

سبک زندگی و مدیریت بدن

بیژن خواجه‌نوری*^۱، علی روحانی^۲ و سمیه هاشمی^۳

چکیده

سبک زندگی و مدیریت بدن از مفاهیم مهم جامعه‌شناسی معاصر است. این مطالعه سعی در بررسی رابطه‌ی این دو مفهوم دارد. در این پژوهش پس از بررسی مطالعات نظری و تجربی موجود، نظریه‌ی ترکیبی مبتنی بر نظریه‌ی گیدنز ساخته شد. داده‌های پژوهش با استفاده از روش پیمایشی و با تهیه‌ی پرسشنامه‌ی خود گزارشی در شهر شیراز نمونه‌ی ای ۵۰۸ نفری از زنان ۱۵ تا ۶۴ ساله با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان دادند که در سطح تحلیل دو متغیره تمامی سبک‌های زندگی با مدیریت بر ظاهر و هم‌چنین تغییر شکل اندام رابطه داشته‌اند، اما در تحلیل چند متغیره مشاهده شد که سبک‌های مدرن ورزشی - موسیقی، فراغتی، مشارکت‌های جدید، مذهبی و در نهایت، موسیقی سنتی روی هم توانسته‌اند مدیریت زنان بر ظاهرشان را با ۴۵ درصد تبیین کنند و متغیرهای سبک مشارکتی جدید، ورزشی - موسیقی جدید، موسیقی قدیمی و در نهایت فراغتی روی هم ۳۰/۳ درصد تغییرات مدیریت تغییر شکل اندام زنان را تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت بدن، سبک زندگی، مذهب، موسیقی.

۱- استادیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، aliruhani@gmail.com

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه تهران، heshemi.somaye.65@gmail.com

پیشگفتار

مطالعات نشان داده‌اند که انسان‌ها از گذشته تا به حال بدن‌هایشان را به لحاظ فرهنگی به روش‌های گوناگون شکل داده‌اند. این روش‌ها دامنه‌ای وسیع از راه‌های سنتی همچون کنترل غذا و یا کشیدن گردن تا راه‌های جدیدتر همچون استفاده از جراحی‌های زیبایی را در بر می‌گیرند. مسئله‌ی زیبایی در جوامع گوناگون از مسایل جدی بوده و در فرایند انتخاب‌های مردم نقشی مهم داشته است. مطالعات نشان داده‌اند که از جوامع بدوی تا جوامع مدرن صنعت زیبایی مطرح بوده (Malson, 2008) و انسان‌ها با استفاده از وسایل گوناگون سعی نموده‌اند که خود را زیباتر نشان دهند. اگر چه زیبایی امری بسیار ذهنی است، اما همچنان که ریچر و کو اشاره می‌کنند، آن را نمی‌توان به سادگی موضوع علم زیبایی شناسی و یا ذائقه تلقی کرد بلکه ایده‌های فرهنگی زیبایی شاخص و بیانی از ارزش‌ها و باورهای اجتماعی هستند (Reischer & Koo, 2004).

از آنجا که بدن یکی از شاخص‌های نهایی و بیان‌های غایی جهان اجتماعی است که در آن قرار داریم، می‌توانیم بپذیریم که داشتن بدن زیبا نشانه‌ی ارزش‌های اجتماعی و تا حدودی، ساز و کار قدرت و کنترل اجتماعی است. لذا، در این‌جا با چشم‌انداز نظری روبه‌رو هستیم که بر نقش فعال بدن در جهان اجتماعی تأکید می‌کند. بنابراین، بدن را می‌توان به عنوان جنبه‌ی اساسی خود نمایشی^۱ تلقی نمود. مطالعه‌ی زیبایی ظاهری و بدن انسانی از مسایل مهم جامعه‌ی امروزی است. دلیل این امر آن است که در جوامع پیشا مدرن فرد در جمع مستحیل بود و انتخاب و تغییر شرایط موجود به مانند جوامع مدرن امروزی زمینه‌ای برای ظهور پیدا نمی‌کرد. در دوران جدید، افراد در عرصه‌های تصمیم‌گیری و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی نقشی مهم دارند (RafatJah, 2007, Rabbani & Shiri, 2009, Monadi, 2009). در همین راستا، نظریه‌های جامعه‌شناسی نیز از تأکید بر ساختارهای کلان به سوی "خود" و نظریه‌های خرد تمایل پیدا کردند. براین اساس، مفهوم "کنشگر خلاق و معنا ساز" وارد حوزه‌ی مطالعات جامعه‌شناسی شد. کنشگری که با سیالیت خود، واقعیت‌ها و ساختارهای کلان را آگاهانه می‌سازد (Neuman, 2007), (Neuman, 2006), (Blaikie,) (2007) و (Guba & Lincoln, 2005).

بدین جهت، موضوع بدن و تصور از آن و مفاهیمی همچون بدن سیاسی پای به عرصه وجود گذاشت (Abazari & Hamidil, 2008). با گسترش فناوری‌های ارتباطی و داده‌هایی نظیر ماهواره، اینترنت، فرهنگ مدرن در جهان گسترش یافت و با فرایند جهانی شدن^۲، شبکه‌های ارتباطی با این‌که فرایند یکسان‌سازی فرهنگ جهانی را دنبال می‌کردند مواجهه نوری (Khajenoori, 2005).

¹ - Acting self.

² - Globalization

اما با این حال، امکان خلق تمایزات گوناگون فراهم آمد. این امر با مصرف (کالاهای مادی و معنوی) نمود عینی‌تری به خود گرفت و ادبیات جدیدی با عنوان سبک زندگی وارد عرصه‌ی جامعه‌شناسی شد (Abazari & Chavoshian, 2002). در واقع انتخاب نوع ویژه‌ای از سبک زندگی منجر به شکل دادن حوزه‌ی فردی و عمومی هر فردی می‌شود، این مفهوم شامل مدیریت بدن^۱ و اصلاح بدن^۲ در حوزه‌ی فردی تا عضویت در گروه‌های گوناگون اجتماعی، کسب موفقیت، سرمایه اجتماعی و ... در عرصه‌ی عمومی می‌گردد (Khajenoori, 2009). سبک‌های زندگی رفتارهای افراد را تغییر داده و افراد پیوسته بر اثر آن بر بدن‌شان نظارت و حتی آنها را تغییر می‌دهند. آنچه در فضای کنونی به وسیله‌ی رسانه‌های جهانی مورد تأکید قرار می‌گیرد، تولید و ساخت مُد و آرایه‌ی الگو در راستای مدیریت و کنترل بدن‌های شهروندان است. تأکید بر زیبایی و آفرینش "مُد" سعی در غیر سیاسی کردن بدن است و لذا، سبک‌های زندگی اغلب به سوی "سیاست زندگی" به جای "سیاست رهایی بخش" حرکت می‌کنند (Giddens, 2008). جوانان که در این‌جا گروه هدف بشمار می‌روند، از تمرکز بر روی بدن سیاسی برای نشان دادن اعتراض سیاسی، به تمرکز بر بدنشان برای بدست آوردن منزلت، سرمایه نمادین و ایجاد تمایز با دیگران تغییر موضع می‌دهند (KeyvanAra, Movahed, GhafariNasab & Rabbani & ZhianPoor, 2003; Shahabi, 2010; Hosseini,

بروز حساسیت بیش از حد در مورد بدن و ظاهر آن بیش‌تر منجر به بروز مشکلاتی در بدن نظیر بی‌نظمی در تغذیه، کاهش اعتماد به نفس، لاغری، آسیب‌های بدنی و ... شده است (Khajenoori, 2009). البته، این حساسیت در میان زنان، بویژه زنان و دختران جوان در مقایسه با مردان بسیار بیش‌تر است (AzadArmaki & Talei et al., 2009; Zokaei & Farzane, 2008; Chavoshian, 2002; Khajenoori, 2009; KeyvanAra, Rabbani & ZhianPoor, 2010; Bahram & Shafizade, 2006; Tiggemann & Eha Ruutel, 2001; Huang et al., 2007). این امر حتی موجب شده تا بیش‌تر پژوهش‌های ۳۰ سال اخیر در حوزه‌ی نگرش نسبت به بدن در مورد این گروه انجام شود (Tiggemann & Eha Ruutel, 2001). نگرانی دخترها نسبت به بدن‌شان مشکلات زیادی را برای آنها ایجاد کرده است (جراحی‌های زیبایی، تاتو، لایپوساکشن و ...). هم‌چنین، آنها را به رژیم‌های غذایی سخت‌گیرانه و بدون نظارت پزشک سوق داده است (Jung & Lee, 2009).

آمارها در ایران بیش‌تر بر پایه‌ی برآوردهای ژورنالیستی بوده و دقیق نمی‌باشند، اما آنچه به صورت گسترده مورد قبول قرار گرفته، این است که مدیریت بدن در حال افزایش است

¹ - Body Management

² - Body Modification

می‌رسد که به تدریج لاغری پیش‌نیاز بدن زیبا بشمار می‌رود و بدن لاغر بر بدن فربه و چاق رجحان می‌یابد. بسیاری از دختران برای رسیدن به احساس رضایت از بدن و تصور بدنی مثبت از خود، سعی در مدیریت بر بدن‌هایشان دارند، اما در این مسیر دچار عوارض جانبی فراوانی می‌شوند زیرا بیش‌تر اقدام‌ها بدون مشورت با پزشک است. همچنین، پژوهش‌ها نشان‌دهنده‌ی آن است که اعمال مدیریتی و اصلاحی در مورد بدن در میان طبقات پایین‌تر از طبقات متوسط رخ می‌دهد (کیوان آرا و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۷۳). این وضعیت نشان از این واقعیت دارد که بدن پدیده‌ای اجتماعی- فرهنگی و تاریخی است (Reischer & Koo, 2004).

مروری بر پژوهش‌های پیشین

ذکایی و فرزانه در مطالعه‌شان به این نتیجه رسیده‌اند که زنان پس از جراحی‌های زیبایی احساس رضایت بیش‌تری از خود داشته و اعتماد به نفس‌شان بالاتر رفته است. از سوی دیگر، گزینش جراحی زیبایی در چرخه‌ای میان انتخاب فردی و ساختارهای اجتماعی قرار گرفته است (Zokaie & Farzane, 2008).

قلعه‌بندی و ابراهیمی در بررسی خود دریافتند که بین درخواست کنندگان جراحی زیبایی بینی الگوهای شخصیتی و سواسی _ خودشیفته بیش‌تری نسبت به عامه وجود دارند. پژوهشگران درخواست جراحی زیبایی را به تعامل عامل‌های روان‌شناختی فردی و تأثیرهای فرهنگی در نظر گرفته‌اند (Ghalebandi & AfkhamEbrahi, 2004). آزاد ارمکی و چاوشیان در پژوهش خود نشان داده‌اند که بین جنس، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دیانت، نگرش سنتی به خانواده با مدیریت از بدن رابطه وجود دارد، اما متغیرهای ساختاری مانند پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه اقتصادی و شغل رابطه معناداری نداشته‌اند (AzadArmaki & havoshian, 2002).

فاتحی و اخلاصی در پژوهش‌شان نشان دادند که زنان توجه بالایی به تمام وجوه مدیریت از بدن داشته‌اند. بین متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اجتماعی اقتصادی با مدیریت بدن رابطه‌ی مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه‌ی معکوس و معنادار وجود داشته است (Fatehi & Ekhlas, 2008). کیوان آرا و همکاران در مطالعه‌شان به این نتیجه رسیدند که: ۱- انجام جراحی زیبایی مختص به اقشار ممتاز جامعه نیست و در میان طبقات پایین نیز فراگیر شده است. ۲- اقشار طبقه‌ی پایین بیش‌تر از اقشار طبقه‌ی متوسط عمل جراحی انجام می‌دهند که نشان‌دهنده‌ی اهمیت زیبایی در کسب منزلت اجتماعی است. ۳- رفتارهای زیبایی و جذابیت بدنی به عنوان بخشی از یک سبک زندگی می‌تواند تمایز بخش اقشاری باشد که تعلق طبقاتی واحدی دارند (KeyvanAra, Rabbani and ZhianPoor, 2010).

نتایج پژوهش رضایی و همکارانش نشان دادند که عواملی نظیر مصرف گرای، فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای به گونه‌ی مستقیم و معنادار با مدیریت بدن رابطه‌ی معنادار داشتند. این متغیرها روی هم ۸۳ درصد از تغییرات مدیریت بدن را پیش‌بینی کردند (Rezei, Inanlo & Fekri, 2010). نتایج مطالعه‌ی موحد و همکاران بیان‌گر آن است که آرایش با برنامه‌ی زندگی افراد در هم تنیده است و به وسیله‌ی آن تنظیم و هماهنگ می‌شود. دختران با وجود ساختارهای موجود در انتخاب آرایش تا حدودی عاملیت خود را حفظ کرده‌اند. آرایش کردن، شیوه‌ای عقلانی برای کسب سرمایه‌ی نمادین و حتی تبدیل آن به انواع دیگر سرمایه است (Movahed, GhafariNasab & Hosseini, 2010).

اخلاصی در مطالعه‌اش به تشریح اهمیت بدن در فرهنگ مصرفی و فاصله‌گیری زنان از بدن طبیعی و شکل‌گیری بدن اجتماعی برای آنان، از راه بکارگیری رویه‌های آرایشی در عرصه‌ی عمومی جامعه می‌پردازد (Ekhlasi, 2010). اباذری و همکارانش بیان کرده‌اند که زنان به دلیل داشتن بدن زنانه که می‌تواند با خطراتی همچون تجاوز و اعمال خشونت مواجه شود، تجربه‌ای ویژه از احساس نامنی در فضای اجتماعی پیدا می‌کنند. بدین منظور، با ۴۰ زن ساکن در شهر تهران مصاحبه و از آن‌ها خواسته شد تا به چگونگی مدیریت بدن خودشان را در رویارویی با خطرات شهری و نیز احساس نامنی در فضاهای شهری بپردازند. سپس موضوع‌های اصلی بدن زنانه و احساس ناامنی، هراس از ورود به حوزه‌ی عمومی، حرکت در حوزه‌های تکراری، هراس از شب و تاریکی، پشت سر گذاشتن مرزهای سنتی و بدن ایمن فاحشه استخراج شده است (Abazari, SadeghiFasaei & Hamidi, 2008). پژوهش ابراهیمی و بهنویی نشان داد که با افزایش سرمایه‌ی فرهنگی افراد، نحوه‌ی مدیریت ظاهر در میان دختران و پسران افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، الگوی رایج مدیریت ظاهر در میان جوانان متأثر از نوگرایی و مؤلفه‌های مرتبط با دنیای مدرن است (Ebrahimi & Behnoei, 2009).

ستوده و همکارانش در مطالعه‌ی خود به این نتیجه رسیده‌اند که درک زنان از شوهرانشان نسبت به وزن‌شان و هم‌چنین، محل سکونت روی تصور زنان از بدنشان اثر می‌گذارد (Sotoudeh, 2009). یافته‌های هوارث-هوپنر نشان دادند که محیط بحرانی در خانواده، کنترل قهر آمیز والدین و گفتمان مسلط بر وزن در خانواده شرایطی مهم‌اند و پیکره‌بندی ویژه‌شان با توجه به تأثیرات فرهنگ و خانواده در تولید اختلالات تغذیه نقش دارند (Haworth-Hoepfner, 2000). بررسی لوپنسون و همکارانش نشان داد که جنسیت و نژاد در تصویر بدن در میان نوجوانان نقشی معنادار دارد، اما آن‌ها بر این باورند که ارزیابی والدین نقشی مهم‌تر در تصویر بدن در بین فرزندان و بویژه در میان فرزندان دختر دارد. به گونه‌ی کلی، موقعیت اجتماعی و دیگران مهم در زندگی نوجوانان در دیدگاه نوجوانان نسبت به خودشان اثری مهم دارند (Levinson, Powell & Steelman, 1992).

گلیزر بر این باور است که زنان نیاز روان‌شناختی قوی‌ای برای حفظ و پیگیری زیبایی و ارتقای جذابیت خود دارند. آن‌ها نسبت به مردان به تصویر بدنی خود حساس‌ترند که البته، این وضعیت در شرایط، فرهنگ‌ها و نژادهای گوناگون یکسان است و هر فرهنگی ایده‌آل‌های ویژه‌ی خود را در رابطه با زیبایی دارد که البته، این ایده‌آل‌ها در طول زمان تغییر می‌کنند. برای مثال، مطالعه در مورد فرهنگ آمریکایی در طول ۵۰ سال گذشته نشان می‌دهد که ایده زیبا شدن، لاغرتر بودن را به زنان دیکته کرده است (Glazer, 1992). گارنر و همکارانش نیز بر این باورند که رسانه‌ها تصور بدنی لاغر را ترویج می‌کنند (Garner et al., 1980). ویزمن و همکارانش (Wiseman et al., 1992) نیز بر نقش برخی از مجله‌های آمریکایی در تغییر تصور از بدن جوانان آمریکایی تأکید نموده‌اند.

اسپنسر در مطالعه‌اش ابعاد جسمانی بدن را از راه یک مطالعه مردم‌نگارانه در باشگاه‌های ورزش‌های رزمی مختلط (زن و مرد) بررسی می‌کند. نتایج حاکی از آنند که فن‌های بدنی، یاد گرفته شده بر هویت آن‌ها پیوسته می‌شود. از سوی دیگر، یادگیری فن‌های بدن تبدیل به سلاحی می‌شود که از هویت افراد دفاع می‌کند (Spencer, 2009).

اسکات در مطالعه‌ی خود ساخت و ساز استدلالی، مقررات، تنظیم‌ها و عملکرد شناگران زن در استخر را بررسی می‌کند. تنظیم و بازنمایی بدن شناگران زن به عنوان ساز و کارهای ساختاری دوگانه قابل فهم است. فن‌های بدن بازاندیشیده شده در توضیح این ساختار دوگانه در رابطه با قیافه‌های ارتباطی و اداهای صورت بکار می‌روند که هم بر بدن‌های شخصی و هم بر بدن‌های اجتماعی در کنش‌های متقابل دلالت دارند (Scott, 2010). وایت در مطالعه‌ی خود بر این باور است که بیش‌تر پژوهش‌ها مدیریت بدن را ویژه‌ی کشورهای غربی می‌دانند که در آن‌جا بدن به عنوان کلیتی انعطاف‌پذیر و در حال گذار درک می‌شود. اما وی بر این باور است که کارگران نیز اعمال مدیریتی بدن را انجام می‌دهند. تم‌های استراحت در زمان کار، فعالیت‌های تفریحی و آسودگی، الگوهای کاری مشارکتی و مصرف الکل مواردی بودند که کارگران مورد مطالعه‌ی وی به وسیله‌ی آن بدن خود را مدیریت کرده و انرژی خود را دوباره برای کار بر می‌گرداندند (Waite, 2007).

گاتفرید در مطالعه‌ی خود نشان داد که تجسم سازمانی و کار جنسیتی شده به شکل‌های جدیدی از بخش‌های بازار کار در حول کار زیباشناختی متصل شده‌اند. تجزیه و تحلیل‌ها، شکل‌های ساخته شده از مدیریت بدن را در یک محدوده جنسیتی به عنوان روش‌هایی از سازمان‌دهی و تنظیم مردانگی و زنانگی در سلسله مراتب ارزشی آشکار می‌کند (Gottfreid, 2003). آگل و دامورست در مطالعه‌شان با استفاده از رویکرد تفسیری در مورد فرایندی که مادران و دختران درباره‌ی بدن و رژیم غذایی‌شان کنش متقابل دارند، تأکید دارند. تحلیل مقایسه‌ای داده‌ها چهار الگو از کنش‌های متقابل دختران و مادران درباره‌ی بدن و رژیم غذایی آشکار کرده است.

۱- رویکردهای شفاهی مستقیم شامل تشویق / آسان سازی، انصراف و دلسردسازی ۲. رویکرد اجتناب و محافظت ۳. رویکرد مدل سازی ۴. رویکرد نبود مداخله. این چهار الگوی ارتباطات بر حسب محتوا در زمینه‌ها و ترکیب‌های گوناگونی پراکنده می‌شوند (Ogle & Damhorst, 2003).

یافته‌های گیملین در مورد ۲۰ زن که عمل جراحی زیبایی داشته‌اند، نشان داد که عمل جراحی زیبایی نارضایتی بدن را کاهش می‌دهد. این مقاله افزون بر این مدعی است که بدن در مدرنیته‌ی متعالی نقطه‌ی کانونی هویت در نظر گرفته می‌شود (Gimlin, 2006). هالیدی و کایرن در مطالعه‌شان با استفاده از پژوهش کیفی روایتی سعی در بررسی مصرف رویه‌های زیباسازی مردان داشته‌اند. برخلاف پیش‌تر رویکردهای فمینیستی، این مطالعه مدعی است که عمل جراحی زیبایی نه تنها به خاطر زیبایی بلکه به دلایل گوناگونی نظیر هویت، کار، ارتباطات و حوادث زندگی انجام می‌شود (Holliday & Cairnie, 2007). ریست در مطالعه‌اش سعی در اکتشاف نگرش مردان و زنان نروژی درباره‌ی ایده‌ال‌های بدنی و اعمال بدنی است. نتایج هماهنگی کاملی میان نظر مردم و آنچه که مجله‌ها از بدن‌های مطلوب ارایه می‌دادند، نشان می‌دادند. هم‌چنین، مردم ورزشکار توصیفی بسیار دقیق‌تر از غیر ورزشکاران در رابطه با بدن مطلوب ارایه می‌دهند. نارضایتی بدنی هم در زنان و هم در مردان به عنوان یک موضوع سلامتی عمومی بنظر می‌رسد، اما بیش‌تر در میان زنان دیده می‌شود (Rysst, 2010). نتایج پژوهش سوامی و همکارانش نشان‌دهنده‌ی تفاوت معناداری بین ایده‌ال‌های زیبایی و نارضایتی بدنی در بین مناطق گوناگون بودند. سن، شاخص توده بدنی و رسانه‌های غربی ایده‌ال‌های وزن بدنی را پیش‌بینی کردند. شاخص توده‌ی بدنی و رسانه‌های غربی نارضایتی بدنی بین زنان را پیش‌بینی می‌کردند. به گونه‌ی کلی، نارضایتی بدنی و تمایل برای لاغر شدن در بین مناطقی با پایگاههای اقتصادی اجتماعی بالا بسیار معمول است که به صورت یک مسئله درآمده است (Swami et al., 2010).

مبانی نظری پژوهش

با پیدایش نظریه‌های کنش متقابل و تأکید بر خود و ذهن به جای تأکید بر ساختارهای کلان، توجه بر بدن به تدریج مورد توجه قرار گرفت. با توجه به خود در کار کولی، خود در یک ارتباط دیالکتیکی بین فرد و جمع شکل می‌گیرد. در نظر وی، مفهوم خود آینه سان از سه عنصر اصلی ساخته می‌شود، نخست، ظاهر ما در نزد دیگران چگونه است، دوم، دیگران چه قضاوتی در مورد ظاهر ما انجام می‌دهند و سوم این‌که چه احساسی از خود برای ما پدید می‌آید (Coser, 2008).

روزنبرگ مفهوم "خود" را به "برداشت از خود" ارتقا داده و بر این باور است که افراد سه نوع برداشت دارند: ۱- خود موجود یا تصویری که فرد در حال حاضر و در این‌جا و اکنون از "خود" در

ذهن دارد. ۲- خود دلخواه یا تصویری که ما دوست داریم باشیم و فرد با اندیشیدن درباره‌ی آن بسیار شاد و مسرور می‌شود و ۳- خود وانمودی یا روشی که ما در یک موقعیت، خودمان را نشان می‌دهیم (Rosenberg, 1965, Ritzer, 2005). با تأکید روزنبرگ بر برداشت از خود، تصور از بدن و به تبع آن تصمیم برای اعمال مدیریت بر آن معنا پیدا می‌کند. زیمل در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه‌ی مُدرن، بر مقوله‌ای همچون مُد تأکید دارد. بنظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سوئی برای فرد هویت بخش بوده و از سوی دیگر، متمایز کننده است. وی بر این باور است که زنان سریع‌تر به مُدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند زیرا می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند و از جانب دیگر چون در طول تاریخ موقعیت فرودستی داشته‌اند، بیش‌تر به مد وابسته می‌شوند (Fazeli, 2003, Bocock, 2002). بنظر وی، اگرچه دنیای مُدرن منجر به آزادی فرد از اسارت سنت شده است، اما تنگنهایی نیز برای فرد ایجاد کرده است؛ به گونه‌ای که افراد برای حفظ آزادی خود به پدیده‌هایی چون مُد پناه می‌برند تا به واسطه‌ی آن هویت خود را تعریف کنند (Fazeli, 2003).

بنظر گافمن انسان همواره خود را آن‌گونه که جمع می‌پذیرد به نمایش می‌گذارد. افزون بر توجه فرد به جمع در نمایش خود، فرد به گونه‌ای رفتار می‌کند تا نتیجه‌ی نحوه‌ی نمایش خود، آنچه را که در ذهن دارد در این صحنه‌ی نمایش، بدست آورد. کنش‌گران امیدوارند که نمایش آن‌ها، حضارشان را واردات تا داوطلبانه، به دلخواه آن‌ها عمل کنند. گافمن این علاقه‌ی اصلی را به عنوان مدیریت تأثیرگذاری مطرح کرد (Ritzer, 2005). مدیریت ذکر شده شگردهایی را برای تأثیرگذاری و اجرای بهینه‌ی کنش دربر می‌گیرد. بدن مکانی است که این موفقیت به وسیله‌ی آن بدست می‌آید. در این‌جا نقش صورت در کنش‌های اجتماعی بسیار مهم است. آرایش صورت نیز نقابی برای روی صورت است که باید همواره تغییر کند (Synnot, 1990).

اجتماعی شدن بدن آن چیزی است که فوکو در قالب کنترل اجتماعی بر بدن مطرح کرد. وی چگونگی بوجود آمدن دانش‌ها و آیین‌های مربوط به بدن را به وسیله‌ی تکنیک‌های نظارت در قرن بیستم، بررسی کرد. او از مفهوم قدرت/ دانش بهره می‌جوید. وی از این مفاهیم بمنظور مفهومی کردن روابط بین بدن و حکومت استفاده کرد. بدن به شکل گفتمانی، از راه اعمال قدرت تولید شده و از راه گفتمان‌های ویژه بوجود آمده است (Nettelton, 1998). کنترل بر بدن محصول تاریخ جدید است که در راستای اهداف سیاسی خاص پیش می‌رود و در تحول در شیوه‌های برخورد با انسان‌ها (مجانین، دیوانگان و مجرمان) تنها فرایند کنترل را تشدید نموده است (Foucault, 2009). موس

بر این باور است که بدن نخستین ابزار انسان است و مهم‌ترین فنی است که در مدرنیته‌ی متأخر در راستای عینیت‌سازی^۱ و برون‌سازی^۲ بدن مطرح می‌شود (Varga, 2005).

ترنر علایق علمی معاصر در مورد بدن را واکنشی به تغییرات بنیادی در رابطه بین بدن، اقتصاد و فنون شبیه‌سازی و جامعه می‌داند. پیشرفت‌های علمی، بویژه فناوری‌های بازتولیدی و شبیه‌سازی درمانی، موضوع بدن را مسئله ساز نموده است (Turner, 1996). تأکید بر مصرف‌گرایی، موجب توجه بیش‌تر به لذت و خوشی و در نتیجه، دگرگونی در ادراک از بدن شده است. وی اضطراب‌های معاصر در مورد رژیم‌های غذایی و چاقی را به گسترش حساب‌های عقلانی بر بدن و بکارگیری دانش در دستگاه کنترل اجتماعی نسبت می‌دهد (Aronson, 1982).

ولف مطرح می‌کند که فشار برای تطابق با معیارهای زیباشناختی و فشارهایی که تبلیغات و رسانه‌ها تداوم بخشیده‌اند، مانع از پیشرفت سیاسی و اجتماعی زنان مدرن می‌شود. "زیبایی یک سامانه‌ی جاری است که به وسیله‌ی سیاست‌هایی تعیین می‌شود؛ در دوره‌ی مدرن در غرب شکل گرفته است و بهترین سامانه‌ی باوری است که تسلط کامل مردانه را حفظ می‌کند و ارزش‌ها را به زنان در قالب یک سلسله مراتب عمودی بر اساس یک معیار فیزیکی تحمیل شده، منتقل می‌کند (Wolf, 2002). داگلاس بر این باور است که بدن قابلیت آن را دارد که به عنوان یک نظام طبیعی از نمادها تلقی شود، اما مشکل تشخیص عناصر در بُعد اجتماعی است که در این دیدگاه منعکس می‌شوند و این‌که چگونه بدن می‌باید عمل کند و یا چگونه محصولات وسیع آن می‌باید داوری شوند (Douglas, 1996). وی بر اساس قاعده‌ی خلوص یا پاکی^۳ بر این باور است که هر چه موقعیت اجتماعی، فشار بیش‌تری بر اشخاص درگیر در آن اعمال می‌کند، تقاضای اجتماعی برای انطباق میل بیش‌تری پیدا می‌کند که به وسیله‌ی تقاضا برای کنترل فیزیکی بیان شود

¹ - Objectification

² - Externalization.

³ - Purity

(Douglas, 1996, Douglas, 1984).

نرلک نگرش نسبت به بدن را شامل یک خودنگری مرتبط با بدن می‌داند و به عزت نفس، اعتماد میان فردی، رفتارهای ورزشی و ... نسبت می‌دهد (Nezlek, 1999). به باور کیش تصور از بدن به احساسات شخصی در رابطه با بدن و ظاهر فیزیکی مربوط می‌شود (Cash, 2002). بحث در رابطه با مدیریت بدن بیش‌تر به سمت بررسی نارضایتی از بدن پیش رفته است که این نارضایتی در بین جوانان و نوجوانان بسیار بیش‌تر است (Huang et al, 2007).

گیدنز، بدن را در ارتباط با دو مفهوم "هویت" و "خود" قرار می‌دهد. نیاز امنیت وجودی و حس امنیت هستی‌شناختی، آن چیزی است که در نهایت، به شکل‌گیری یک هویت شخصی در ارتباط با محیط پیرامون منجر می‌گردد و در این راستا، بدن به عنوان ابزار استفاده می‌شود (Giddens, 2006). به باور وی، "خود" در درون بدن جای دارد و آگاهی نسبت به خویش بیش‌تر ناشی از تغییراتی است که در بدن احساس می‌شود. بدن در نگاه وی تنها یک جسم مادی صرف نیست بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است. برای آن‌که بتوانیم به گونه‌ی برابر در تولید روابط اجتماعی با دیگران شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم بر بدن خویش اعمال کنیم (Giddens, 2006). به باور وی، "سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را بکار می‌گیرد چون نه تنها نیازهای جاری او را بر می‌آورند بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران متجسم می‌سازند" (Giddens, 2006). سبک زندگی روش الگومند مصرف، درک و ارزش‌گذاری محصولات فرهنگ مادی است که استقرار معیارهای هویتی را در چارچوب زمان و مکان ممکن می‌سازد (Giddens, 1998).

بورديو از سویی طبقات را بر مبنای اقتصاد به طبقات غالب، متوسط و پایین لایه‌بندی کرد (Bourdieu, 2001). از دیگر سوی درون هر طبقه را بر اساس سبک‌های زندگی گوناگون متمایز کرد (Hendri, 2004). وی سرمایه را به چهار نوع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادی تقسیم کرده است (Turner, 2003).

توزیع این اشکال چهارگانه‌ی سرمایه، تعیین‌کننده‌ی ساختار طبقه‌ای عینی یک سامانه‌ی اجتماعی است که در پی آن طبقه‌ی غالب دارای بیش‌ترین مقدار و حجم سرمایه‌ی نمادین، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، طبقه‌ی متوسط سطح کم‌تری از اشکال سرمایه و طبقه‌ی پایین دارای کم‌ترین میزان این منابع سرمایه‌ای می‌باشد (Turner, 2003). بورديو هر طبقه‌ی اجتماعی را نیز به سه طبقه‌ی (غالب، بینابینی و مغلوب) تقسیم می‌کند (Turner, 2003). وی نشان داد که گروه‌های ویژه، از میان انواع کالای مصرفی، سبک‌های پوشش، سلیقه‌ی غذایی، آرایش، مد، ملبوس، تزئین داخلی منزل و ... انتخاب‌های متفاوتی انجام می‌دهند تا با انتخاب سبک‌های زندگی

متمايز، خود را از ديگران جدا سازند (Hamidi, Nafise and Faraji, 2007). بورديو با طرح مفهوم ذايقه (سلیقه) بيان می‌دارد که ذايقه، مصرف را جهت می‌دهد و با شکل‌دهی به آن سبک‌های زندگی متفاوتی شکل می‌گیرد (Bourdieu, 1984).

چارچوب نظری

مدیریت بدن را می‌توان در سطوح گوناگون پدیده‌ی اجتماعی (خرد، میانه و کلان) بررسی کرد. در سطح کلان اجتماعی، در فرایند جهانی‌شدن فرهنگی، بسیاری از معیارهای فرهنگی جوامع از راه رسانه‌های جمعی همچون سینما، روزنامه، ماهواره، اینترنت و ... در حال گسترش‌اند. از آن‌جا که فرایند جهانی‌شدن خلف مدرنیته^۱ است، بسیاری از ارزش‌های مدرنیته در زمان حاضر به وسیله‌ی فرایند جهانی‌شدن در حال گسترش در جهان می‌باشد. از این منظر همچنان‌که لایس مطرح می‌کند، فرهنگ دوران مدرنیته‌ی فرهنگی بصری و نمایشی است (AzadArmaki & Chavoshian, 2002).

در فرهنگ مبتنی بر بصری و نمایشی بودن، معنای هر پدیده بر اساس ظواهر و نمادهای تصویری آن و چگونگی نمود آن در جامعه تعیین می‌شود. لذا، اعضای هر گروه اجتماعی و یا جامعه با آگاهی از این امر سعی در نظارت و کنترل بر محیط پیرامونی خود و هم‌چنین، مراقبت و کنترل بر رفتارهایشان (اعم از راه رفتن، سخن گفتن، پوشیدن، خوردن و روش آن و در نهایت، بدنشان) را دارند. در فرهنگ عامیانه‌ی ما نیز این ایده نهفته است، آن‌جا که گفته می‌شود: "عقل مردم در چشم آنان است". بنابراین، در عصر جهانی‌شدن توجه به ظواهر و نمادهای تصویری به عنوان یک هنجار فرهنگی در فرهنگ‌های گوناگون در حال گسترش است. این ایده‌ها را در سطح میانه می‌توان در بین شبکه‌های اجتماعی، سبک‌های زندگی و مانند آن‌ها دنبال کرد. سبک‌های زندگی از رهگذر نمایش همواره در حال تغییر سطوح ظاهری، ایجاد می‌شوند (Ibid).

سبک‌های زندگی در واقع بخشی از محیط فردی و اجتماعی است که اعضای جامعه می‌توانند روی آن نظارت و کنترل داشته و به بیانی تحت قدرت آن‌هاست و بر اساس آن می‌توانند هویت خود را تولید و بازتولید کنند و آن را به نمایش بگذارند. تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته‌ی متأخر به واسطه بازتابندگی^۲ به یک‌دیگر گره می‌خورند و به دلیل گشودگی زندگی اجتماعی امروزی و کثرت زمینه‌های کنش و منابع، انتخاب سبک زندگی برای ساختن

¹ - Modernity

² - Reflexivity

هویت شخصی به گونه‌ای فزاینده اهمیت می‌یابد (Ibid. 88). یکی از موضوع‌های بازتابندگی را می‌توان در حوزه‌ی بدن جستجو کرد.

در سطح خُرد، همچنان که گافمن نیز بیان می‌کند، انسان‌ها میل به نمایش بدن خود برای تأثیرگذاری بر دیگران دارند. دلیل این امر آن است که توجه به بدن در سطح جهانی و در جوامع گوناگون، به شکل ارزش و هنجاری مرتبط با آن در حال گسترش است. از یک سو، انسان همواره خود را آن گونه که جمع می‌پذیرد، به نمایش می‌گذارد و از سوی دیگر، با توجه به همان ارزش‌های اجتماعی و ابزارهای موجود، سعی می‌کند تا با توجه و مراقبت بر بدن خود و به بیان دیگر، با مدیریت آن، بر دیگران تأثیر بگذارد. همان چیزی که وی آن را مدیریت تأثیرگذاری می‌نامد (Ritzer, 2005). از سوی دیگر، بدن و مدیریت بر آن، بر هویت اجتماعی فرد اثر می‌گذارد. گیدنز بدن را در ارتباط با هویت و خود قرار می‌دهد و بر این باور است که افراد از بدن‌های‌شان برای شکل دادن به هویت شخصی‌شان استفاده می‌کنند. بدن هم‌چنین، در نظر وی ابزاری است که به وسیله‌ی آن افراد با اوضاع، احوال و کنش‌های دیگر افراد برخورد می‌کنند و عرصه‌ای برای تولید روابط اجتماعی است (Giddens, 2006).

در جوامع مدرن کنونی توجه به اندام به عنوان یک رسانه مد نظر است. ارتباطات روزافزون جوامع با یک‌دیگر و برخورد و تعامل بین فرهنگ‌های گوناگون موجب شده تا برخی از ایده‌های فرهنگی در سطح جهانی گسترش یابند. یکی از این ایده‌ها اندام مناسب و زیباست که به‌گونه‌ای روزافزون به شکل اندام لاغر باز تعریف می‌شوند (Grogan, 2000). نمود این ایده را می‌توان در فیلم‌ها (بویژه هالیوودی آن)، عروسک‌ها (باربی و ...) و نظایر آن‌ها مشاهده کرد. لذا، افراد برای تولید و بازتولید هویت خود و تأثیرگذاری بر دیگران و البته، زیر فشار جامعه به انحای گوناگون بدن‌هایشان را مورد مراقبت قرار می‌دهند و با استفاده از ابزارهای گوناگون موجود آن را مطابق با ارزش‌ها و هنجارهای درون جامعه می‌آرایند، اما آنچه که در این میان بیش‌تر بر حساسیت موضوع می‌افزاید، استفاده از راه‌های جدیدی است که افراد با جراحی و یا با رژیم‌های گوناگون سعی در شکل دادن به بدن‌هایشان مطابق با الگوهای گوناگون که بیش‌تر برگرفته از ستاره‌های سینمایی و مانند آن‌هاست، دارند. به گفته‌ی سینات تاکید اصلی روی صورت برای بدست آوردن موفقیت بسیار مورد توجه زنان قرار می‌گیرد (Synnot, 1990). بنظر پزشکان بیش‌تر متقاضیان جراحی‌های زیبایی، نیاز زیبایی‌شناختی و پزشکی‌ای برای انجام آن ندارند (AhmadNia, 2005). آنچه این روند را توجیه می‌کند، فشارهای جامعه و انطباق با ارزش‌های جامعه است. در ایران شواهد نشان می‌دهند که بر اثر تماس‌های مستقیم و غیر مستقیم اعضای جامعه این ایده‌ها گسترش یافته و به وسیله‌ی گروه‌هایی از مردم [بویژه جوانان] اخذ شده‌اند (AhmadNia, 2005). توجه به بدن به

دلایل فرهنگی و اجتماعی در بین زنان بیش از مردان بوده است. پژوهش‌های گوناگون بیانگر حساسیت بسیار بالا و آسیب‌زای زنان نسبت به بدن و تصور آن است (AhmadNia, 2005, Younesi & Salajaghe, 2001).

شواهد نشان‌دهنده‌ی تغییر فرهنگی در ایران و ترجیح بدن لاغر در بین زنان است. در بین متخصصین در خصوص این‌که چرا این پدیده رخ داده است و یا چه پیامدهایی برای زنان و به طور کلی جامعه داشته است، توافق کاملی وجود ندارد. قدر مسلم این است که سبک‌های نوین زندگی که در جامعه‌ی ایران تحت تأثیر جهانی شدن گسترش یافته، در تغییر رفتارهای عاداتی زنان اثر قاطعی داشته‌اند (AhmadNia, 2005). بنظر می‌رسد که مفهوم زیبایی نیز در جامعه‌ی ایرانی در حال دگرگونی و زیبایی اندام با لاغری در حال مترادف شدن است. مسئله‌ی زیبا بودن و یا زیبا شدن در جوامع گوناگون از مسایل جدی و تأمل برانگیز بوده و در فرایند انتخاب‌های مردم نقشی مهم داشته است. این مسئله مرتبط با دوران جدید نیست، بلکه معنای آن و البته، شکل و ابزارهای آن دگرگون شده است. ایده‌ی زیبایی، ایده‌ای فرهنگی است و شاخص و بیانی از ارزش‌ها و باورهای اجتماعی می‌باشد (Reischer & Koo, 2004). بنابراین، دور از ذهن نیست که افراد برای زیباتر نشان دادن خود و تأثیرگذاری بر دیگران از راه مدیریت بدن به تقاضای فرهنگی جامعه‌ی خود نیز پاسخ دهند. بر اساس چارچوب نظری یاد شده و مطالعات پیشین، فرضیه‌های زیر را می‌توان مطرح کرد.

فرضیه‌های پژوهش

۱. بین سبک‌های زندگی و مدیریت زنان بر ظاهرشان و تغییر اندامشان رابطه وجود دارد.
۲. بین سبک فراغتی و مدیریت زنان در تغییر اندامشان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.
۳. بین سبک مذهبی و مدیریت زنان بر ظاهرشان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.
۴. بین سبک مذهبی و مدیریت زنان در تغییر اندامشان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.
۵. بین سبک ورزشی - موسیقی مدرن و مدیریت زنان بر ظاهرشان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.
۶. بین سبک ورزشی - موسیقی مدرن و مدیریت زنان در تغییر اندامشان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.
۷. بین سبک مبتنی بر موسیقی سنتی و مدیریت زنان بر ظاهرشان رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
۸. بین سبک مبتنی بر موسیقی سنتی و مدیریت زنان در تغییر اندام رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.

۹. بین سبک مشارکت اجتماعی- فرهنگی جدید و مدیریت زنان بر ظاهرشان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد.

۱۰. بین سبک مشارکت اجتماعی - فرهنگی جدید و مدیریت زنان در تغییر اندام رابطه معنی‌دار وجود دارد.

روش پژوهش

این پژوهش با روش پیمایشی انجام گرفت و پرسشنامه، ابزار جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز بود. پرسشنامه‌ی پژوهش حاوی پرسش‌های نگرشی و هم‌چنین، پرسش‌هایی در خصوص رفتارهای عینی، ذهنی و ویژگی‌های فردی پاسخگویان بود. جامعه‌ی آماری شامل زنان ۱۵ تا ۶۴ ساله‌ی ساکن شهر شیراز در سال ۱۳۸۸ بودند. چارچوب نمونه‌گیری پژوهش محدوده‌ی مصوب شهرهای مورد مطالعه بود. شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای بود؛ بدین معنی که از بین مناطق سرشماری شهر شیراز تمامی مناطق انتخاب و سپس در درون هر منطقه به نسبت وجود خانواده‌ها، بلوک‌های کوچک‌تر به عنوان یک خوشه به گونه‌ی تصادفی انتخاب شدند. خانوارهای درون خوشه‌ها مورد بررسی و در صورت وجود یک زن با ویژگی سنی بالا در خانواده با او مصاحبه شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول لین محاسبه شد (Lin, 1987). اگر چه نمونه‌ی گزینشی با مقدار خطای ۵ درصد، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ درصد (فرض بالاترین حد واریانس در جمعیت) برابر با ۳۸۶ نفر بودند، اما به دلیل نوع پرسش‌ها از آن‌جا که این امکان وجود داشت که در زمان گردآوری داده‌ها برخی از پرسشنامه‌ها یا برگشت داده نشوند یا مخدوش شوند، شمار پرسشنامه‌ها به ۵۲۰ عدد افزایش داده شد که از این میان ۵۰۸ پرسشنامه برای تحلیل انتخاب شدند. پایایی متغیرهای پژوهش نیز بیش‌تر از ۰/۷ بوده و گویه‌های پژوهش در بخش بعدی ذکر شده‌اند. روایی پرسشنامه نیز از راه روایی صوری مورد سنجش قرار گرفت.

تعریف مفاهیم

مدیریت بدن: فدرستون بر این باور است که مدیریت بدن به فهرست بلندی از اعمالی نظیر تاتو، پیرسینگ، بریدن بخشی از بدن تا ژیمناستیک، بدن‌سازی، رژیم گرفتن و ... اطلاق می‌شود (Featherstone, 1999-2010). به باور وی، آنچه که موجب مدیریت بدن می‌شود، احساس کنترل بر بدن و ساختن ژستی برخلاف بدن طبیعی و عادات هر روزهای است که بر زندگی چیره است (Featherstone, 1999). فرد با مدیریت بدن علیه زندگی روزمره موضع می‌گیرد، مثلاً کلسه بر این

باور است "من خودم را انتخاب کرده‌ام. من بخشی از فرهنگ بشمار می‌روم، اما باوری به آن ندارم. مدیریت بر بدنم روش من برای مقابله با آن است" (Featherstone, 1999).

سبک زندگی^۱: به باور گیدنز، شیوه‌ی زندگی مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد آن‌ها را بکار می‌گیرد چون، نه تنها نیازهای جاری او را برآورده می‌سازند بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران متجسم می‌سازد (Giddens, 2006). به باور وی، یکی از پیامدهای وضعیت تجدد برای فرد در زندگی روزمره این است که شیوه‌ی زندگی برای فرد در شرایط ما بعد سنت اهمیت می‌یابد و برای فرد عامل امر اجتناب ناپذیر می‌شود (Giddens, 2006). در این مطالعه، با استفاده از روش تحلیل عامل سبک‌های مذهبی، ورزشی - موسیقی مدرن، مشارکت اجتماعی - فرهنگی، فراغتی، موسیقی سنتی بدست آمد.

نتایج پژوهش

جدول ۱- توزیع فراوانی متغیرهای سازنده مدیریت‌های بدن

تغییر شکل اندام		توجه به ظاهر			
نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	نام متغیر	میانگین	انحراف معیار
استفاده از وسایل ورزشی مانند ترد میل در خانه	۰/۴۷	۱/۱۱	آرایش صورت	۱/۹۹	۱/۴۵
رقصیدن و یا انجام حرکات آیروبیک	۱/۳۰	۱/۵۲	استفاده از عطر، مام رولت، دئودورانت، ادکلن	۲/۸۰	۱/۶۲
انجام حرکات نرمشی، کششی یا هوازی در خانه	۱/۵۵	۱/۵۲	استفاده از لاک ناخن	۱/۰۷	۱/۴۵
کار با دستگاه‌های گوناگون ورزشی در باشگاه یا پارک‌ها	۰/۸۰	۱/۱۹	استفاده از کرم‌های نرم کننده، ضد آفتاب	۲/۹	۱/۶۵
ورزش پیاده روی	۲/۲۵	۱/۶۱			
انجام حرکات یوگا	۰/۳۸	۰/۹۸			
آلفا	۰/۷۰		آلفا		۰/۸۰

با توجه به جدول ۱، بیش‌ترین میانگین فعالیت جهت تغییر شکل اندام در بین پاسخگویان مربوط به ورزش پیاده روی و کم‌ترین آن استفاده از تردمیل در خانه بوده است. در مورد توجه به

^۱ - Lifestyle

ظاهر نیز بیشترین میانگین مربوط به استفاده از کرم‌های نرم کننده و یا ضد آفتاب و کمترین استفاده مربوط به استفاده از لاک ناخن بوده است.

جدول ۲- نتایج تحلیل عاملی سبک زندگی در بین زنان شهر شیراز

نتیجه‌ی کلی آزمون KMO	ابعاد سبک زندگی	عامل‌های سبک زندگی					اجزای سبک زندگی		
		عامل پنجم	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم	عامل اول			
K.M.O=0/876 Sig=0/000	سبک مذهبی					۰/۷۶۵	شرکت در نماز جماعت		
						۰/۷۳۲	همکاری با هیئت‌های دینی		
						۰/۷۳۲	گوش‌دادن به برنامه‌های مذهبی رادیو داخلی		
						۰/۷۲۱	حضور در مسجد کلیسا، کنیسه		
						۰/۷۲۰	تماشای برنامه‌های مذهبی تلویزیون داخلی		
						۰/۷۱۸	حضور در مکان‌های زیارتی		
						۰/۶۶۰	شرکت در جلسه‌ها یا سفره‌های مذهبی		
						۰/۶۴۱	مطالعه‌ی کتاب‌های علمای دینی		
						۰/۵۴۶	حضور در نیروی بسیج		
						۰/۴۹۷	انجام فعالیت‌های مذهبی در خانه		
						۰/۴۶۷	شرکت در انجمن‌های محلی، ...		
			سبک ورزشی-موسیقی مدرن					۰/۷۶۵	گوش‌دادن به موسیقی جاز و رپ
								۰/۶۶۲	گوش‌دادن به موسیقی هوی متال
								۰/۶۳۷	گوش‌دادن به موسیقی پاپ ایرانی لوس آنجلسی
						۰/۶۲۷	گوش‌دادن به موسیقی خارجی کلاسیک		
						۰/۵۲۵	ورزش والیبال، بسکتبال، کوهنوردی		
						۰/۴۸۵	حضور در کتابخانه		

سبک مشارکت اجتماعی-فرهنگی (جدید)	۰/۷۲۴	انجام فعالیت هنری مانند نقاشی، نوازندگی، خیاطی، ...
	۰/۷۰۸	حضور در کلاس نقاشی، خطاطی، موسیقی
	۰/۶۸۵	حضور در نمایشگاه‌های گوناگون (نقاشی، خطاطی، ...)
	۰/۵۸۶	همکاری با انجمن‌های علمی، ادبی یا هنری
	۰/۵۰۷	کلاس زبان‌های خارجی یا آموزش رایانه و نرم‌افزارهای آن
	۰/۵۰۶	کلاس آشپزی، گل‌آرایی، سفره‌آرایی، ...
سبک فراغتی	۰/۷۵۳	حضور در پارک‌ها و تفرج‌گاه‌ها
	۰/۶۷۷	گشت و گذار در خیابان‌ها
	۰/۴۶۱	حضور در مهمانی‌های دوستانه
	۰/۴۳۶	صرف غذا در رستوران‌ها و فست‌فودها
	۰/۴۳۲	در کنار دوستان هم‌جنس
	۰/۴۱۴	در کنار دوستان غیر هم‌جنس
موسیقی سنتی	۰/۳۳۴	حضور در سینماها و تئاترها
	۰/۸۲۲	گوش دادن به موسیقی سنتی ایرانی (مانند شجریان،...)
	۰/۷۶۸	گوش دادن به موسیقی مجاز پاپ ایرانی (عبداللهی، عصار)

با استفاده از روش تحلیل عامل پنج عامل بدست آمد که به ترتیب رفتارهای مذهبی، استفاده از موسیقی‌های مدرن، مشارکت اجتماعی - فرهنگی، اوقات فراغتی و در نهایت، موسیقی سنتی ایرانی و جاز داخلی نام‌گذاری شدند. بر اساس نتیجه‌ی تحلیل عامل و با توجه به آماره‌ی K.M.O در تمام ابعاد، می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب بوده و نتیجه‌ی آزمون بارتلت نیز معنی‌دار است.

فرضیه‌ها: بین سبک‌های گوناگون زندگی (فراغتی، مذهبی، موسیقی ورزشی مدرن، موسیقی سنتی، و مذهبی) با مدیریت ظاهر و تغییر اندام رابطه وجود دارد.

جدول ۳- رابطه‌ی بین سبک‌های گوناگون زندگی با مدیریت ظاهر و تغییر اندام.

متغیر مستقل	مدیریت ظاهر	تغییر اندام
سبک فراغتی	۰/۵۶۱**	۰/۳۸۸**
سبک مذهبی	-۰/۲۶۸**	۰/۰۰۴
سبک ورزشی- موسیقی مدرن	۰/۵۹۷**	۰/۴۰۳**
سبک موسیقی سنتی	۰/۲۸۱**	۰/۳۶۲**
سبک مشارکتی اجتماعی- فرهنگی (جدید)	۰/۳۹۴**	۰/۳۹۴**

$$p < .01^{**}$$

جدول ۳ نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی همبستگی بین سبک‌های گوناگون زندگی و متغیرهای وابسته (مدیریت زنان در رابطه با توجه به ظاهر و همچنین، تغییر شکل اندام) است. با توجه به آماره‌های جدول، در تمامی سبک‌های مورد بررسی در سطح بیش از ۹۵ درصد اطمینان با متغیر مدیریت ظاهر و تغییر اندام رابطه‌ای معنی‌دار داشته‌اند. در این میان، به غیر از مذهبی که رابطه‌ی معکوسی با توجه به ظاهر دارد، سایر سبک‌ها رابطه‌ی مثبت با آن دارند. همچنین، سبک مذهبی با متغیر تغییر اندام رابطه‌ای معنی‌دار نداشته است.

جدول ۴- متغیرهای وارد شده در معادله‌ی رگرسیون برای تبیین واریانس مدیریت زنان در رابطه

با ظاهرشان

مراحل ورود متغیرها	متغیر	R	R ^۲	مقدار F	Sig F	Beta	T	Sig. T
اول	سبک ورزشی - موسیقی مدرن	۰/۵۸۹	۰/۳۷۴	۲۱۲/۷۰	۰/۰۰۰	۰/۲۸۰	۵/۳۸۵	۰/۰۰۰
دوم	سبک فراغتی	۰/۶۴۵	۰/۴۱۶	۱۴۲/۷۶	۰/۰۰۰	۰/۳۰۲	۶/۱۶۱	۰/۰۰۰
سوم	مشارکت‌های جدید	۰/۶۵۳	۰/۴۲۶	۹۸/۸۱	۰/۰۰۰	۰/۱۲۲	۲/۷۹۹	۰/۰۰۵
چهارم	سبک مذهبی	۰/۶۶۴	۰/۴۴۱	۷۸/۴۴	۰/۰۰۰	-۰/۱۵۱	-۳/۶۴۹	۰/۰۰۰
پنجم	سبک موسیقی سنتی	۰/۶۷۱	۰/۴۵۰	۶۴/۹۷	۰/۰۰۰	۰/۱۰۵	۲/۵۷۸	۰/۰۱۰

جدول ۴ نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره را به شیوه‌ی مرحله به مرحله برای متغیر وابسته مدیریت زنان در رابطه با ظاهرشان را نشان می‌دهد. داده‌های جدول نشان‌دهنده‌ی آن هستند که از میان متغیرهای مستقل پنج متغیر سبک‌های مدرن موسیقی، فراغتی، مشارکت‌های جدید، مذهبی و در نهایت، موسیقی سنتی به ترتیب وارد معادله شده‌اند. در مجموع، همبستگی متغیرهای این مدل با متغیر وابسته ۶۷/۱ درصد بوده است. همچنین، مدل یاد شده توانسته است با پنج متغیر مستقل ۴۵/۰ تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند.

جدول ۵- متغیرهای وارد شده در معادله‌ی رگرسیون برای تبیین واریانس مدیریت زنان در رابطه با تغییر اندام

مراحل ورود متغیرها	متغیر	R	R ^۲	مقدار F	Sig F	Beta	T	Sig. T
اول	مشارکت‌های جدید	۰/۴۴۷	۰/۲۰۰	۹۹/۴۶۱	۰/۰۰۰	۰/۲۶۸	۵/۵۵۴	۰/۰۰۰
دوم	سبک ورزشی - موسیقی مدرن	۰/۵۱۲	۰/۲۶۲	۷۰/۸۲۵	۰/۰۰۰	۰/۱۸۴	۰/۴۲۸	۰/۰۰۱
سوم	سبک موسیقی سنتی	۰/۵۴۵	۰/۲۹۷	۵۵/۹۴۲	۰/۰۰۰	۰/۱۹۲	۰/۲۷۵	۰/۰۰۰
چهارم	سبک فراغتی	۰/۵۵۲	۰/۳۰۳	۴۳/۲۸۸	۰/۰۰۰	۰/۱۱۰	۲/۰۱۰	۰/۰۴۵

جدول ۵ نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره را به شیوه‌ی مرحله به مرحله برای متغیر وابسته مدیریت زنان در رابطه با تغییر شکل اندام نشان داده است. داده‌های جدول نشان‌دهنده آنند که از میان متغیرهای مستقل تنها چهار سبک مشارکتی جدید، موسیقی مدرن، موسیقی قدیمی و در نهایت، فراغتی به ترتیب وارد معادله شده‌اند. همبستگی مدل با متغیر تغییر شکل اندام بیش از ۵۵ درصد بوده است. این مدل با استفاده از متغیرهای بالا توانسته است ۳۰/۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند.

بحث و نتیجه گیری

در جوامع گوناگون بشری، گرایش به کنترل بدن به گونه‌ی روزافزون در میان زنان و بویژه دختران در حال گسترش است. این پدیده به دلیل گسترش جهانگیر و نتایج فردی و اجتماعی آن، مورد مطالعه‌ی پژوهشگران گوناگون در محافل علمی گوناگون قرار گرفته است. این مطالعه به بررسی رابطه‌ی انواع سبک زندگی موجود در بین زنان شهر شیراز و مدیریت بدن در بین آن‌ها پرداخته است. برای این هدف در ابتدا مطالعات انجام شده در داخل ایران و همچنین، در خارج از

آن مرور گردید. در ابتدا مشخص شد که در ایران مطالعات انجام شده در مورد تصور بدن بیش از مدیریت آن بوده و این در حالی است که هر دوی این مقوله‌ها بسیار کم‌تر از آنچه که لازم است، مورد توجه پژوهشگران داخلی قرار گرفته است. هم‌چنین، مشاهده می‌شود که مطالعات انجام شده کم‌تر ابعاد گوناگون مدیریت و کنترل آن را مورد توجه قرار داده اند. در خارج از ایران مطالعه‌ی مدیریت بدن به گونه‌ای ژرف مورد توجه قرار گرفته، اما مدیریت و عوامل مرتبط با آن کم‌تر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. پس از بررسی مطالعات تجربی و نظری پیشین چارچوب نظری پژوهش ارایه شد. بر اساس چارچوب اتخاذ شده که عمدتاً مبتنی بر نظریه‌ی گیدنز و گافمن بود، مدیریت بدن را می‌توان در سه سطح کلان، میانه و خرد مورد بررسی قرار داد که در این مطالعه مدیریت بدن در سطح میانی (سبک زندگی) مورد بررسی قرار گرفت. برای آزمون این چارچوب نظری، نمونه‌ای از زنان ۱۵ تا ۶۴ ساله‌ی ساکن شهر شیراز به شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه از جداول از پیش طراحی شده‌ی لین استفاده شد. بر اساس این جداول نمونه‌ای مبتنی بر ۵۰۸ نفر انتخاب شد.

با تکیه بر چارچوب نظری و پژوهش‌های پیشین ۱۸ نظریه‌طراحی شد. در مرحله‌ی بعد، با استفاده از روش‌های آمار استنباطی فرضیه‌های ارائه شده مورد آزمون قرار گرفتند. در این مطالعه مدیریت بدن به دو بخش تقسیم شد. نخست، توجه به ظاهر که به آرایش صورت، مو و مانند آن مرتبط می‌شد. بخش دیگر به تغییر اندام مربوط می‌شد. این بخش به مسایلی همچون جراحی صورت، ورزش‌هایی که به کاهش وزن و یا تغییر شکل بخش‌های خاصی از بدن تمرکز دارند، مربوط بود. هم‌چنین، سبک‌های زندگی به سبک مذهبی، سبک فراغتی، سبک زندگی مبتنی بر موسیقی مدرن و در نهایت، سبک زندگی مبتنی بر موسیقی سنتی تقسیم شدند.

نتایج بدست آمده در سطح دو متغیره نشان داد که طبقه‌ی اجتماعی، محل زندگی زنان تا ۱۶ سالگی، درآمد والدین، سبک‌های گوناگون زندگی و سرمایه‌ی اجتماعی بر مدیریت بدن زنان در رابطه با ظاهرشان و در رابطه با تغییر اندام رابطه‌ای معنی دار داشتند. هم‌چنین، در سطح چند متغیره به ترتیب سبک‌های مدرن موسیقی مدرن، فراغتی، موسیقی سنتی، مذهبی و درآمد مادر روی هم نزدیک به ۴۷ درصد تغییرات متغیر مدیریت زنان بر ظاهرشان و سرمایه‌ی اجتماعی، سبک‌های زندگی موسیقی مدرن، موسیقی سنتی و فراغتی به ترتیب روی هم نزدیک به ۳۰ درصد تغییرات مدیریت زنان بر تغییر اندامشان را تبیین می‌کنند.

روی هم رفته، این مطالعه بیانگر آن است که انواع سبک‌های زندگی با مدیریت بدن دارای دارای رابطه‌ی قوی می‌باشد. سبک‌های زندگی مدرن همچون سبک‌هایی که بیش‌تر از موسیقی‌های غربی استفاده می‌کنند، بیش از سایر سبک‌ها توان تبیین مدیریت بدن را در بُعد توجه

به ظاهر داشته اند. هم‌چنین، سبک‌های فراغتی مدرن نیز پس از آن از توان بالایی برخوردار بوده‌اند. مطالعه‌ی ذکایی (Zokaei, 2008) نیز این یافته را تأیید می‌کند. روی هم رفته، در مطالعات غربی به این عامل چندان توجه نشده است زیرا توجه به بدن به عنوان یک رسانه و هم‌چنین، عامل زیبایی به شکل امروزی آن مرتبط با خود فرهنگ‌شان است و از خارج نظام فرهنگی وارد نشده است، اما در ایران این پدیده مانند بسیاری از مفاهیم دیگر وارداتی است و لازم است که اثر فرهنگ پذیری مورد توجه قرار گیرد. این مطالعه نشان داد، کسانی که بیش‌تر به ورزش و موسیقی‌های جدید غربی روی می‌آورند، بیش‌تر به بدن و مدیریت آن توجه دارند. مطالعات پیشین نیز نشان داده‌اند، افرادی که به ورزش توجهی بیش‌تر دارند، به مدیریت آن نیز بیش‌تر توجه می‌کنند (Rysst, 2010, Spencer, 2009).

مطالعه‌ی حاضر نشان داد که سبک مذهبی با مدیریت بدن رابطه‌ی منفی دارد. در مطالعات قلعه بندی و ابراهیمی (۱۳۸۳) و اخلاصی (۱۳۸۸) نشان داده شد که دیانت با مدیریت بدن دارای رابطه است. از آن‌جا که دین به مسایل متعالی اهمیت بیش‌تری می‌دهد و توجه به بدن در حد سالم بودن مورد تأکید قرار گرفته و هم‌چنین، در دینی همچون اسلام دستورات فراوانی در خصوص آرایش زنان و رابطه‌ی آن با عبادت و مانند آن مطرح گردیده، بنابراین، روشن است که زن مسلمان معتقد کمتر به مدیریت ظاهر خود به شکل امروزی می‌پردازد. برای مثال، از آن‌جا که لازم است هر روز در ساعت معین نمازهای یومی‌هی خود را به جای آورد، لذا نمی‌تواند هر بار آرایش کرده ظاهر شود ضمن آن‌که به لحاظ دینی نیز آرایش زن در بیرون خانه نهی شده است.

References

- 1- Abazari, Yusef and Nafise Hamidi. (2008). The sociology of body and some conflicts, *Women's' Research*, Vol. 6, No. 4, PP: 127-160. [In Persian]
- 2- Abazari, Yusef, SadeghiFasaei, Soheila and Nafise Hamidi. (2008). Insecurity feeling in women's everyday life, *Women's' Research*, Vol. 6, No. 1, PP: 75-103. [In Persian]
- 3- Abazari, Yusef and Hassan Chavoshian. (2002). From social class to lifestyle, new approaches in sociological analyses of social identity, *Social ScienceLetter*, Vol. 5, No. 5, PP: 3-27. [In Persian]
- 4- AhmadNia, Shirin. (2005). The sociology of body and women's body, *Women Quarterly*, Vol. 2, No. 5, PP: 132-143. [In Persian]
- 5- Aronson, Naomi. (1984). Comment of Bryan Turner's the Government the Body: Medical Regiments and the Rationalization of Diet, *The British Journal of Sociology*, Vol. 32, No 1, pp254-269.
- 6- AzadArmaki, Taghi and Hassan Chavoshian. (2002). Body as identity, *Iranian Journalof Sociology*, Vol. 4, No. 4, PP: 57-75. [In Persian]

- 7- Azizi, Fereidoun. (2010). Two of Tree of Iranian Woman Are Overweight, quoted in KhabarOnline Website, Address: <http://www.khabaronline.ir/news.aspx?id=69855> . [In Persian]
- 8- Bahram, A. & Shafizade, M. (2006). "A Comparative and Corrolational Study of the Body Image in Active and Inactive Adults and Body Composition and Soatotype", *Journal of Applied Science*, Vol.6, PP.2456-2460
- 9- Blaikie, N. (2007). *Approaches to Social Inquiry*, London: Polity Press.
- 10- Bocock, Robert. (2002). *Consumption*, Translated by Khosro Sabry, Tehran: Nashr Shirazeh. [In Persian]
- 11- Borhani, Fariba, AbbasZade, Abbas, Kohan, Simin, Golshan, Marziye and Eshagh DorTajRabero. (2007). The Study of Relationship between Lifestyle and Body Mass Index among Kermani Youth, *Nursing Research*, Vol. 2, No. 6 & 7, PP: 65-72. [In Persian]
- 12- Bourdieu, Pierre. (2001). *Theory of Action*, Practical reasons & Rational Choosing, Translated by Morteza Mardieha, Tehran: Naghsh & Negar Publication. [In Persian]
- 13-Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. London: Routledge and Kegan Paul.
- 14- Burns, Maree, Gavey, Nicola. (2004). "Healthy Weight" at What Cost? 'Bulimia' and a Discourse of Weight Control, *Journal of Health Psychology*, Vol. 9, No.4, PP. 549-565.
- 15- Cash, T. F., & Strachan, M. D. (2002). Cognitive-behavioral approaches to changing body image. In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds.), *Body Image: A handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (pp. 478– 486). New York: Guilford Press.
- 16- Coser, Lewis A. (2008). *Masters of Sociological Thought*, Translated by Mohsen Solāsie, Tehran: Elmi Publication [In Persian].
- 17- Douglas, M. (1996). *Natural Symbols*, London: Routledge.
- 18-Douglas, M. (1984). *Purity and Danger: An analysis of Concepts of Pollution and Taboo*, London: Routledge.
- 19- Ebrahimi, GhorbanAli and Abbas Behnoei. (2010). Cultural Capital, apparent management and youth, *Women in Development and Politic*, Vol. 8, NO. 3, PP: 153-176. [In Persian]
- 20- Ekhlesi, Ebrahim. (2009). The Theoretical Study of Bodily Society and its Tools with Emphasizing on Iran, *Knowledge Magazine*, Vol. 18, No. 139, PP: 85-101. [In Persian]
- 21- Fatehi, AbolGhasem and Ebrahim Ekhlesi. (2008). Body management and its relationship with social acceptance of body, *Journal of Women Strategic Studies*, Vol. 11, No. 41, PP: 7-49. [In Persian]
- 22- Fazeli, Mohammad. (2003). *Consumption and Lifestyle*, Qom: Sobeh Sadegh Publication. [In Persian]

- 23- Featherstone, Mike. (1999). "Body Modification: An Introduction, *Body and Society*, Vol. 5, No. 2-3, PP. 1-13.
- 24- Featherstone, Mike. (2010). "Body, Image and Affect in Consumer" *Culture, Body and Society*, Vol. 16, No.1, PP. 193-221.
- 25- Foucault, Michel. (2009). *Surveillance and Punishment: Prison Birth*, Translated by Afshin Jahandideh & Nico Sarkhosh, Tehran: NasherNey. [In Persian]
- 26- Garner, D. Garfinkel, P., Schwartz, D., & Thompson, M. (1980). "Cultural Expectations of Thinness in Women." *Psychological Report*, 47, Pp. 483-491.
- 27- Ghalebadi, MirFarhadi and Azize AfkhamEbrahimi. (2004). Personality Patterns of Beauty Applicants, *Iranian Psychiatry and Clinical Psychology Quarterly*, Vol. 9, No, 36, PP. 4-9. [In Persian]
- 28- Giddens, Anthony. (2008). *Sociology*, Translated by Manouchehr Sabori, Tehran: NasherNey. [In Persian]
- 29- Giddens, Anthony. (2008). *the Consequences of Modernity*, Translated by Mohsen Solāsie, NasherMarkaz [In Persian].
- 30- Giddens, Anthony. (1385). *Modernity and Self-Identity, Self and Society in the Late Modern Age*, Translated by Naser Movafqyan, NasherNey. [In Persian]
- 31- Gimlin, Debra. (2006). "The Absent Body Project: Cosmetic Surgery as a Response to Bodily Dys-appearance", *Sociology*, Vol. 40, No. 4, PP. 699-716.
- 32- Glazer, R.N. (1992). "Women's Body Image and Law." *Duke Law Journal*, Vol. 43, No. 1, pp. 113-147.
- 33- Gottfreid, Heidi. (2003). "Temp (t) ing Bodies: Shaping Gender at Work in Japan", *Sociology*, Vol. 37, No 2, PP. 257-276.
- 34- Grabb, G.Edward. (1373). *Social Inequality: Classical and Contemporary Theories*, Translated by Mohammad Siapoosh and Ahmad Reza Gharavi zadeh, Tehran: Amirkabir Publication [In Persian].
- 35- Grogan, Sarah. (2000). Body Image, in Jane M. Ussher (Ed.) *Women's Health*, Leicester: *The British Psychological Society*. pp. 356-363
- 36- Guba, E. G. and Y. S. Lincoln. (2005). "Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences", In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research*" (3rd ed., pp. 191-215). Thousand Oaks, CA: Sage.
- 37- Haworth-Hoeppner, Susan. (2000). "The Critical Shapes of Body Image: The Role of Culture and Family in the Production of Eating Disorders", *Journal of Marriage and the Family*, Vol. 62, pp. 212-227.
- 38- Hamidi, Nafise and Mehdi Faraji. (2007). Lifestyle and Women's Clothing in Tehran, *Journal of Cultural Research*, Vol. 1. No. 1, PP: 65-92.
- 39- Hendri, Levi. (2004). *Leisure Time and Youth lifestyles*, Translated by Morteza Mollanazar & faramarz Dezfoli, Tehran: Nasle Sevoom.

- 40- Holliday, Ruth and Allie Cairnie. (2007). “Man Made Plastic, Investigating men’s consumption of aesthetic surgery”, *Journal of Consumer Culture*, Vol. 7, No.1, PP. 57-78.
- 41- Huang, J, Norman, G.J., Zabinski, M. F., Calfas, Karen, Kevin Patrick. (2007). Body Image and Self-Esteem among Adolescents undergoing an Intervention Targeting Dietary and Physical Activity Behaviors, *Journal of Adolescent Health*, No. 40, vol.3, pp. 245-251.
- 42- Jamshidiha, GholamReza and Shahram Parastesh. (2007). The dialectic of field and habitué in Pierre Bourdieu’s theory, *Social Science Letter*, Vol. 8, No, 30, PP: 1-23. [In Persian]
- 43- Jung, Jaehee, Seung-Hee Lee. (2009). Cross-Cultural Comparisons of Appearance Self-Schema, Body Image, Self-Esteem, and Dieting Behavior Between Korean and U.S.Women, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 34, pp. 350-365.
- 44- KeyvanAra, Mahmoud, Rabbani, Rasoul and Mehdi ZhianPoor. (2010). Social Classification and Body Modification: Cosmetic Surgery as Social Status Symbol, *Journal of Women Strategic Studies*, Vol. 12, No. 47, PP: 73-93. [In Persian]
- 45- Khajenoori, Bijan & Ali Asghar Moghadas. (2009). “ Globalization and Women’s Social Capital”, *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, Vol. 5, No. 2, pp. 131-154.
- 46- Khajenoori, Bijan & Ali Asghar Moghadas. (2009). “An Investigation of Relationship between Globalization and Body Image, Case Study: Tehran, Shiraz & Estahbān”, *Journal of Applied Sociology*, Vol. 33, No. 1, pp. 1-24. [In Persian]
- 47- Kivisto, Peter. (2009). Key ideas in sociology, Translated by Manouchehr Kashani, Teharn: Nashre Ney. [In Persian]
- 48- Leo, Hendry. (2004). *Young People's Leisure and Lifestyles*, Translated by: Morteza MolaNazar and Faramarz Dezfouli, Tehran: Nasle Sevom. [In Persian]
- 49- Levinson, R., Powell, B. & Steelman, L.C. (1986). Social Location, Significant others and Body Image among Adolescents, *Social Psychology Quarterly*, Vol. 49, No.4, pp. 330-337.
- 50- Lin, Nan. (1978). *Foundations of Social Research*, New York: McGraw Hill.
- 51- Malson, H. (2008). “Deconstructing Un/Healthy Body-weight and Weight Management”, pp. 27-43, in (Eds). Riley, S., Burns, M., Frith, H., Wiggins, S. & P. Markula, and *Critical Bodies: Representations, Identities and Practices of Weight and Body Management*, New York: Palgrave Macmillan, First Edition.

- 52- Moghaddas, Ali Asghar & Bjan Khajenoori. (2005). "Globalization and Women's Identity in the Cities of Shiraz and Estahbān, *Women's Studies*, Vol. 3, No. 7, pp. 5-32. [In Persian]
- 53- Mokhtari, Maryam. (2009). Granded Theory of Women's Body Image: Why Women Do Cosmetic Surgery? Case Study: The Women, Who Apply Cosmetic Surgery in Shiraz, PhD dissertation, *Shiraz University, Sociology department*. [In Persian]
- 54- Monadi, Morteza. (2009). The Role of Knowledge and Science in Everyday Life: Comparative Study, Educated and Low Educated Family in Tehran, *Iranian high Education Association*, Vol. 2, No. 1, PP: 67-110. [In Persian]
- 55- Movahed, Majid, GhafariNasab, Esfandiar and Maryam Hosseini. (2010). make up and young girl social life, *The Women in Politic and Development*, Vol. 8, No. 1, PP: 79-105. [In Persian]
- 56- Nettelton, S. (1998). *Body in Everyday Life*, London and New York: Routledge.
- 57- Neuman, L. (2007). *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*, Second Edition, Allyn & Bacon.
- 58- Neuman, L. (2006). *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*, Fourth Edition, London, Allyn and Bacon.
- 59- Nezek, J. B. (1999). Body Image and day-to-day Social Interaction. *J Pers*; Vol.67, pp. 793- 817.
- 60- Ogle, Jennifer, Damhorst, Mary. (2003). "Mothers and Daughters: Interpersonal Approaches to Body and Dieting" *Journal of Family Issues*, Vol. 24, No. 2, PP. 448-487.
- 61- Phillips KA, Kaye WH. (2007). The Relationship of Body Dysmorphic Disorder and Eating Disorders to Obsessive-Compulsive Disorder. *CNS Specter*, Vol. 12, PP. 347- 358.
- 62- Pitts-taylor, Victoria. (2008). *Cultural encyclopedia of body*, USA: Greenwood press.
- 63- Rabbani, Rasoul and Hamed Shiri. (2009). Leisure Time and Social Identity: The Sociological Study of Youth Leisure Time Consumption in Tehran, *Journal of Cultural Research*, Vol. 2, No. 8, PP: 20-42. [In Persian]
- 64- RafatJah, Maryam. (2007). Women's Human Identity in the Challenge of Fashion and Mode, *Journal of Women Strategic Studies*, Vol. 9, No. 38, PP: 135-171. [In Persian] Solāsie, Tehran: Elmi Publication. [In Persian]
- 65- Reischer, E., Koo, K.S. (2004). "The Body Beautiful: Symbolism and Agency in the Social World" *Annual Review of Anthropology*, Vol. 33, pp. 297-317
- 66- Rezei, Ahmad, Inanlo, Mina and Mohammad fekri. (2009). Body Management and its Relationship with Social Factors among Mazandaan

- University girls, *Journal of Women Strategic Studies*, Vol. 11, No. 41, PP: 141-164. [In Persian]
- 67- Ritzer, George. (2005). *Contemporary Sociological Theory*, Translated by Mohsen
- 68- Rosenberg. M. (1965). *Society and Adolescent Self-Image*, USA: Princeton University Press.
- 69- Rysst, Mari. (2010). "Healthism" and looking good: Body Ideals and Body Practices in Norway" *Scandinavian Journal of Public Health*, Vol. 38, No. 5, PP. 71-80.
- 70- Salehi, Omid. (2010). Make me beautiful, *Index on Censorship*, Vol. 32, No. 2, PP. 156-159.
- 71- Scott, Susie. (2010). How to Look Good (Nearly) Naked: The Per formative Regulation of the Swimmer's Body, *Body and Society*, Vol. 16, No 2, PP. 143-168
- 72- Shilling, Chris. (1993). *Body and Social Theory*, London: Sage Publication.
- 73- Shahabi, Mahmoud. (2003). The Globalization of Young: Subcultures of Youth in Globalization Era, *Youth Studies*, Vol. 1, No. 5, PP: 2-21. [In Persian]
- 74- Sotoudeh, G., Khorshid, S., Karbakhsh, Khaje Nasiri, F., and Khalkhali, H.R. (2008). What Women Think About Their Husbands' Opinions Might Influence Women's Body image, An Explorative Study", *Indian Journal of Medical Science*, Vol. 65, No.3, PP.98-104.
- 75- Spencer, Dale. (2009). "Habit(us), Body Techniques and Body Callusing: An Ethnography of Mixed Martial Arts", *Body and Society*, Vol. 15, No. 4, PP. 119-143.
- 76- Swami, Viren et al. (2010). The Attractive Female Body Weight and Female Body Dissatisfaction in 26 Countries across 10 World Regions: Results of the International Body Project I, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 36, No. 3, PP. 309-325.
- 77- Synnot, Anthony. (1990). Truth and Goodness, Mirrors and Masks, Part II: Sociology of Beauty and Face", *British Journal of Sociology*, Vol. 40. No. 4, pp. 55-76.
- 78- Talaei, Ali, Bordbar, MohammadReza, Nasiraei, Afshin and Amir Rezaei. (2009). The Evaluation of Symptomatic Patterns and the Frequency of Body Deformity Disorder among Students, *Mashhad University of Medical science Journal*, Vol. 52, No. 1, PP: 49-56. [In Persian]
- 79- Tiggemann, Marike and Eha Ruutel (2001). A Cross-Cultural Comparison of Body Dissatisfaction in Estonian and Australian Young Adult, Its Relationship with Media Exposure, *Journal of Cross Cultural Psychology*, Vol. 23, No.6.
- 80- Turner, Bryan.S. (1996). *Body and Society*, London: Sage.
- 81- Turner, J.H. (2003). *The Structure of Sociological Theory*, USA: Wadsworth

- 82- Varga, Ivan. (2005). The Body, the New Scared? The Body in Hypermodernity, *Current Sociology*, Vol 53. No 2, pp. 209-235.
- 83- Veblen, Thorsten. (1383). The Theory of Leisure Class, Translated by farhang Ershad, Tehran: NasherNey. [In Persian]
- 84- Waite, Louise. (2007). Some People Drink as the Body Should Feel a Little Ease: Understanding Body Management amongst Manual Laborers in Western India, *Journal of South Asian Development*, Vol. 2, No. 2, PP. 227-253.
- 85-Wiseman, C., Gray, J., Mosimann, J., & Anthony Ahrens, A. (1992). Cultural Expectations of Thinness in Women: An update. *International Journal of Eating Disorders*, 11: 85-89.
- 86- Wolf, Naomi. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*, USA: Perennial.
- 87- Younesi, Jalal and Anoushe Salajaghe. (2001). Body Image in Pregnant and Barren Women, *Pregnancy and Barren Quarterly*, PP: 14-21. [In Persian]
- 88-Zokaei, MohammadSaeid. (2008). Youth, Body and fitness culture, *Journal of Cultural Research*, Vol. 1, No. 1, PP: 117-141. [In Persian]
- 89- Zokaei, MohammadSaeid and Hamide Farzane. (2008). Women and Body Culture, *Communications and Cultural Studies*, Vol. 4, No, 11, PP: 43-59. [In Persian]