فرد منزلت ایجاد کند (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۷۶). همراستا با این یافته کوهی (۱۳۹۰) و قبادی و همکاران (۱۳۹۵)، ضیاپور و باقریان‌جودار (۱۳۹۲) رابطه معنادار بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مدیریت بدن را تأیید کردند.

- بر اساس نتایج، بین تصور از بدن و مدیریت بدن رابطه منفی و معناداری وجود دارد. از نگاه روزنبرگ هرگاه فرد برداشت و تصور مطلوب و قابل قبولی از بدن و ظاهر خود نداشته باشد یا به سخن دیگر هرگاه میان خود موجود و خود دلخواه فرد فاصله وجود داشته باشد، فرد دچار نارضایتی از خود می‌گردد و سعی می‌کند با استفاده از اقدامات و شیوه‌هایی که در قالب مدیریت بدن تعریف می‌شود این نارضایتی را رفع و فاصله بین خود موجود و خود دلخواه را کمتر کند. یافته‌های حاصل از مطالعات سیلوا و همکاران (۲۰۲۰)، فریره و همکاران (۲۰۲۰)، کوهی (۱۳۹۰)، حیدری چروده و کرمانی (۱۳۹۰)، زاهدی نژاد (۱۳۸۹) و نوروزی و همکاران (۱۳۹۶) نیز مطابق با یافته فوق است.

بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- شناسایی گفتمان‌های غالبی که موجب شکل‌گیری گرایش تعداد قابل توجهی از جوانان به اقدامات مرتبط به مدیریت بدن شده است (با استفاده از روش CLA).

- واکاوی پیامدهای جسمانی و اجتماعی گرایش جوانان به مدیریت بدن خود در قالب انجام عمل‌های جراحی غیرضروری و استفاده از لوازم آرایش فراوان و یا بی‌کیفیت با استفاده از روش چرخه آینده‌پژوهی.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی و بهنوئی‌گونه، عباس (۱۳۸۹)، «سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه موردی: دختران و پسران شهر بابلسر)»، *ژن در توسعه و سیاست*، دوره ۸، شماره ۳۰: ۱۷۶-۱۵۳.
- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۴)، «جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان»، *فصل زنان*، شماره ۵: ۶-۱.

- ادیبی سده، مهدی و جلالی اکردی، سید هادی (۱۳۹۲)، «مدیریت بدن و هویت اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان دختر و پسر شهر ساری)»، *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، سال ۳، شماره ۹: ۲۲-۹.
- ادیبی سده، مهدی، علیزاد، مهستی و کوهی، کمال (۱۳۹۰)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان»، *مطالعات روانشناختی زنان*، سال ۹، شماره ۳: ۵۹-۸۴.
- آزادارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، «بدن به‌منابه رسانه هویت»، *جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۴، شماره ۴: ۵۷-۷۵.
- بابایی فرد، اسداله؛ یوسفی فر، طاهره و امجدی، زهرا (۱۳۹۹)، «عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در شهر قم» *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۱۳، شماره ۴: ۱۱۹-۱۴۵.
- جعفری، فاطمه (۱۳۹۵)، «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت بدن مورد مطالعه زنان ۴۵-۱۵ ساله ساکن شهر نورآباد ممسنی»، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه یاسوج، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- حکیم، کاترین (۱۳۹۱)، *سرمایه جنسی و نقش آن در مناسبات قدرت جامعه*، ترجمه ژیلای سرابی، نشر اینترنتی www.Ketabnak.com، ۱۳۹۹/۱۰/۱.
- حیدری‌چروده، مجید و کرمانی، مهدی (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه‌ی باورهای زیباشناختی با تصویر ذهنی از بدن و نحوه‌ی مدیریت ظاهر در بین جوانان شهر مشهد»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، سال ۴، شماره ۴: ۵۶-۱۱۷.
- دامود، مهسا (۱۳۹۴)، «رابطه سرمایه جنسی و مدیریت بدن زنان در شهر کرمانشاه»، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- دورخ، روناک و نوری، حامد (۱۳۹۹)، تبیین مدل جامعه‌شناختی مدیریت بدن زنان براساس سرمایه فرهنگی و رسانه با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی: شهر سنندج)، *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۲ (۱): ۷۱-۹۰.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶)، *فرهنگ مطالعات جوانان*، تهران: انتشارات آگاه
- رستمی، نیر و راد، فیروز (۱۳۹۸)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در بین بانوان ورزشکار»، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۲، شماره ۱: ۹۴-۶۳.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۵)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- زاهدی نژاد، مهسا (۱۳۸۹)، «بررسی جامعه‌شناسی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن بین دانشجویان دختر دانشگاه باهنر و دانشجویان دختر علوم پزشکی»، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، *دایره المعارف علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

- سفیری، خدیجه؛ میرزایی، سید محمد و آزادی ایگدر، حکیمه (۱۳۹۲)، «بررسی جامعه‌شناختی مقایسه بدن بین زنان و مردان»، *فصلنامه زن و جامعه*، سال ۴، شماره ۳: ۴۷-۶۲.
- صادقی فسائی، سهیلا؛ فاضل، رضا و رضایی، حسین (۱۳۹۶)، «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه مدیریت بدن و ارزش سرمایه جنسی در بین زنان (مورد مطالعه: زنان متولد دهه ۶۰ شهر همدان)»، *مطالعات روانشناختی - اجتماعی زنان*، سال ۱۵، شماره ۳: ۱۴۴-۱۰۱.
- ضیاءپور، آرش و باقریان جلودار، مصطفی (۱۳۹۲)، عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در میان جوانان گیلان غرب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، مازندران.
- عبدالحسینی، اشرف و حقیقتیان، منصور (۱۳۹۶)، «عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در بین نوجوانان و جوانان دختر و پسر شهر اصفهان»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال ۱۷، شماره ۶۷: ۲۷۱-۲۳۳.
- فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۹)، «گفتمان جامعه‌شناسی بدن و نقد آن بر مبنای نظریه حیات معقول و جهان‌بینی اسلامی»، *معرفت فلسفی*، سال ۱، شماره ۲: ۸۲-۵۷.
- قادرزاده، امید و پیری، کامیار (۱۳۹۳)، «مطالعه پدیدارشناختی اقدام به خودکشی در شهر آبدانان ایلام»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۱۵، شماره ۱: ۲۹-۳.
- قیادی، حشمت؛ کلدی، علیرضا و مهدوی، سید محمدصادق (۱۳۹۵)، «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی و مدیریت بدن در بین زنان شهر ایلام»، *دانشگاه علوم پزشکی ایلام*، سال ۲۵، شماره ۳: ۴۴-۵۶.
- قیادی، حشمت؛ کلدی، علیرضا و مهدوی، سید محمدصادق (۱۳۹۷)، «تبیین جامعه‌شناسی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی»، *فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده*، ۴۵: ۷۵-۹۵.
- کوهی، کمال (۱۳۹۰)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز»، (پایان‌نامه دکتری)، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- مفاخری، عبدالله؛ اشرفی فرد، سمیه و خرمی، محمد (۱۴۰۰)، «مدل ساختاری رابطه بین نگرانی از تصویر بدن و باورهای وسواسی با مدیریت بدن در افراد متقاضی جراحی زیبایی»، *فصلنامه روانشناسی سلامت*، دوره ۱۰، شماره ۳۸: ۱۴۰-۱۲۱.
- نایبی، هوشنگ و محمدی‌تلور، ستار (۱۳۹۲)، «تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه تجربی جوانان شهر سنج)»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۱۴، شماره ۴: ۱۵۲-۱۳۱.
- نوروزی، علی؛ ملکی، امیر؛ پارسا مهر، مهربان و قاسمی، حمید (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر تصویر بدن و مدیریت بدن بر مشارکت ورزشی زنان استان ایلام»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۹، شماره ۴: ۹۹-۱۲۲.
- Freire, G. L. M., da Silva Paulo, J. R., da Silva, A. A., Batista, R. P. R., Alves, J. F. N., & do Nascimento Junior, J. R. A. (2020), "Body dissatisfaction, addiction to exercise and risk behaviour for eating disorders among exercise practitioners", *Journal of Eating Disorders*, 8(1), 1-9.
- Gimlin, D. (2006), "The absent body project: Cosmetic surgery as a response to bodily dys-appearance". *Sociology*, 40(4): 699-716.

- Grogan, S. (2006), "Body Image and Health Contemporary Perspective", *Journal of Health Psychology*, 11(4): 523-530.
- Jennifer, B; Aylin, K. Derek, L. and Athena, P. (2017), "Asian American Womens Body Image Experiences." *Aqualitativ Intersectionality Study*, 4: 479-496.
- Jun, D., Park, S., Park, S. (2017), Effects of BMI, fitting size, self-esteem, and depression on the body management. *Fashion & Textile Research Journal*, 19(6): 795-803.
- Shilling, C. (1993), *Body and Social Theory*, London: Sage Publication.
- Silva, A. F. D., Moraes, M. S., Martins, P. C., Pereira, E. V., Farias, J. M. D., & Silva, D. A. S. (2020), "Prevalence of body image dissatisfaction and association with teasing behaviors and body weight control in adolescents", *Motriz: Revista de Educação Física*, 26(1): 1-11.
- Swami, V., Campana, A., Ferreira, L., Barrett, S., Harris, A. and Tavares, M. (2010), "Acceptance of Cosmetic Surger: Personality and Individual Difference Predictors", *Body Image*, 6(1): 7-13.

