

تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن (مطالعه‌ای تجربی در میان دانشجویان دختر دانشگاه پیام‌نور تهران)

مهديه امامي غفاري^۱

امير ملكي^۲

محمدجواد زاهدي^۳

چکیده

امروزه بدن زمینه‌ای برای جایگذاری نشانگان هویت‌بخش و واسطه‌ای برای تنظیم و برقراری برهم‌کنش‌های اجتماعی است. از این رو، تصور افراد از بدن خود و درکی که از بدن مطلوب و پذیرفته‌شده دارند، نقش مهمی در چگونگی مواجهه آن‌ها با بدنشان دارد. مطالعه حاضر به دنبال توصیف و تحلیل رابطه انعطاف‌پذیری تصور از بدن با پذیرش اجتماعی آن است. روش این پژوهش، پیمایشی و جامعه آماری آن شامل دانشجویان دختر دانشگاه پیام‌نور تهران است و ۴۱۵ نفر از این جامعه به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب گزینش شده‌اند. نتایج این مطالعه، وجود همبستگی معکوس بین ابعاد سه‌گانه پذیرش اجتماعی بدن شامل پذیرش عام (عمومی)، پذیرش در گروه‌های همسال و پذیرش سازمانی با متغیر تصور از بدن را نشان می‌دهد که میزان آن در بعد عمومی ۰/۳۱۲- و قوی‌تر از دو بعد دیگر است. نمره کلی متغیر پذیرش اجتماعی بدن نیز دارای همبستگی ۰/۳۴۱- با متغیر تصور از بدن است. همچنین بررسی‌ها نشان‌دهنده رابطه معنادار متغیرهای سن، مقطع تحصیلی و وضعیت اشتغال با متغیر تصور از بدن است. مطابق یافته‌ها متغیرهای زمینه‌ای، رابطه معناداری با متغیر پذیرش اجتماعی بدن ندارند.

واژه‌های کلیدی: تصور از بدن، پذیرش اجتماعی بدن، پذیرش سازمانی، پذیرش عمومی، مدیریت بدن.

۱. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی،

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه پیام‌نور تهران (نویسنده مسئول)،

۳. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه پیام‌نور تهران،

مقدمه و بیان مسئله

از گذشته تا امروز در جوامع گوناگون، زنان اغلب به مثابه موجوداتی نگریسته شده‌اند که پذیرش اجتماعی آن‌ها، منوط به تغییر و فاصله گرفتن آن‌ها از وضعیت طبیعی بدنشان است. از سوی دیگر، وضع مطلوب بدن زنانه، تابع شرایط فرهنگی و اجتماعی هر جامعه است و در هر زمانه‌ای دستخوش تغییراتی شده است، اما در هر حال این جامعه بوده که مسئولیت ترسیم وضع مطلوب از بدن زنان را به عهده داشته است. به سخن دیگر، همان گونه که اودن (اباذری، ۱۳۸۷) تأکید می‌کند، تقریباً هیچ بعدی از بدن زنان، هرگز همان طور که هست، کاملاً مناسب تلقی نشده است.

ملک (۱۳۸۱) یکی از عوامل مهم گرایش افراد به سمت مصرف بیشتر محصولات بازار صنعت زیبایی در جوامع معاصر را نقش آفرینی این کالاها در مقام برچسب‌ها و نمادهای تعیین کننده هویت و منزلت اجتماعی می‌داند. به سخن دیگر، مصرف این کالاها برای افراد مجالی فراهم می‌سازد تا با صرف هزینه‌های گاه نه چندان سنگین، ظاهر خود را از آنچه معرف پایگاه اجتماعی، اقتصادی و وضعیت فرهنگی آن‌هاست، متمایز سازند و خود را حداقل به طور موقت و در چشم کنشگران ناآشنا، متعلق به پایگاه اجتماعی و اقتصادی مطلوب تری جلوه دهند. از سوی دیگر، می‌توان انتظار داشت بعضی مظاهر مهم کامیابی در زندگی فردی از جمله اشتغال نیز پیوندی اساسی با پذیرش اجتماعی بدن پیدا کند (گاتفرید، ۲۰۰۳). این واقعیت، در کنار فعالیت‌های رسانه‌ای و تبلیغی وابسته به جریان بازار صنعت زیبایی، به نوعی درهم تنیدگی بین مقوله‌های مورد نظر در این پژوهش یعنی «تصور از بدن»، «پذیرش اجتماعی بدن» و مفاهیم دیگری از قبیل «مدیریت بدن» منجر می‌شود. از این رو، در سال‌های اخیر شاهد انجام پژوهش‌های مختلفی درباره ابعاد مختلف این ارتباط مفهومی و موضوعی هستیم (برای مثال، فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷؛ راسخ و همکاران، ۱۳۸۹؛ بابامیری و همکاران، ۱۳۹۰؛ نش و همکاران، ۲۰۰۶).

در عین حال، پویایی مسائل اجتماعی، به ویژه آن دسته از مسائلی که فراتر از مرزهای سنی و جنسی جریان می‌یابند، مطالعه آن‌ها و رسیدن به دیدگاه‌های روشن و قابل اتکا را ضروری می‌سازد؛ علاوه بر این، بررسی رابطه تصور از بدن با درک افراد از پذیرش اجتماعی آن، در میان دختران جوان جامعه ما اولویت دیگری نیز دارد که اغلب به دلیل فرهنگ مداخله فردی در قالب

مدیریت بدن است که با هدف پذیرفتنی تر کردن آن در عرصه‌های گوناگون جامعه انجام می‌شود. برای این اساس، می‌توان پرسش اصلی پژوهش حاضر را این‌گونه مطرح کرد که بین تصور از بدن، به‌ویژه آن وجهی که متناظر با میزان دغدغه و درگیری عینی فرد است با تصویری که افراد از بدن مطلوب و پذیرفته‌شده در محیط‌های اجتماعی دارند، چه رابطه‌ای وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) در «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن» در شیراز، زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله را با نمونه‌ای ۴۰۰ نفری در مناطق هشت‌گانه شهر مطالعه کردند. نتایج این پژوهش، توجه بالای زنان به بدن در همه وجوه مورد توجه محققان، از جمله آرایش، مراقبت و... را تأیید کرده است. براساس یافته‌ها، متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی و اجتماعی، با مدیریت بدن رابطه مستقیم دارند. همچنین بین متغیر دینداری و مدیریت بدن، رابطه‌ای معکوس و معنادار مشاهده شده است.

از مطالعات دیگر در این زمینه می‌توان به پژوهش مهدوی و عباسی اسفجیر (۱۳۸۹) درباره ۲۰۰ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه غیرانتفاعی سبز آمل اشاره کرد که با عنوان «بررسی میزان تمایل به مدیریت بدن و کنترل اندام و عوامل مؤثر بر آن» به روش پیمایشی انجام شد. گردآوری اطلاعات، به کمک پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته مشتمل بر ۵۵ سؤال در هشت بعد صورت گرفت که شامل تنوع‌طلبی نوگرایی، همانندسازی، تشخیص‌طلبی، تأثیر دوستان و جلب‌توجه بود. براساس یافته‌ها به‌ترتیب، متغیرهای جلب‌توجه، تشخیص‌طلبی، تأثیر دوستان و همسالان، تنوع‌طلبی و نوگرایی، بیشترین تأثیر را بر تبیین متغیر وابسته (میزان تمایل به مدیریت و کنترل بدن) دارند. ضمن آنکه باقی متغیرهای مستقل نیز تأثیر معناداری را در درجه‌های پایین‌تر بر متغیر وابسته دارند.

ربانی و همکاران (۱۳۸۹) با پیوند زدن موضوعاتی مانند بدن، زیبایی، مصرف، سبک زندگی، طبقه و پایگاه، ماهیت جراحی‌های زیبایی را به‌عنوان یک رفتار مصرفی و اندام‌های جراحی‌شده را به‌عنوان یکی از نمادها و نشانگان پایگاه اجتماعی بررسی کنند. این پژوهش کمی، نمونه‌ای ۱۴۰ نفری از افرادی را که بدون داشتن نقص عضو یا مشکل پزشکی، عمل جراحی زیبایی کرده بودند، بررسی کرد. یافته‌های این پژوهش نشان داد بیشتر افرادی که جراحی زیبایی کرده‌اند، زن، غیرمتاهل و متعلق به طبقات متوسط روبه‌پایین و پایین جامعه‌اند که مدیریت بالای بدن دارند. درواقع، می‌توان گفت جراحی زیبایی به‌مثابه یک رفتار مصرفی منزلت‌بخش، به طبقه ممتاز جامعه اختصاص ندارد و در میان اقشار پایین جامعه نیز فراگیر شده است.

کلارک و گریفین (۲۰۰۷) به بررسی ادراک زنان مسن از پیری طبیعی و غیرطبیعی بر مبنای مواجهه آن‌ها با انواع مداخله‌های مربوط به زیبایی، از قبیل استفاده از کرم‌های ضدچروک، مواد آرایشی، رنگ مو، جراحی زیبایی یا روندهای زیبایی‌بخش بدون جراحی پرداختند. داده‌های این مطالعه، از طریق ۴۴ مصاحبه عمیق با زنان ۵۰ تا ۷۰ ساله به دست آمده است. زنان مورد مطالعه، اغلب پیری را به عنوان فقدان مداخلات مذکور می‌دانستند؛ از این رو، این مداخله‌ها را موجه می‌دانستند. بیشتر مصاحبه‌شوندگان، انواع اقدام‌های زیبایی‌بخش را صورت می‌دادند و در عین حال، بر اهمیت تولید جلوه‌ای طبیعی برای خود (به تبع این آرایش) تأکید داشتند. همچنین در حالی که بعضی از زنان، پذیرای واقعیت افزایش سن خود بودند، دیگران در دفاع از ضرورت مداخله‌های فزاینده زیبایی، استدلال‌هایی را مطرح کردند.

بریتون (۲۰۱۲) نیز نسبت قشربندی اجتماعی با اصلاح بدن از طریق جراحی زیبایی را در پژوهشی پیمایشی بررسی کرد. براساس نتایج این پژوهش، رابطه سطح عزت نفس پاسخگویان با نگرش‌ها، باورها و رفتارهای آنان درباره آرایش معنادار نیست. نمره‌های بالاتر شاخص خودارزیابی افراد، در تناظر با سطوح بالاتر مصرف آرایشی، سن پایین‌تر برای آغاز آرایش، مهارت بیشتر برای آرایش، اهمیت بیشتر برای نقش آرایش در افزایش اعتماد به نفس و احساس راحتی بیشتر در موقعیت‌های شغلی و حرفه‌ای بوده است. در جدول ۱ گزیده‌ای از نتایج بعضی دیگر از مطالعات در حوزه مدیریت بدن مشاهده می‌شود.

جدول ۱. گزیده‌ای از نتایج مطالعات مربوط به موضوع پژوهش

عنوان یا موضوع	روش	گزیده یافته‌ها	محقق / سال
آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان	کیفی	آرایش کردن، اغلب شیوه‌ای عقلانی برای کسب سرمایه نمادین و حتی تبدیل آن به انواع دیگر سرمایه است.	موحد و همکاران (۱۳۸۹)
مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در میان دختران دانشگاه مازندران	پیمایش	عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن عبارت‌اند از: رضایی و همکاران مصرف‌گرایی، فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای.	(۱۳۸۹)

ادامه جدول ۱. گزیده‌ای از نتایج مطالعات مربوط به موضوع پژوهش

عنوان یا موضوع	روش	گزیده یافته‌ها	محقق / سال
بررسی نگرش زنان به مدیریت بدن	پیمایش	بین نگرش زنان به مدیریت بدن و عواملی مانند درآمد، پذیرش عام، پذیرش در گروه همسالان، پذیرش سازمانی، مدگرایی، مصرف رسانه‌ای، انتظارات اجتماعی، امکانات اقتصادی و اجتماعی، مصرف‌گرایی، کسب هویت، لذت‌طلبی و سبک زندگی، ارتباط معنادار وجود دارد. بین نگرش زنان به مدیریت بدن و عواملی مانند سن، اشتغال حین تحصیل، تأهل و مقطع تحصیلی، ارتباط معناداری دیده نمی‌شود.	راسخ و همکاران (۱۳۸۹)
عوامل اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر میزان مصرف مواد آرایشی توسط دانشجویان دختر	پیمایش	رابطه متغیرهای مدیریت بدن، مصرف رسانه‌ای، دینداری، پایگاه اجتماعی و اقتصادی و پذیرش اجتماعی با میزان مصرف مواد آرایشی معنادار است. همچنین در مصرف مواد آرایشی، عامل اجتماعی مهم‌تر و تأثیرگذارتر از ویژگی‌های شخصیتی است.	بابامیری و همکاران (۱۳۹۰)
بررسی تأثیر آرایش ظاهر زنان بر پذیرش اجتماعی آنان	پیمایش اینترنتی	آرایش موجب می‌شود که زنان، سالم‌تر، با اعتمادبه‌نفس بیشتر، دارای درآمد بالاتر و دارای مشارکتی با منزلت بیشتر ارزیابی شوند. بدین ترتیب، زنان موفق می‌شوند از طریق آرایش، بر ارزیابی خود تأثیر بگذارند.	نش و همکاران (۲۰۰۶)

در مجموع، پژوهش‌ها بیانگر تأثیرگذاری طیف متنوعی از متغیرهای جامعه‌شناختی و روان‌شناختی، هم بر تصور از بدن و هم بر پذیرش اجتماعی آن در گروه‌های مختلف اجتماعی است. جامعه آماری اغلب این پژوهش‌ها، زنان و جوانان بوده‌اند. فراگیری دغدغه درباره تصور از بدن، مشروعیت انواع مداخله در بدن و غلبه تصور مطلوب بر تصور موجود از بدن را در نتایج بسیاری از این مطالعات می‌توان مشاهده کرد، اما به شاخص‌های انعطاف‌پذیری تصور از بدن و رابطه آن با ابعاد مختلف پذیرش اجتماعی به‌طور خاص - که موضوع محوری در این پژوهش است - کمتر توجه شده است.

مبانی نظری

۱. تصور از بدن

«تصور از بدن» از سویی مجموعه‌ای از نگرش‌ها، احساس‌ها و تخیلات فرد درمورد بدنش است و از سوی دیگر، معرف شیوه‌ای است که براساس آن، فرد می‌آموزد تجربیات خود از بدنش را سازمان‌دهی و یکپارچه کند (فیشر، ۱۹۷۰: vii).

فرایند رشد تصور از بدن، از سال‌های آغازین حیات آغاز می‌شود. تأییدها و توجهات والدین، در کنار انتقادهای غفلت‌های آنان، بر ماهیت افکار و تصورات کودکان درمورد خودشان تأثیر می‌گذارد. هم‌زمان با این مسئله، تصور از بدن در کودکان تا حد زیادی، از پدیده‌ها و شخصیت‌های اجتماعی و فرهنگی مانند والدین، عروسک‌ها، شخصیت‌های تلویزیونی و نیز شخصیت‌های تصویرشده در کتاب‌ها و فیلم‌ها تأثیر می‌پذیرد. همچنین تصور از بدن، در نوجوانان و جوانان، به‌طور مداوم در پاسخ به محرک‌های داخلی و خارجی، به‌ویژه تغییرات فیزیکی آن‌ها در دوران بلوغ، رشد می‌یابد. در این بازه سنی، افراد به‌ویژه درمورد اینکه دیگران به آن‌ها چگونه می‌نگرند و درباره آن‌ها چه می‌اندیشند، بسیار حساس‌اند. این موضوع، ارتباط مستقیمی نیز با نحوه شکل‌گیری ویژگی‌های روان‌شناختی مانند عزت‌نفس و ارزش نفس دارد؛ به‌ویژه میزان پایداری و ناپایداری این ویژگی‌ها در فرد حائز اهمیت است (زاکرمین و آبراهام، ۲۰۰۸: ۳۲۰).

یکی دیگر از متغیرهای مهم تأثیرگذار بر فرد در تصویرسازی از بدن مطلوب و از آن مهم‌تر اقدام عملی برای دستیابی به آن، الگوهای مرجع در میان اشخاص مشهور (هنرمندان، ورزشکاران، سیاستمداران و...) و شدت علاقه‌مندی و گرایش فرد به آن‌هاست؛ به‌ویژه افرادی که بدنشان برای وی جذاب باشد. این موضوع در بعضی پژوهش‌ها، در بحث رسانه دیده شده و در پژوهش‌های دیگری به‌طور مستقل به آن پرداخته شده است. درهرحال، بسیاری از این پژوهش‌ها، این تأثیرگذاری و تأثیرپذیری را نشان داده‌اند (مالتی و دی، ۲۰۱۱: ۴۸۳؛ آبراهام و زاکرمین، ۲۰۱۱: ۴۵۳).

تصور از بدن، یکی از حوزه‌های مورد توجه در بحث‌های فمینیستی چند دهه اخیر بود و تأثیرگذاری رسانه‌ها بر رضایت از بدن در بین زنان، در نقطه کانونی چنین بحث‌هایی قرار داشت؛ برای مثال، به اعتقاد گروهی از پژوهشگران فمینیست، زنان جوان به‌دلیل قرارگرفتن در معرض

تصویرسازی‌های گسترده رسانه‌های هالیوودی از زنان جذاب و سفیدپوست، از حیث اجتماعی و سیاسی، به کنشگرانی منفعل تبدیل می‌شوند. درواقع، این رسانه‌ها مجریان زن جوان و موفق، هنرمندان، ستاره‌های موسیقی و مانند آن‌ها را به‌عنوان مظاهر جدید آزادی و موفقیت زنان به زنان عرضه می‌دارند. درحالی‌که تقریباً همه این نمونه‌ها، از استانداردهای مشابهی در زمینه تصور از بدن پیروی می‌کنند (گوئندیزی، ۲۰۰۴: ۱۶۳۶). حال می‌توان انتظار داشت به‌طورکلی مخاطبان این رسانه‌ها وضع مطلوب را برای خود در هماهنگی ظاهری بدنشان با تصاویر استاندارد مذکور ببینند و در مسیر دستیابی به آن تصاویر قدم بردارند.

برای بسیاری از زنان، در جوامع غربی و جوامعی که به‌نوعی از فرهنگ حاکم بر جوامع غربی تأثیر می‌پذیرند، زن بودن معمولاً با تجربه دلهره و دغدغه دائم درباره انطباق شکل ظاهری بدن با تصاویری همراه است که به‌لحاظ فرهنگی و اجتماعی، به‌عنوان بدن‌های ایده‌آل معرفی شده‌اند. در چنین وضعیتی، اگر فردی احساس کند در حصول این انطباق شکست خورده است، نارضایتی از وضع موجود بدنش، نتیجه‌ای محتمل خواهد بود. این نارضایتی از بدن و تأثیرپذیری از فشارهای خارجی فرهنگی و اجتماعی ناشی از آن، افراد را به رفتارهای مختلفی درجهت نزدیکی به تصاویر ایده‌آل عرضه‌شده وامی‌دارد (تامسون و همکاران، ۲۰۰۳: ۶۰). این رفتارها به‌طور طبیعی طیف متنوع و وسیعی از مصرف مواد مختلف آرایشی یا گرایش به انواع رژیم‌های غذایی و درنهایت، اقدام به جراحی‌های زیبایی را دربرمی‌گیرد.

۲. پذیرش اجتماعی بدن

پذیرش اجتماعی، درجه عضویت درون‌گروهی فرد در یک واحد اجتماعی است که وی به‌گونه‌ای ملموس و معنادار در آن درگیر است (امپوفو^۱، ۲۰۰۳: ۴۳۶). برای‌این‌اساس، می‌توان از پذیرش اجتماعی دانش‌آموزی در مدرسه یا پذیرش اجتماعی یک شهروند در اجتماع محله‌ای (یا همسایگی) یاد کرد؛ علاوه‌براین، پذیرش اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی سلامت اجتماعی معرفی شده است که خود عبارت است از «ارزیابی و شناخت فرد از چگونگی عملکردش در اجتماع و کیفیت روابطش با افراد دیگر، نزدیکان و گروه‌های اجتماعی‌ای که وی عضو آن‌هاست» (گنجی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۳).

از دیدگاهی دیگر، پذیرش اجتماعی، برایندی از نفوذ اجتماعی، همنوایی، قضاوت اجتماعی

و نگرش افراد است که بر مبنای آن، افراد به جای آنکه خود واقعی‌شان را بروز دهند، ابتدا از زاویه دید دیگران به خود می‌نگرند و سپس با آن‌ها سازگاری می‌یابند. به سخن دیگر، پذیرش اجتماعی را می‌توان مجموعه واکنش‌ها و پاسخ‌های افراد به امید پسندیده‌بودن در اجتماع و کسب مطلوبیت اجتماعی دانست (عسگری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۰-۱۰۱).

در برداشتی تقریباً متفاوت در متون علمی مربوط به فناوری به‌ویژه فناوری‌های نوین نیز از پذیرش اجتماعی به‌عنوان مفهومی کلیدی یاد می‌شود. در این‌گونه موارد، این مفهوم اغلب ناظر بر چگونگی مواجهه ذی‌نفعان و مخاطبان در شئون مختلف مصرف‌کنندگان (سیاستگذاران، سهام‌داران و سرمایه‌گذاران) یا در عرصه‌های گوناگون (سیاسی، اجتماعی و اقتصادی) است (واستیوهاگن و همکاران، ۲۰۰۷: ۲۶۸۴-۲۶۸۶). هرچند پذیرش اجتماعی را می‌توان مطلوبیت و حتی نیازی فراگیر بین احاد یک جامعه به‌شمار آورد، انتظار می‌رود این مقوله برای جوانان اهمیتی مضاعف داشته باشد. به‌ویژه بعدی از پذیرش اجتماعی که دلالت بر پذیرفته‌شدن در گروه‌های همسال دارد بسیار مورد توجه جوانان است (کرمی، ۱۳۹۱: ۶).

براساس این توضیحات، پذیرش اجتماعی بدن را می‌توان مشتمل بر وضعیت ظاهری، آرایشی و پوششی بدن دانست که در عرصه‌های مختلف نظام اجتماعی و از سوی نمایندگان آن پذیرفته می‌شود (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۷).

یکی از تبیین‌های شایان‌توجه در زمینه پذیرش اجتماعی بدن را می‌توان در مطالعه گاتفرید (۲۰۰۳) با عنوان «بدن‌های اغواگر^۱: شکل‌گیری جنسیت در محل کار در ژاپن» پیگیری کرد. هرچند وی به‌طور مستقیم از این عبارت استفاده نکرده، در مطالعه خود، در پی آن بوده است تا نشان دهد جنسیت چگونه در سازمان‌ها تجسم می‌یابد. درواقع، تمرکز نویسنده بر روند شکل‌گیری فرم‌های جدیدی از بازار کار بوده است که با عنوان نیروی کار مبتنی‌بر زیبایی^۲ ظهور یافته‌اند (گاتفرید، ۲۰۰۳: ۲۵۷). این نیروی کار شامل افرادی است که در کنار سایر صلاحیت‌های شغلی، به‌دلیل ظاهر یا لهجه‌شان در شرکت‌های مختلف، با هدف بهبود و ارتقای

۱. عنوان این مقاله به زبان انگلیسی "Temp(t)ing Bodies: Shaping gender at work in Japan" است. «Temp» در بازرگانی به مفهوم کار موقت، به‌ویژه کاری است که از طریق بنگاه‌های کاریابی به فرد عرضه می‌شود. واژه «Temp» نیز به معنای وسوسه کردن یا اغواکردن است. به‌نظر می‌رسد نویسنده با توجه به موضوع مقاله‌اش، با این دو واژه لفاظی هنرمندانه‌ای کرده باشد.

تصور عموم از آن شرکت‌ها، به کار گرفته می‌شوند. این گونه مشاغل، اغلب در زمره فرصت‌های شغلی موقت تعریف می‌شوند و جذابیت ویژه‌ای برای زنان دارند. در عین حال، به دلیل این ماهیت، اغلب برانگیزاننده افراد در مدیریت بدن با هدف احراز و حفظ ویژگی‌های مطلوب شغلی هستند (همان: ۲۷۰-۲۷۱).

از مجموعه تبیین‌های گاتفرید این گونه برمی‌آید که وی برای این افراد، در کنار تلاش‌های متداول برای ارائه تصویر مطلوب از بدن در سطح عموم و گروه‌های همسال، اهتمام ویژه‌ای بر مدیریت بدن با هدف پذیرفته شدن در سطح سازمانی و در نتیجه، اشتغال و کسب موقعیت شغلی مورد نظر قائل است. بر این اساس، در مطالعه حاضر نیز برای پذیرش اجتماعی بدن، به این سه سطح (سطح عام یا عمومی، گروه‌های همسال و سطح سازمانی) توجه شده است.

۳. تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن در نظریه‌های جامعه‌شناختی

برگر و لاکمن (۱۳۷۵: ۹۱)، بر اساس رویکرد برساخت‌گرایانه خود در ساخت اجتماعی واقعیت، بدن را پدیده‌ای می‌دانند که به صورت اجتماعی ساخته می‌شود. جامعه‌شناسی بدن به بررسی چگونگی تأثیرپذیری افراد از عوامل و نیروهای اجتماعی می‌پردازد؛ چراکه بدن از تجربه‌های زندگی اجتماعی افراد، همچنین هنجارها و ارزش‌های گروهی آن‌ها تأثیر می‌پذیرد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۲۱۱). بر این اساس، بدن انسان واسطه‌ای میان فرد و جهان خارجی پیرامون است (محسنی، ۱۳۸۲: ۱۳۱). در بررسی رابطه فرد و جامعه نوین، بوردیو معتقد است تأکید و توجه به بدن، نشانه‌ای از کارکردی شدن ظاهر آن است که خود از اتصال اجتماع با بدن منتج می‌شود (فرانکو، ۲۰۰۸: ۴۷).

در جامعه‌شناسی بدن، از مفهوم «نقشه فرهنگی»^۱ یاد می‌شود. این مفهوم به معنای نگاه مشترک اعضای یک گروه اجتماعی به بدن است که معمولاً در فرایند اجتماعی شدن، در افراد گروه درونی می‌شود. این برداشت مشترک، به افراد درکی کلی از چگونگی ساختار بدنی‌شان و نیز نحوه کارکرد آن ارائه می‌دهد. همچنین برداشت مذکور، شامل اندازه و شکل ایده‌آل بدن و نیز ایده‌هایی درباره زیبایی، تناسب، سلامتی و جذابیت جنسی است؛ علاوه بر این نقش فرهنگی، قسمت‌های خصوصی یا عمومی بدن، قسمت‌های مقدس یا آلوده (نجس) و نیز قسمت‌هایی را که باید پیدا یا ناپیدا باشند، معین می‌سازد. در نهایت، افتراق بدن سالم از ناسالم (بیمار) و نیز بدن

توانا از بدن معلول از طریق همین تعریف جامع فرهنگی امکان پذیر می شود (هلمن، ۱۹۹۵: ۱۷۱).

موضوعی که نباید از آن غافل شد، نقش عوامل خرددانه و پهن دانه اجتماعی در رواج ظاهرهای متفاوت در گروه های اجتماعی گوناگون است. براین اساس، نه با پیش فرض های دارای سوگیری های اخلاقی و نه با پیش فرض هایی که ظاهر را صرفاً بر مبنای درآمد بالا یا پایین افراد تبیین می کنند، نمی توان تنوع در ظاهر بدن و نیز در شیوه های مواجهه افراد با بدنشان را در یک بستر اجتماعی متکثر تحلیل کرد. در مقابل، با تمرکز بر مفهوم سبک زندگی و بررسی جایگاه ظاهر بدن در گونه های مختلف آن در یک جامعه می توان پاسخ هایی در زمینه جراحی مواجهه های گوناگون افراد با بدنشان و نیز چگونگی تطور درکشان از آن ارائه داد (همان: ۳۱۲). ارتباط تصور از بدن با پذیرش اجتماعی آن را می توان به طور ضمنی یا صریح در نظریه های بسیاری از متفکران حوزه جامعه شناسی بدن پیگیری کرد. مفهوم «مدیریت تأثیرگذاری» اروینگ گافمن (۱۳۸۶) اشاره ای ضمنی، اما مهم به کوشش کنشگران برای پذیرش اجتماعی در محیط های مختلف و در حضور سایر کنشگران اجتماعی دارد. این مفهوم، نوعی نظارت مداوم بر خود و دیگری با هدف حضور در اجتماع، ایفای قدرتمندانه نقش اجتماعی مورد نظر و به تبع آن، وادار ساختن دیگری به رفتار مطابق با میل و خواسته کنشگر را دربردارد. زمینه اصلی نظریه فرایند متمدن شدن نوربرت الیاس (ذکایی، ۱۳۸۶ و اسمیت، ۱۳۸۳) نیز ناظر بر نوعی مراقبه نظام مند و بسیار اجباری بر بدن افراد، اغلب از سوی خود آن ها با هدف بهره مندی از منزلت اجتماعی مطلوب است.

دیدگاه فوکو در این زمینه، ماهیتی انتقادی تر دارد. به باور فوکو، آنچه رخ می دهد، بیش از آنکه درکی آگاهانه از وضع موجود و طرح مطلوب بدن و تلاش برای دستیابی به بدن مطلوب و پذیرفته شده در جامعه باشد، قرار گرفتن بدن در سیطره فرایندهای اجتماعی انتظام بخش و به شدت کنترل کننده ای است که ماحصل آن، بدن هایی مطیع و مطلوب نظام سرمایه داری است. براین اساس، سخن گفتن از کوشش های دلخواه و هوشمندانه برای پذیرفته شدن از سوی اجتماع، چندان وجاهت و موضوعیت ندارد (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵؛ لش، ۱۳۸۳؛ اسمارت، ۱۳۸۶).

به عقیده ترنر، در نظام های اجتماعی مدرن، بدن زمینه ای مهم برای فعالیت های فرهنگی و سیاسی شده است. از این رو، شاهد شکل گیری صنعت گسترده زیبایی در دنیای مدرن هستیم که علاوه بر تأمین دانش و مهارت های ویژه برای افراد در جهت بهسازی بدن، شکل هایی از بدن را

که از طریق عوامل مختلف از جمله تبلیغات، پذیرش اجتماعی عام یافته‌اند، مهم‌تر جلوه می‌دهد (ولینگتون و بریسون، ۲۰۰۱: ۱۳۳). گیدنز (۱۳۸۳: ۱۴۶) نیز معتقد است با فرارسیدن عصر جدید، بعضی از نماهای ظاهری و کردارهای بدنی، اهمیتی خاص می‌یابند. ویژگی‌های ظاهری بدن، اهمیت دارند؛ چراکه معمولاً به‌عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها به‌کار می‌روند. به سخن دیگر، این نمای ظاهری، بیش از آنکه نشان‌دهنده هویت شخصی فرد باشد، هویت اجتماعی او را نشان می‌دهند. از این‌رو، فرد با کنترل منظم بدن خود کوشش می‌کند تا روایتی معین از هویت شخصی خود به‌دست دهد و تا حد امکان در قالب همین روایت منسجم دیده شود (همان: ۸۸).

از دیدگاه بورديو (۱۳۸۱: ۲۳۸-۲۴۱)، خاستگاه اصلی کنش‌های اجتماعی، نظام علائق و ترجیحاتی است که منش یک طبقه را شکل می‌دهند. از این منظر، رابطه فرد با بدنش را نیز می‌توان یکی از وجوه بنیادین منش طبقه‌ای دانست که به آن تعلق دارد. بورديو هدف مدیریت بدن را کسب منزلت، تمایز و پایگاه اجتماعی می‌داند (ضیاءپور و باقریان جلوه‌دار، ۱۳۹۲: ۸۹). به باور وی، افراد از طبقات اجتماعی بالاتر، هم امکان توان لازم برای همگانی‌سازی سلیقه‌هایشان و هم توان مخالفت با سلیقه‌های طبقات اجتماعی پایین‌تر را دارند؛ بنابراین، معیارهای رایج زیبایی و تناسب در طبقات یک جامعه، در آن مقبولیتی فراگیر می‌یابد (ذکایی و فرزانه، ۱۳۸۸: ۴۸-۴۹).

از مجموع این نظریه‌ها می‌توان دریافت که علی‌رغم ماهیت ذهنی تصور از بدن، چه در روند شکل‌گیری و چه در حین بروز آن می‌توان ویژگی‌های یک پدیده اجتماعی را در آن دید. این موضوع، به‌ویژه از طریق نقش فرایند اجتماعی‌شدن، اعم از مراحل اولیه یا ثانویه آن، در تغییر و تحول تصور فرد از بدنش قابل تحلیل است. همچنین تبدیل فرد به عضوی مؤثر از جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند و به‌تبع آن حضور و فعالیت مطلوب او در محیط‌ها و موقعیت‌های اجتماعی گوناگون، منوط به پذیرفته‌شدن وی در میان سایر افرادی است که با آن‌ها در کنش‌های متقابل درگیر می‌شود.

از سوی دیگر، بخش مهمی از تبیین نظری رابطه تصور از بدن با پذیرش اجتماعی آن در این پژوهش، برپایه نظریه‌های جامعه‌شناسانی مانند گافمن، گیدنز، بورديو و ترنر صورت گرفته است. وجه مشترک تحلیل‌های نظری این دانشمندان، دغدغه و تمایل به تبیین منزلت کنشگران اجتماعی به‌عنوان عاملان دارای نفوذ و تأثیر در عوامل ساختاری حاکم بر زندگی است. از چنین منظری، بدن به‌عنوان یک دارایی مهم و ابزاری کارآمد، نقشی تعیین‌کننده در پذیرش اجتماعی

دارد. از این رو، ماهیت تصور عاملان اجتماعی از بدنشان و میزان انعطاف پذیری تصویری که از آن ترسیم می کنند، برای پیشبرد حیات اجتماعی آن ها حائز اهمیت است.

فرضیه های پژوهش

براساس آنچه گفته شد، فرضیه اصلی این پژوهش بدین قرار است: «انعطاف پذیری تصور از بدن، رابطه ای معنادار با پذیرش اجتماعی آن دارد». برای بررسی این فرضیه، سه فرضیه فرعی شامل پذیرش سازمانی، پذیرش عمومی و پذیرش در گروه های همسال نیز مطرح می شود. همچنین به رابطه متغیرهای زمینه ای شامل سن، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی و وضعیت شغلی با دو متغیر تصور از بدن و پذیرش اجتماعی بدن توجه می شود.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش، پیمایشی است و به صورت کمی در دو بخش مطالعه اسنادی و تجربی (میدانی) انجام شده است. در اغلب تحقیقات پیمایشی، هدف توصیف روابط پدیده ها و تبیین علل رخداد آن هاست. جامعه آماری پژوهش، شامل دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور تهران در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد است که براساس آمارهای در دسترس در نیمه سال ۱۳۹۳ حدود ۳۳۸۰۰ نفرند.

در مطالعات پیمایشی، دستیابی به نمونه هایی که از حیث ویژگی ها و صفات مورد نظر معرف جامعه آماری باشند، ضرورت دارد. اولین قدم در رسیدن به چنین نمونه ای، تعیین حجم آن است. در این پژوهش، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و رقم ۳۸۰ به دست آمد. برای اطمینان بیشتر، نمونه ای ۴۰۰ نفری انتخاب شد و در عمل ۴۱۵ نمونه از جامعه آماری مطالعه شد.

نمونه گیری به روش طبقه ای متناسب انجام گرفت. بدین ترتیب که ابتدا کل نمونه برحسب نسبت دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد در حال تحصیل در واحدهای چهارگانه پیام نور تهران تقسیم شد. در هر واحد نیز برحسب نسبت بین دانشجویان این دو مقطع، نمونه ها دوباره تقسیم بندی شدند.

ابزار گردآوری اطلاعات در بخش میدانی این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که بر مبنای چارچوب نظری و مدل تحقیق و نیز با استفاده از پرسشنامه های استاندارد شده تحقیقات مشابه، تدوین و پس از بررسی اعتبار و پایایی آن توزیع شد.

برای تأمین اعتبار پرسشنامه، ضمن بهره‌گیری از منابع معتبر و به‌ویژه اتکا به مقیاس‌های استاندارد شده یا ارزیابی شده، چند تن از استادان متخصص و کارشناسان، طرح اولیه را بازبینی کردند. پس از اعمال اصلاحات پیشنهادی، پرسشنامه نهایی تدوین شد. بررسی قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار پژوهش نیز از طریق آماره آلفای کرونباخ انجام شد که نتایج آن برای مقیاس تصور از بدن ۰/۸۹ و برای مقیاس پذیرش اجتماعی بدن ۰/۷۸ است. تحلیل اطلاعات حاصل از پرسشنامه، با نرم‌افزارهای رایج آماری به‌ویژه SPSS انجام گرفت. در بخش‌های مختلف توصیف داده‌ها، از تکنیک‌های آمار توصیفی و به‌منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک‌های آمار استنباطی به‌ویژه همبستگی پیرسون استفاده شد.

تعریف مفاهیم اصلی

۱. تصور از بدن

تعریف مفهومی: تصور از بدن، مشتمل بر تصویری ذهنی است که برپایه دریافت و احساس فرد از بدنش شکل می‌گیرد (خواجانه‌نوری و مقدس، ۱۳۸۸: ۱۱). درواقع، تصور از بدن برای هر فرد حاصل تجربه‌های فردی از خود فیزیکی (جسمانی) است. براین‌اساس می‌توان برای آن سه بعد در نظر گرفت: اول بعد ادراکی که به درک فرد از ظاهر فیزیکی وی مربوط می‌شود و شامل برآوردی از وزن، اندازه و شکل ظاهری بدن است. دوم بعد ذهنی (شناختی، عاطفی) که مربوط به جنبه‌هایی مانند رضایت یا نگرانی و اضطراب درمورد ظاهر است. درنهایت، بعد رفتاری که به تلاش برای اجتناب از قرارگرفتن بدن در معرض شرایط تنش‌زا اشاره دارد (فریرا و همکاران، ۲۰۱۱: ۳۲۴). در این پژوهش نیز چنین تعریفی از تصور از بدن با تأکید بیشتر بر دومین بعد، مدنظر قرار گرفته است.

تعریف عملیاتی: سنجش متغیر تصور از بدن بر مبنای مقیاس دوازده‌گویه‌ای ساندوز و همکاران (۲۰۱۳) صورت گرفت. هریک از گویه‌های این مقیاس، معرفی برای انعطاف‌پذیری تصور از بدن پاسخگویان است. نمره‌گذاری پاسخ‌ها در قالب طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای^۱ و از یک تا پنج انجام شد. با توجه به ماهیت طرح گویه‌ها- که پاسخ‌های دارای نمره کمتر، معرف انعطاف‌پذیری بیشتر است- برای محاسبه نمره نهایی تصور از بدن، پاسخ‌های هر دوازده گویه، معکوس و سپس با هم جمع

۱. نمره‌گذاری پرسشنامه اصلی در قالب طیف لیکرت، هفت‌گزینه‌ای بوده است.

شده‌اند.

۲. پذیرش اجتماعی بدن

تعریف مفهومی: در تعریف کلی، پذیرش اجتماعی بدن شامل اشکال و شیوه‌های نمایش ظاهر، آرایش و بهره‌گیری از الگوهای پوشش است که در یک نظام اجتماعی پذیرفته می‌شود (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۲۰). برای چنین پذیرشی، سطوح و ابعاد مختلفی قابل‌تصور است. از جمله آن‌ها را می‌توان برحسب دوری یا نزدیکی ذهنی یا فیزیکی عاملان اجتماعی مربوط به کنشگر یا در ارتباط با رفتارها و برهم‌کنش‌های او تعریف کرد. در این صورت، پذیرش یا طرد اجتماعی، منوط به قضاوت و ارزیابی آن‌هاست. فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) و سمیعی (۱۳۹۲) براساس پژوهش‌های گاتفرید درباره زنان شاغل در ژاپن، سه بعد پذیرش عمومی، پذیرش در گروه‌های همسال و پذیرش سازمانی را برای پذیرش اجتماعی بدن مطرح ساخته‌اند. در این پژوهش نیز چنین تعریفی از پذیرش اجتماعی بدن و ابعاد آن مدنظر است.

تعریف عملیاتی: سنجش متغیر پذیرش اجتماعی بدن در قالب مقیاسی ده‌گویه‌ای، برپایه مقیاس فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) و سمیعی (۱۳۹۲) و با در نظر داشتن ابعاد سه‌گانه پذیرش سازمانی، پذیرش عمومی و پذیرش در گروه‌های همسال برای پذیرش اجتماعی بدن، صورت می‌گیرد. نمره‌گذاری پاسخ‌ها در قالب طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای شامل کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق و کاملاً موافق است که به‌ترتیب امتیاز یک تا پنج برای آن‌ها در نظر گرفته شده است. نمره کلی پذیرش اجتماعی بدن، از حاصل جمع نمره‌های ده‌گویه مورد نظر به‌دست آمده است.

یافته‌ها

الف) وضعیت عمومی پاسخگویان

۱۷/۸ درصد این دانشجویان ۱۸ تا ۲۰ ساله، ۲۹/۴ درصد آن‌ها ۲۱ تا ۲۳ ساله، ۱۳/۱ درصد ۲۴ تا ۲۶ ساله، ۱۲/۳ درصد ۲۷ تا ۲۹ ساله و ۲۵/۹ درصد نیز ۳۰ ساله و بیش از آن هستند. همچنین ۶۴/۷ درصد پاسخگویان در مقطع کارشناسی و ۳۵/۳ درصد در مقطع کارشناسی ارشد درحال تحصیل‌اند. در میان دانشجویان کارشناسی، ۴۲ درصد در رشته‌های گروه ادبیات و علوم انسانی، ۴۵ درصد در رشته‌های فنی و مهندسی، ۶/۵ درصد در رشته‌های علوم پایه و ۶/۱ درصد در رشته‌های گروه هنر و معماری تحصیل می‌کرده‌اند. از میان دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد

نیز ۵۵/۹ درصد در گرایش‌های مختلف ادبیات و علوم انسانی، ۱۹/۶ درصد در گروه فنی و مهندسی، ۲۰/۳ درصد در رشته‌های علوم پایه و ۳/۵ درصد در رشته‌های گروه هنر و معماری مشغول تحصیل‌اند. در مجموع، حدود ۹۲ درصد پاسخگویان در استان تهران و حدود ۸۱ درصد آن‌ها در شهر تهران ساکن‌اند. همچنین ۶۹/۶ درصد کل دانشجویان مجرد و ۲۹/۱ درصد متأهل‌اند. به لحاظ وضعیت اشتغال نیز ۷۰/۹ درصد آن‌ها صرفاً دانشجو و حدود ۲۶ درصد شاغل‌اند.

ب) بررسی‌های استنباطی و آزمون فرضیه‌ها

همان‌گونه که از جدول ۲ می‌توان دید، متغیر تصور از بدن، همبستگی نسبتاً ضعیفی با سن پاسخگویان دارد. با توجه به ماهیت نمره شاخص انعطاف‌پذیری بدن، این توزیع بدان معناست که افراد جوان‌تر، نگرانی بیشتری درمورد ظاهر بدنشان دارند. درحالی‌که بین سن و پذیرش اجتماعی بدن رابطه معناداری مشاهده نمی‌شود.

براساس جدول ۳، نمره متغیرهای تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن در میان افراد مجرد و متأهل، تفاوت معناداری ندارد.

جدول ۲. معناداری همبستگی متغیر سن با متغیرهای تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن

تصور از بدن		پذیرش اجتماعی بدن
همبستگی	۰/۱۶۵	-۰/۰۵۳
سن	سطح معناداری	۰/۲۹۵
	تعداد	۳۹۵

جدول ۳. معناداری اختلاف میانگین نمره تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن در میان دانشجویان مجرد و متأهل

وضعیت تأهل	تعداد	میانگین	آماره t	درجه آزادی	معناداری آزمون t
تصور از بدن					
مجرد	۲۸۲	۳۶/۹۴			
متأهل	۱۲۱	۳۸/۶۴	-۱/۶۸۹	۴۰۱	۰/۰۹۲
پذیرش اجتماعی بدن					
مجرد	۲۸۰	۳۳/۲۳			
متأهل	۱۲۰	۳۲/۸۶	۰/۵۴۸	۳۹۸	۰/۵۸۴

میانگین نمره متغیر تصور از بدن در میان دانشجویان کارشناسی ارشد، بیش از دانشجویان

مقطع کارشناسی است. بر مبنای نتایج آزمون t ، این اختلاف به لحاظ آماری معنادار است. در عین حال، نمره متغیر پذیرش اجتماعی بدن در دو گروه مذکور، اختلاف معناداری ندارد (جدول ۴).

همچنین میانگین نمره متغیر تصور از بدن در افراد شاغل بیش از دانشجویان غیر شاغل است. بررسی ها نشانگر معناداری این اختلاف به لحاظ آماری است، اما نمره متغیر پذیرش اجتماعی بدن در دو گروه مذکور اختلاف معنادار ندارد (جدول ۵).

جدول ۴. معناداری اختلاف میانگین متغیرهای تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن در میان دانشجویان

کارشناسی و کارشناسی ارشد

مقطع تحصیلی	تعداد	میانگین	آماره t	درجه آزادی	معناداری آزمون t
کارشناسی	۲۶۱	۳۶/۴۷	-۲/۸۳۳	۴۰۲	۰/۰۰۵
کارشناسی ارشد	۱۴۳	۳۹/۱۸			
کارشناسی	۲۵۹	۳۳/۰۳	-۰/۴۶۰	۳۹۹	۰/۶۴۶
کارشناسی ارشد	۱۴۲	۳۳/۳۳			

جدول ۵. معناداری اختلاف میانگین متغیرهای تصور از بدن و پذیرش اجتماعی بدن در میان افراد شاغل و صرفاً

دانشجو

وضعیت شغلی پاسخگو	تعداد	میانگین	آماره t	درجه آزادی	معناداری آزمون t
صرفاً دانشجو	۲۸۷	۳۶/۲۰	-۴/۴۲۳	۳۹۰	۰/۰۰۰
شاغل	۱۰۵	۴۰/۷۹			
صرفاً دانشجو	۲۸۵	۳۳/۳۹	۱/۰۵۲	۳۸۸	۰/۲۹۴
شاغل	۱۰۵	۳۲/۶۴			

برای بررسی رابطه متغیرهای اصلی پژوهش، ابتدا به همبستگی ابعاد سه گانه پذیرش اجتماعی بدن و متغیر تصور از بدن توجه شد. نتایج (جدول ۶) نشان می دهد بعد عام یا عمومی پذیرش اجتماعی بدن، بیشترین همبستگی ($-۰/۳۱۲$) را با متغیر تصور از بدن دارد. پذیرش در گروه های همسال و پذیرش سازمانی نیز همبستگی های معناداری (به ترتیب، $-۰/۲۷۱$ و $۰/۲۳۹$) با متغیر تصور از بدن دارند.

جدول ۶. معناداری همبستگی متغیر تصور از بدن با ابعاد سه گانه پذیرش اجتماعی بدن

پذیرش سازمانی	پذیرش عمومی	پذیرش در گروه های همسال	
همبستگی پیرسون	۰/۳۱۲	-۰/۲۷۱	
تصور از بدن	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری
تعداد	۴۰۳	۴۰۱	

براساس نتایج (جدول ۷)، نمره کلی پذیرش اجتماعی بدن نیز همبستگی معناداری (۰/۳۴۱) با متغیر تصور از بدن دارد.

جدول ۷. معناداری همبستگی متغیر تصور از بدن با پذیرش اجتماعی بدن

پذیرش اجتماعی بدن	
همبستگی	-۰/۳۴۱
تصور از بدن	۰/۰۰۰
تعداد	۴۰۱

بحث و نتیجه گیری

مسئله اصلی در پژوهش حاضر، بررسی میزان انعطاف پذیری تصور از بدن و تحلیل رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن بوده است. نتایج پژوهش به اجمال، بیانگر همبستگی های معنادار نمره انعطاف پذیری تصور از بدن با نمره ابعاد سه گانه پذیرش اجتماعی آن و نیز نمره کلی این متغیر است. مقادیر این همبستگی ها منفی است که رابطه ای معکوس بین سطح انعطاف پذیری تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن را نشان می دهد. به عبارت دیگر، منفی بودن این همبستگی ها بدین معناست که افراد انعطاف پذیرتر، درباره اهمیت ظاهر در پذیرش اجتماعی بدن، هم به طور کلی و هم در هریک از ابعاد سه گانه آن، قضاوت های سهل انگارانه تری دارند.

هم راستا با نظریه فرایند متمدن شدن الیاس (اسمیت، ۱۳۸۳؛ ذکایی، ۱۳۸۶)، نتایج این پژوهش نشانگر هماهنگی میزان انعطاف پذیری تصور افراد از بدنشان با باور به اهمیت آن در پذیرش اجتماعی مطلوب بدن در جامعه است. از سوی دیگر، این حساسیت درونی شده به بدن، یادآور تأکیدهای فوکو (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵؛ لش، ۱۳۸۳؛ اسمارت، ۱۳۸۳) در مورد ماهیت الزام آور و فرافردی تبعیت از الگوهای هماهنگ مدیریت بدن با هدف انتظام بخشی به آن، براساس مطلوبیت ها و مقتضیات نظام اجتماعی مدرن است.

همچنین تصویری که ترنر (ولینگتون و بریسون، ۲۰۰۱) از بدن به مثابه زمینه‌ای برای فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی و کسب مقبولیت اجتماعی بیشتر ارائه می‌دهد، با یافته‌های این پژوهش تا حد زیادی همخوانی دارد.

به‌طور مشخص، نتایج مطالعه اخیر، همسو با دیدگاه زاکرمن و آبراهام (۲۰۰۸) نشان می‌دهد جوانان به نوع نگاه، تصور و ارزیابی دیگران درباره بدن خود حساس‌ترند. از سوی دیگر، پیوند تصویر ذهنی افراد از بدن مطلوبشان با عوامل و پدیده‌های اجتماعی - که اغلب در تعاملات آن‌ها با دیگران ریشه دارد - تا حدی نظر جامعه‌شناسان بر ساخت‌گرا مانند برگر و لاکمن (۱۳۷۵) را تأیید می‌کند که بدن را پدیده‌ای می‌دانند که به صورت اجتماعی بر ساخته می‌شود.

رابطه ابعاد سه‌گانه پذیرش اجتماعی با تصور از بدن بر اساس یافته‌های این پژوهش، با بخشی از یافته‌های راسخ‌میری و ماجدی (۱۳۸۹)، بابامیری و همکاران (۱۳۹۰) و نش و همکاران (۲۰۰۶) همخوانی دارد. همچنین این رابطه را می‌توان تا حدودی بازتابی از مقوله «مدیریت تأثیرگذاری» آروین گافمن (۱۳۸۶) به‌شمار آورد که نظارت آگاهانه افراد بر خود را با هدف تأثیرگذاری بر سایر کنشگران در محیط اجتماعی را اثبات می‌کند. همچنین ادراک نسبی کنشگران از اهمیت ظاهر بدن در پذیرش اجتماعی آن، موضوعی است که در نظریه‌های گیدنز (۱۳۸۳) و بوردیو (۱۳۸۱) بیان شده است.

بعضی از یافته‌های مربوط به رابطه متغیرهای زمینه‌ای به‌ویژه با متغیر تصور از بدن نیز کم‌وبیش مشابه نتایج سایر مطالعات پیشین است. از جمله توجه بیشتر افراد مجرد به بدن خود و گرایش به تغییر آن را در مطالعه ربانی و همکاران (۱۳۸۹) می‌توان مشاهده کرد. افزایش دغدغه درباره ظاهر بدن به تبع افزایش سن نیز از موضوعات مشخص‌شده در این پژوهش است که با یافته‌های کلارک و گریفین (۲۰۰۷) مشابهت دارد.

درمجموع، در این پژوهش به تبیین رابطه متغیرهای اصلی تحقیق، یعنی تصور از بدن و پذیرش اجتماعی بدن پرداخته شد که با توجه به رویکرد و تکنیک‌های تحلیلی آن می‌توان ادعای امکان تعمیم نتایج حاصل را داشت. درعین حال، مقایسه دانشجویان جوان پسر و دختر و نیز مقایسه گروه‌های اجتماعی و اقتصادی مختلف، در دستیابی به تبیین‌های بالاتری در این زمینه را می‌توان دستمایه پژوهش‌های آتی قرار داد.

منابع

- اباذری، یوسف و محمدی، نفیسه (۱۳۸۷)، «جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای مناقشات»، **فصلنامه پژوهش زنان**، شماره ۴: ۱۲۷-۱۶۰.
- اسمارت، بری (۱۳۸۶)، **میشل فوکو**، ترجمه لایلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران.
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳)، **درآمدی بر نظریه فرهنگی**، ترجمه حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی با همکاری مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
- بابامیری، محمد؛ قاسمی، داود؛ زارع، راضیه و عباسی، محمد (۱۳۹۰)، «عوامل اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر میزان مصرف مواد آرایشی توسط دانشجویان دختر»، **پوست و زیبایی**، شماره ۴: ۱۹۳-۲۰۲.
- برگر، پیتر. آل و لاکمن، توماس (۱۳۷۵)، **ساخت اجتماعی واقعیت (رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت)**، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۱)، «کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی»، ترجمه محمدرضا فرزاد، **فصلنامه ارغنون**، شماره ۲۰: ۱-۱۴.
- خواجه نوری، بیژن و مقدس، علی‌اصغر (۱۳۸۸)، «رابطه بین تصور از بدن و فرایند جهانی شدن؛ مطالعه موردی زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان»، **فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی**، شماره ۳۳: ۱-۲۴.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶)، **جامعه‌شناسی جوانان ایران**، تهران: نشر آگه.
- راسخ، کرامت‌اله؛ میری، معصومه و ماجدی، سیدمسعود (۱۳۸۹)، «بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز)»، **زن و مطالعات خانواده**، شماره ۱۰: ۳۵-۵۹.
- ربانی، رسول؛ کیوان‌آرا، محمود و ژیان‌پور، مهدی (۱۳۸۹)، «قشربندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی»، **مطالعات راهبردی زنان**، شماره ۴۷: ۷۳-۹۸.
- رضایی، احمد؛ اینانلو، مینا و فکری، محمد (۱۳۸۹)، «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران»، **مطالعات راهبردی زنان**، شماره ۴۷: ۱۴۱-۱۷۰.
- سمیعی، لیلی (۱۳۹۲)، **بررسی جامعه‌شناختی مدیریت بدن با تکیه بر مصرف لوازم آرایشی در بین کارکنان زن شرکت راه‌آهن تهران**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور تهران.
- ضیاءپور، آرش و باقریان‌جلودار، مصطفی (۱۳۹۲)، «عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در میان جوانان گیلانغرب»، **جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران**، شماره ۵: ۷۹-۱۰۸.
- عباس‌زاده، محمد؛ محمود مولائی کرمانی، بتول و اقدسی علمداری، فرانک (۱۳۹۲)، «مطالعه جامعه‌شناختی نقش مداخله‌گراییانه متغیر پذیرش اجتماعی در تأثیرگذاری رسانه‌ها بر گرایش زنان به

- زیبایی با عمل جراحی»، فصلنامه زن و جامعه، شماره ۳: ۴۷-۶۶.
- عسگری، پرویز؛ احتشامزاده، پروین و پیرزمان، سهیلا (۱۳۸۹)، «رابطه پذیرش اجتماعی و نقش جنسیتی (آندروژنی) با بهزیستی روانشناختی در دانشجویان دختر»، فصلنامه زن و فرهنگ، شماره ۵: ۹۹-۱۱۰
 - فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷)، «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی زنان شهر شیراز)»، مطالعات راهبردی زنان، شماره ۴۱: ۹-۴۲.
 - کرمی، جهانگیر (۱۳۹۱)، «رابطه باورهای فراشناختی و پذیرش اجتماعی با آمادگی برای اعتیاد در دانشجویان»، مجله دستاوردهای روانشناختی (علوم تربیتی و روان شناسی)، شماره ۲: ۱-۱۴.
 - گافمن، اروینگ (۱۳۸۶)، داغ ننگ، چاره‌اندیشی برای هویت ضایع شده، ترجمه مسعود کیانپور، تهران: نشر مرکز.
 - گنجی، کامران؛ نوابخش، مهرداد و ذبیحی، رزیتا (۱۳۹۰)، «رابطه سبک‌های هویت و سلامت اجتماعی با رفتار کمک‌طلبی در دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در ریاضیات»، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، شماره ۲۲: ۹۵-۱۲۳.
 - گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳)، تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
 - گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
 - لش، اسکات (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی پست مدرنیسم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر مرکز.
 - لوپز، خوزه و جان اسکات (۱۳۸۵)، ساخت اجتماعی، ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.
 - محسنی، منوچهر (۱۳۸۲)، جامعه‌شناسی پزشکی، تهران: انتشارات طهوری.
 - ملک، حسن (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی، تهران: دانشگاه پیام نور.
 - موحد، مجید؛ غفاری نسب، اسفندیار و حسینی، مریم (۱۳۸۹)، «آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان»، زن در توسعه و سیاست، شماره ۲۸: ۷۹-۱۰۵.
 - مهدوی، سیدمحمدصادق و عباسی‌اسفجیر، علی‌اصغر (۱۳۸۹)، «بررسی میزان تمایل به مدیریت بدن و کنترل اندام و عوامل مؤثر بر آن»، فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، شماره ۱: ۱۳۱-۱۴۴.
 - Abraham, Anisha & Zuckerman, Diana (2011), "Adolescents, Celebrity Worship, and Cosmetic Surgery", *Journal of Adolescent Health*, No 49: 453- 454.
 - Britton, Ann Marie (2012), *The Beauty Industry's Influence on Women in Society*. University of New Hampshire Scholars' Repository. Honors Theses. Paper 86.
 - Clarke, Laura Hurd & Griffin, Meridith (2007), "The body natural and the body unnatural: Beauty work and aging", *Journal of Aging Studies*, No 21: 187 – 201.

- Ferreira, C. & et al. (2011), "The Validation of the Body Image Acceptance and Action Questionnaire: Exploring the Moderator Effect of Acceptance on Disordered Eating", **International Journal of Psychology and Psychological therapy**, No 11(3): 327-345.
- Fisher, Seymour (1970), **Body Experience in Fantasy and Behavior**, Meredith Corporation, New York.
- Franco, Judith (2008), **Extreme makeover: The politics of gender, class, and cultural identity, in Television & New media**, London & New Delhi: Sage Publications, No 9 (6): 471-468.
- Gottfried, Heidi (2003), "Temp(t)ing Bodies: Shaping Gender at Work in Japan", **Sociology**, No 37(2): 257-276.
- Guendouzi, Jackie (2004), "'She's very slim': talking about body-size in all-female interactions", **Journal of Pragmatics**, No 36: 1635-1653.
- Helman, Cecil G. (1995), "The body image in health and disease: exploring patients' maps of body and self", **Patient Education and Counseling**, No 26: 169-175.
- Maltby, John & Day, Liz (2011), "Celebrity Worship and Incidence of Elective Cosmetic Surgery: Evidence of a link among young adults", **Journal of Adolescent Health**, No 49: 483- 489.
- Nash, Rebecca & et al. (2006), "Cosmetics: They Influence More Than Caucasian Female Facial Attractiveness", **Journal of Applied Social Psychology**, No 36(2): 493-504.
- Sandoz, Emily K. & et al. (2013), "Assessment of body image flexibility: The Body Image-Acceptance and Action Questionnaire", **Journal of Contextual Behavioral Science**, No 2: 39-48.
- Thompson, Ted; Dinnel, Dale L. & Dill, Nicole J. (2003), "Development and validation of a Body Image Guilt and Shame Scale", **Personality and Individual Differences**, No 34: 59-75.
- Wellington, A. Christine & Bryson, R. John (2001), "At Face Value: Image Consultancy Emotional Labour and Professional Work", **Sociology**, No 4: 933-946.
- Wustehagen & et al. (2007), "Social Acceptance of Renewable Energy Innovation: An Introduction to the Concept", **Energy Policy**, No 35: 2683 - 2691
- Zuckerman, Diana & Abraham, Anisha (2008), "Teenagers and Cosmetic Surgery: Focus on Breast Augmentation and Liposuction", **Journal of Adolescent Health**, No 43: 318-324.