

سال هفتم / پاییز ۱۳۹۷

زنان و مدیریت بدن: مطالعه کیفی یک باشگاه تناسب اندام در تهران

- مسعود زمانی مقدم^۱
- نیلوفر میرزایی^۲
- حمید بیرانوند^۳

چکیده

امروزه توجه به بدن و گرایش به فعالیت‌های ورزشی در زندگی روزمره بسیاری از زنان ایرانی بیش از پیش اهمیت یافته است. این مقاله به مطالعه کیفی گرایش و نگرش نمونه‌ای از زنان طبقات بالای شهر تهران نسبت به مدیریت بدن به واسطه ورزش تناسب اندام می‌پردازد. داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق با هشت عضو یکی از باشگاه‌های تناسب اندام تهران گردآوری شده‌اند و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش نظریه زمینه‌ای استفاده شده است. نتایج تحقیق در سه بخش شرایط، تعاملات و پیامدها مقوله‌بندی شده و در مدل پارادایمی ارائه شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهند سه مقوله «توجه به بدن تحت لوای حفظ سلامت»، «تغییر فضای سنتی»، و «رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی» از جمله بسترها و شرایطی‌اند که در ترغیب بانوان به مدیریت بدن در قالب فعالیت ورزشی اثرگذار هستند. همچنین، تعاملات آن‌ها در باشگاه و نیز بازخوردهایی که از یکدیگر در باشگاه می‌گیرند در قالب تأیید و تحسین متقابل خود را نشان می‌دهند. مدیریت بدن به واسطه ورزش برای این زنان پیامدهایی نیز به دنبال دارد که عبارت‌اند از: تغییر سبک زندگی، آرامش روانی، تناسب اندام، هویت‌یابی، فراغت‌مندی نوین، مقبولیت اجتماعی.

واژگان کلیدی: ورزش، هویت‌یابی، زنان، تناسب‌اندام، نظریه زمینه‌ای، مدیریت بدن

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد، masoudzmp@yahoo.com (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

^۳ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه خوارزمی

مقدمه

امروزه مدیریت بدن به واسطهٔ فعالیت‌های ورزشی در زندگی روزمرهٔ بسیاری از زنان ایرانی بیش از پیش مورد توجه است. در جوامع امروزی با گسترش تغییرات اجتماعی و رشد فرهنگ مصرفی رفتارهای معطوف به بدن، زیبایی و جذابیت بدنی و مدیریت بدن به‌عنوان سبکی از زندگی اهمیت فراوانی پیدا کرده است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴). جذابیت بدنی از جمله موضوعاتی است که در دوران جدید استانداردهای جدیدی یافته و از عوامل شکل‌دهنده روابط افراد محسوب می‌شود. به‌طوری‌که با اهمیت مدیریت بدن در دوران مدرن رفتارهای گوناگون بهداشتی نظیر بدن‌سازی برای مراقبت از بدن پدیدار شده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۵۰-۱۴۹؛ براتلو و خودی، ۱۳۹۴: ۱۱۳). اساساً الگوی فرهنگی غربی، که از طریق رسانه‌های جمعی و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی تشدید و تسهیل شده، ارزش‌های خاصی مرتبط با اشکال بدنی ایدئال و مطلوب را مورد تأکید قرار می‌دهد. نمونه مشخص این ارزش‌ها که امروزه در مورد زنان در اکثر جوامع، از جمله زنان ایرانی، مورد توافق قرار گرفته «باریک‌اندami» است (احمدنیا، ۱۳۸۴). در واقع، در جامعه مدرن مصرفی، وضع بدن باید متناسب، لاغر و جوان نگاه داشته شود (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۱۰). افزون بر این، بدن فراتر از بعد زیستی آن، یک عنصر فرهنگی است که در ذهن کنشگران اجتماعی، معانی متفاوتی به خود می‌گیرد و کنشگران اجتماعی بر حسب نوع تفسیری که از بدن دارند، آن را مدیریت می‌کنند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۴).

با وجود این، زنان ایرانی با توجه به جایگاه طبقاتی‌شان، از امکانات ورزشی متفاوتی برخوردار هستند و بدن را متفاوت از زنان طبقات پایین‌تر مدیریت می‌کنند. در واقع، گسترش شهرنشینی و ورود وسایل ماشینی در خانه فعالیت‌ها و تحرک‌های جسمانی خانگی زنان طبقات بالا را کاهش داده و بر اوقات فراغت آن‌ها افزوده شد. این پدیده فرصتی برای اندیشه گذراندن اوقات فراغت به‌مثابه بُعدی از سبک زندگی افراد فراهم آورده است. امروزه ورزش مفهوم خود را به منزلهٔ یک نقش اجتماعی لاینقطع گسترش داده و زمینه‌های هرچه وسیع‌تری را در بر گرفته است. ورزش با سلامتی تداعی می‌شود. افزون بر این، سلامتی و همچنین زیبایی، ابعاد جذاب و نوینی از ورزش‌اند که ذیل مفهوم مدیریت بدن قابل بررسی‌اند (نقدی و همکاران، ۱۳۹۰).

افزون بر این، بر اساس نظر بوردیو، در میدان ورزش طبقات بالای جامعه به ورزش‌های تک‌نفره و غیرگروهی علاقه‌مند هستند که به گفتهٔ بوردیو ورزش‌هایی دور از دسترس‌اند و از رقابت با دیگران و پذیرش انضباط اجتماعی فاصله دارند. این شاخص‌ها نشانگر منش، سلیقه و ذائقه‌هایی هستند که سبک زندگی این طبقه را مشخص می‌کنند. به‌عبارتی دیگر، سبک زندگی اعضای طبقه مسلط در ارتباط با منش اعضای این طبقه قرار دارد که منجر به تمایز هرچه

بیشتر آن از دیگر طبقات می‌شود (بورديو، ۱۳۸۱). با این تفاسیر، مطالعه گرایش و نگرش زنان طبقات بالای شهر تهران نسبت به «مدیریت بدن به‌واسطه ورزش» مهم به نظر می‌رسد. از این‌رو، این مقاله به مطالعه کیفی گرایش و نگرش نمونه‌ای از زنان طبقات بالای شهر تهران نسبت به مدیریت بدن به‌واسطه ورزش می‌پردازد. زنان مورد مطالعه عضو باشگاه ورزشی بانوان رویال سعادت واقع در منطقه شهرک غرب تهران هستند. تهران به‌عنوان یکی از کلان‌شهرهای ایران دارای مناطق جغرافیایی با وضعیت اقتصادی و اجتماعی متفاوتی است و همین امر بر سبک زندگی و شیوه زندگی آن‌ها اثرگذار بوده است. در تحقیقی کلانتری و تسلیمی طهرانی (۱۳۹۲)، تمایزات جامعه‌شناختی و جغرافیایی سبک زندگی در شهر تهران، تفاوت طبقاتی در شهر تهران با شاخص‌های سرمایه اقتصادی و فرهنگی مشخص می‌شود و سه طبقه بالا، متوسط و پایین در تهران وجود دارد. منطقه شهرک غرب به لحاظ شاخص آموزشی، تحصیلات دانشگاهی، برخورداری از مسکن، رستوران‌های گران‌قیمت، بوتیک‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و امکانات ورزشی عمدتاً ساکنین طبقه بالا و متوسط رو به بالا را در خود جا داده است. سوالات اصلی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. نگرش و گرایش زنان مورد مطالعه نسبت به مدیریت بدن و ورزش تناسب اندام تحت تأثیر چه شرایطی است؟
۲. تعاملات زنان مورد مطالعه در باشگاه به چه چیزی می‌انجامد؟
۳. مدیریت بدن به‌واسطه ورزش در زندگی فردی و اجتماعی زنان مورد مطالعه چه آثار و پیامدهایی در پی دارد؟

پیشینه تحقیق

در زمینه مدیریت بدن زنان تحقیقات فراوانی صورت گرفته است که ابعاد مختلف مدیریت بدن را بررسی کرده‌اند. می‌توان به برخی از این تحقیقات اشاره کرد:

فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) به بررسی نوع ارتباط میان پذیرش اجتماعی بدن و مدیریت بدن در بین زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله شهر شیراز پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها حاکی از میزان بالای توجه زنان به بدن در همه وجوه آن اعم از آرایشی، مراقبت و... است. همچنین بین متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی-اجتماعی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار وجود دارد.

علمی و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی رابطه بین ابعاد سبک زندگی و مدیریت بدن در میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی بوکان پرداختند. آن‌ها برای بررسی مدیریت بدن، مؤلفه‌های اساسی آن (آرایش، بهداشت، کنترل وزن، دستکاری پزشکی) را انتخاب و بررسی

کردند. طبق یافته‌ها، متغیر اعتقادات دینی دارای رابطه منفی با مدیریت بدن می‌باشد و به ترتیب متغیرهای فعالیت‌های فراغتی (۴۷ درصد) و هنجارهای مصرف (۴۴ درصد) و مصرف فرهنگی (۲۳ درصد) و میزان درآمد (۲۱ درصد) از واریانس مدیریت بدن را تبیین می‌کنند.

راسخ و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی نگرش دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز نسبت به مدیریت بدن و عوامل تأثیرگذار بر آن پرداختند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین نگرش زنان نسبت 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 معناداری وجود دارد. این در حالی است که بین نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن و عواملی مانند سن، اشتغال حین تحصیل، تأهل و مقطع تحصیلی ارتباط معناداری دیده نشد.

ادیبی سده و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز پرداختند. طبق یافته‌های آن‌ها، مدیریت بدن در میان این زنان از سطح متوسط به پایینی برخوردار است و بین متغیرهای مقایسه اجتماعی بدن، گروه‌های مرجع، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، تحصیلات و مدیریت بدن در میان زنان همبستگی معناداری وجود دارد.

کوهی (۱۳۹۰) در پژوهشی به این نتیجه رسید که زنان با مقاصد مختلفی اقدام به مدیریت بدن می‌کنند و عواملی نظیر گروه مرجع، تصور از بدن، میزان اعتماد به نفس بدنی، طبقه اجتماعی، رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، فشارهای اجتماعی و فرهنگی موجود در جامعه برای تطبیق با معیارهای زیبایی، کسب شهرت، منزلت و تأیید اجتماعی، جذابیت جسمانی، کسب زیبایی و جلب توجه دیگران، بازسازی هویت و ایجاد تمایز بین خود و دیگران، بهبود تصور بدنی و رضایت بدنی و ایجاد نشاط و شادابی برای حفظ جوانی در مدیریت بدن زنان دخیل هستند.

خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی سبک زندگی و مدیریت بدن در میان زنان ۱۵ تا ۶۴ ساله شهر شیراز پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان دادند که تمامی سبک‌های زندگی با مدیریت بر ظاهر و همچنین تغییر شکل اندام رابطه داشته‌اند. همچنین سبک‌های مدرن ورزشی-موسیقی، فراغتی، مشارکت‌های جدید، مذهبی و در نهایت، موسیقی سنتی روی هم‌رفته 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 هم‌رفته ۳۰٫۳ درصد تغییرات مدیریت تغییر شکل اندام زنان را تبیین کنند.

قادرزاده و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی بر مدیریت بدن زنان ۱۷ تا ۴۰ ساله شهر بانه پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد بین مصرف رسانه‌های داخلی و خارجی به ترتیب همبستگی منفی و مثبتی با مدیریت بدن وجود دارد. تلویزیون (در میان رسانه‌های داخلی) و ماهواره (در میان رسانه‌های خارجی) قوی‌ترین رابطه را با مدیریت بدن دارند. همچنین، در میان متغیرهای جمعیتی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سن به ترتیب همبستگی مثبت و منفی با مدیریت بدن دارند.

حیدرخانی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در میان زنان شهر کرمانشاه پرداختند. در این پژوهش به بررسی رابطه میزان کل و همچنین ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی (تظاهرات رفتاری، سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، معلومات درونی‌شده)، همچنین پایگاه اقتصادی، سن و وضعیت تأهل به‌عنوان متغیرهای مستقل و مدیریت بدن در میان زنان به‌عنوان متغیر وابسته پرداخته شد. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که به جز متغیر سن، بین تمامی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه مثبت و مستقیم معناداری وجود دارد.

اصغریور ماسوله (۱۳۹۲) به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در دختران مقطع متوسطه شهرستان مشهد پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها حاکی از میزان بالای توجه دختران به مدیریت بدن است. همچنین بین متغیرهای دین‌داری، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، هویت فردی، تأثیرگذاری دوستان صمیمی، مصرف‌گرایی، استفاده از رسانه‌ها و جلب توجه جنس مخالف با اعمال مدیریت بدن در میان دختران، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

علمی و باقری زنون (۱۳۹۲) به بررسی رابطه پایگاه هویت و مدیریت بدن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز پرداختند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین میزان مدیریت بدن و نوع پایگاه هویت دانشجویان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. تفاوت میزان مدیریت بدن در بعد بهداشتی بر حسب پایگاه هویت معنی‌دار است. میزان مدیریت بدن در بین دانشجویان زن اندکی بیشتر از دانشجویان مرد است. در بین متأهلان مدیریت بدن ۵۲/۵۵ و در بین مجردها ۴۸/۸۲ است.

رضایی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی رابطه میان سبک زندگی و مدیریت بدن در بین جوانان شهر مرند پرداختند. بر اساس نتایج تحقیق آن‌ها بین سبک زندگی، سبک فراغت، مصرف فرهنگی و سبک تغذیه با مدیریت بدن جوانان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این رابطه بین سبک زندگی مذهبی و مدیریت بدن معکوس و معنی‌دار است. میزان مدیریت بدن

جوانان بر حسب پایگاه اقتصادی-اجتماعی آنان دارای تفاوت معنی‌داری است. همچنین بین سن افراد با مدیریت بدن رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

براتلو و خودی (۱۳۹۴) به بررسی عوامل موثر فردی بر نگرش کلیه زنان عضو باشگاه‌های ورزشی منطقه ۵ تهران نسبت به مدیریت بدن پرداختند. طبق یافته‌های آن‌ها، تمام عوامل فردی تأثیرگذار بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارند. تفاوت معناداری در مورد تأثیرگذاری عوامل فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس متغیرهای جمعیت‌شناختی سن، وضعیت تأهل، تحصیلات شخصی، تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال، وضعیت اقتصادی، میزان درآمد و وضعیت مسکن وجود دارد، با این حال، تأثیرگذاری عوامل فردی زنان نسبت به مدیریت بدن بر اساس ناحیه سکونت تفاوت معناداری وجود ندارد.

رستگار و همکاران (۱۳۹۵) در پی کشف دلایل اهمیت یافتن مدیریت بدن در زنان به بررسی زنان مراجعه‌کننده به آرایشگاه‌ها و مراکز زیبایی در شهر بندرعباس پرداختند. تحلیل مضمونی داده‌ها نشان می‌دهد چرایی اهمیت مدیریت بدن در زنان مورد مطالعه بر حسب مضمون نهایی «بصری شدن منزلت» می‌تواند به تصویر کشیده شود. مضمون اخیر حاصل تجرید مضامینی همچون «به تعویق انداختن پیری»، «کسب آرامش و نشاط»، «اصالت یافتن ظاهر»، «تمایزطلبی»، «پذیرش اجتماعی» و «زیبایی‌شناختی شدن بدن» است. تنظیم بدن برای دیده شدن در فضای عمومی در دسترس‌ترین شیوه به دست آوردن منزلت برای زنان مورد مطالعه است. بر همین اساس، در پی بصری شدن نشانگان منزلت‌آفرین، تغییر در ظاهر بدن با ایجاد تغییر در منزلت زنان همراه می‌شود.

احمدی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان ۱۵ تا ۴۵ ساله شهر تبریز پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها حاکی از آن است که میان متغیرهای پذیرش اجتماعی، احساس فشارهای اجتماعی، سرمایه فرهنگی، وضعیت شغلی و تأهل، طبقه اجتماعی و استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و میان متغیرهای دین‌داری و استفاده از رسانه‌های جمعی داخلی با مدیریت بدن رابطه معکوس برقرار است.

رقیبی و میناخانی (۱۳۹۶) به بررسی ارتباط بین مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره در میان دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان (۱۹۵ دختر و ۱۹۰ پسر) پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که بین مدیریت بدن با مؤلفه‌های تصویر بدنی؛ ارزیابی وضع ظاهری، گرایش به ظاهر، ارزیابی تناسب و گرایش به تناسب، ارتباط منفی و با رضایت از نواحی بدن ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. همچنین مدیریت بدن با خودپنداره مثبت ارتباط مثبت

معناداری دارد. یافته‌های این پژوهش به نقش تصویر بدنی و خودپنداره در رفتارهای مدیریت بدن افراد تأکید دارد.

نوروزی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین تصویر بدن و مدیریت بدن با مشارکت ورزشی زنان استان ایلام پرداختند. نتایج پژوهش نشان دادند دو متغیر تصویر بدن و مدیریت بدن و مؤلفه‌های آن‌ها در مجموع به‌طور معناداری تا ۰/۵۶ از واریانس مشارکت ورزشی زنان را تبیین می‌کنند.

قبادی و همکاران (۱۳۹۷) به تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان ۱۹ تا ۴۴ سال شهر ایلام پرداختند. آن‌ها مدیریت بدن را در چهار بُعد روش‌های لاغری و سلامتی، جراحی‌های زیبایی، نوع پوشش و مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی مورد بررسی قرار دادند. به‌طور کلی مدیریت بدن از دیدگاه این زنان در سطح متوسطی قرار داشت. یافته‌های پژوهش نشان داد میان متغیرهای سن، مصرف رسانه‌ای، دین‌داری، مقبولیت اجتماعی و گروه‌های مرجع و مدیریت بدن رابطه معناداری وجود دارد.

چهارچوب مفهومی

در این تحقیق به درک معانی ذهنی کنشگرانی که به فعالیت ورزشی می‌پردازند تأکید می‌شود. بنابراین، برای فهم و تفسیر صحیح این امر به ملاحظات نظری و چهارچوب مفهومی‌ای که روشن‌کننده مسأله تحقیق می‌باشند مختصراً پرداخته می‌شود.

آنتونی گیدنز: از نظر گیدنز، برای شراکت در تولید و بازتولید روابط اجتماعی با دیگران باید بتوانیم نظارتی مداوم و موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم (گیدنز، ۱۳۷۸: صص ۸۶-۸۷). به اعتقاد او، «ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن خویش می‌شویم و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه سنتی بیشتر فاصله گرفته باشد، فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کنیم» (همان، ۱۴۹). از این منظر، بدن همانند مکانی برای تعامل، تخصیص و تخصیص مجدد است. از نظر گیدنز، بدن در چگونگی ساخته‌شدن هویت فردی مشارکت دارد. بدن محل پیاده‌سازی طرح‌های ذهنی برآمده از جامعه و عوامل اجتماعی-فرهنگی آن و نمایشگاهی برای عرضه نتیجه نهایی این تصویرسازی‌ها است (همان، ۲۱۱). همچنین، نوع مدیریت بدن افراد همچون وسیله‌ای برای تمایزبخشی میان هویت آن‌ها اهمیت پیدا می‌کند. بدن مستقیم‌ترین قرارگاهی است که می‌تواند حامل و نشان‌دهنده تمایزهای سبک زندگی و اشکال هویتی باشد. در حال حاضر افراد هویت خود را از طریق سبک‌های زندگی‌شان نشان می‌دهند، پس سبک زندگی به نوعی هویت‌بخش است (علمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۲).

گیدنز بدن را در ارتباط با هویت و خود قرار می‌دهد. افراد از بدن‌هایشان برای شکل دادن به هویت شخصی‌شان بهره می‌گیرند. در دوران مدرن، هویت و شکل‌گیری آن به امری بازاندیشانه تبدیل شده و فرد آن را با توسل به سبک زندگی ویژه خود و در تعامل با اجتماع انجام می‌دهد. رژیم‌های غذایی و بدن‌سازی، توجه به آراستگی و نظافت، خودآرایی و تزئین خویشتن و ... برخی مؤلفه‌های مدیریت بدن از نظر گیدنز هستند (علمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۷). گیدنز معتقد است امروزه افراد طبقات مختلف توجه فزاینده‌ای به بدن و ظاهر بیرونی آن نشان می‌دهند. به طوری که همگان، به‌ویژه زنان، بدن و ظاهرشان را طبق الگوهای زیبایی‌شناسانه‌ای مدیریت می‌کنند که در جامعه تبلیغ و پذیرفته می‌شود (ذکایی، ۱۳۸۶). از نظر او، جامعه‌شناسی بدن به جریان داشتن نوعی بازخورد قائل است که طی آن محیط‌های اجتماعی بدن‌ها را می‌سازند و این ساخته‌شدن بدن‌ها به‌نوبه خود بر رفتار اجتماعی تأثیر می‌گذارد و رفتار اجتماعی باز بر تحولات و تغییرات بدنی مؤثر واقع می‌شود (احمدنیا، ۱۳۸۴: ۱۳۳).

پی‌یر بوردیو: بوردیو بدن را حامل هنجارهای اجتماعی می‌داند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۶۱). از نظر او، رقابت و کشمکش در میدان ورزش، «کشمکش میان اقشار طبقه مسلط و همچنین میان طبقات اجتماعی است» (بوردیو، ۱۳۸۱: ۲۳۲). او به این توجه دارد که چگونه شکل مبارزه ورزشی هر ورزشکار در فضای سبک‌های زندگی ادغام و با آن یکپارچه می‌شود (دوفرانس، ۱۳۸۵: ۴۸-۴۹). همچنین، طبقه اجتماعی قریحه فرهنگی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند و افراد در طی این فرایند، مدعی «تمایز، برتری و مشروعیت» برای خود می‌شوند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۷). در واقع، طبقات اجتماعی مختلف با توجه به سرمایه‌ای که در اختیار دارند، به شیوه‌های مختلفی با بدن خود برخورد می‌کنند (حیدر خانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۰).

بوردیو بر این باور است که طبقات ممتاز با بدن به‌مثابه یک غایت فی‌نفسه رفتار کنند (بوردیو، ۱۳۸۱: ۲۴۲). مزیت‌های ورزشی بین طبقات متوسط و بالا نشان‌دهنده ارزش‌های فرهنگی‌اند که در معیارهای ظاهری و تناسب اندام آن‌ها نیز نفوذ کرده است (جیولیونوتی، ۱۳۹۱: ۲۴۲). او هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه می‌داند و در تحلیل خود از بدن به کالایی‌شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که به‌صورت سرمایه فیزیکی پدیدار می‌شود. بوردیو تولید این سرمایه فیزیکی را در گرو رشد و گسترش بدن می‌داند؛ به‌گونه‌ای که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی گردد و به‌عنوان شکل جامعی از سرمایه فیزیکی، در بردارنده منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است. بوردیو با در نظر گرفتن بدن به‌عنوان یک سرمایه فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد (Shilling, 1993؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۱۸).

اروینگ گافمن: گافمن معتقد است که بین «خود اجتماعی» و یا هویت اجتماعی با «خود واقعی» فاصله وجود دارد. او برداشت از «خود» را با رهیافت نمایشی تشریح می‌کند. از نظر گافمن، عاملان بدنی یا جسمی با توسل به همه روش‌های علامت‌دهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی، معرف‌های تجسدیافته منش و منزلت‌اند که توسط دیگر کنشگران مورد تفسیر قرار می‌گیرند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ص ۱۵۵؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۱۶). از نظر او، در هر کنش متقابل یک جلوی صحنه وجود دارد که با پشت صحنه اجرای تئاتری قرینه است. در پشت صحنه به اصطلاح تئاتری، بازیگران می‌توانند نقش‌هایشان را وانهند و خودشان شوند (ریتزر، ۱۳۷۴: ۹۴-۹۳). می‌توان باشگاه‌های تناسب اندام را مانند پشت صحنه در نظر گرفت که در آن‌جا زنان خود را برای حضور در صحنه نمایش (عرصه اجتماعی) آماده می‌کنند و سعی می‌کنند خود را به بهترین و مقبول‌ترین شکل برای ایفای نقشی که فکر می‌کنند دیگران از آن‌ها انتظار دارند مهیا کنند (علمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۰).

گافمن، «خودی» را که باید در کنش‌های متقابل زندگی روزمره در نقش‌های گوناگون خلق شود، بسیار آسیب‌پذیر می‌داند؛ بنابراین، برای محافظت از «خود» مفهوم «مدیریت تأثیرگذاری» را مطرح می‌کند. بدین معنا که افراد در هنگام تعاملات می‌کوشند جنبه‌ای از «خود» را به نمایش بگذارند که مورد پذیرش دیگران باشد؛ اما کنش‌گران حتی در حین انجام این عمل می‌دانند که تماشاجیانشان ممکن است در اجرای نقش آن‌ها اختلال ایجاد کنند. از این‌رو، کنش‌گران نیاز به نظارت بر تماشاجیان را احساس می‌کنند. کنش‌گران امیدوارند «خودی» را که به ایشان نشان می‌دهند به اندازه‌ای قدرتمند باشد که خودشان می‌خواهند نشان دهند. کنش‌گران همچنین امیدوارند که نمایش آن‌ها تماشاجیانشان را وادار سازد تا داوطلبانه به دلخواه آن‌ها عمل کنند. گافمن این علاقه اصلی را «مدیریت تأثیرگذاری» می‌نامد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۲۹۶؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷: ۱۷).

روش تحقیق

روش این مطالعه از نوع کیفی است که طی آن محقق با ورود به جهان طبیعی پدیده‌ها و فعالیت‌ها سعی دارد آن‌ها را آن‌طور که هست برساخت و بازنمایی کند. بر این اساس، روش کیفی با اتکای به بنیان‌های پارادایم‌های تفسیری-برساختی ضمن پرهیز از فرضیه‌سازی و نظریه‌آزمایی، به طرح یک‌سری پرسش‌های بنیادی و استخراج الگوی داده‌ای یا نظریه‌سازی مبادرت می‌ورزد (Ten Have, 2004). درون‌فهمی به‌منزله اصل معرفت‌شناختی تحقیق کیفی در نظر گرفته می‌شود. این رویکرد روش‌شناختی، قصد دارد تا پدیده یا رویداد مورد مطالعه‌اش را از درون بشناسد، این رویکرد بر این فرض استوار است که در گفتگوها و گفتمان‌ها، پدیده‌ها

به شکل تعامل به وجود می‌آیند و بدین ترتیب واقعیت برساخته می‌شود. ساختارهای پنهان معنا و قواعد مربوط در برساخت موقعیت‌های اجتماعی مشارکت دارند (فلیک، ۱۳۹۱: ۸۳). از این‌رو، در این مقاله، قصد بر این است که به معانی و تفاسیر کنشگران اجتماعی پیرامون مدیریت بدن زنان به‌واسطه ورزش مورد مطالعه قرار بگیرد.

مشخصات مکانی و مصاحبه‌شوندگان: باشگاه و مکان مورد مطالعه باشگاه رویال

سعادت در منطقه ۲ واقع در شهرک غرب می‌باشد با مساحت ۱۲۰۰ مترمربع، مجهز به ۱۰۰ دستگاه بدن‌سازی مدرن، و دارای سالن پیلاتس و تیاریس، سالن زومبا ایروبیک و هیپ‌پاپ، اتاق ماساژ و رستوران و با حضور دکتر مشاور. تمام ویژگی‌های این باشگاه نشان‌دهنده سطح بالای آن دارد.

در این پژوهش از نمونه‌گیری هدفمند و نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. نمونه‌گیری نظری نوعی گردآوری داده است که بر اساس مفاهیم در حال تکوین انجام شود. در واقع، نمونه‌گیری نظری در نظریه زمینه‌ای از طریق روش تحلیل مقایسه‌ای ثابت صورت می‌گیرد. نمونه مورد مطالعه شامل کلیه بانوانی است که در باشگاه مذکور به فعالیت ورزشی به‌طور مرتب مشغول هستند. حجم نمونه شامل ۸ نفر در فاصله سنی بین ۲۲ الی ۴۲ سال است. در این پژوهش اشباع نظری با ۸ مصاحبه، که در واقع همه اعضای باشگاه بودند، حاصل شد.

جدول (۱) مشخصات کلی مصاحبه‌شوندگان

نام	سن	تحصیلات	وضعیت تأهل
نیلوفر	۴۰	فوق لیسانس	متأهل
مونا	۴۲	فوق لیسانس	مجرد
عاطفه	۲۷	لیسانس	متأهل
نیلوفر	۲۷	لیسانس	مجرد
سارا	۳۴	فوق لیسانس	متأهل
سیما	۲۲	لیسانس	مجرد
حمیده	۲۲	لیسانس	مجرد
مرضیه	۴۲	دکتری	مجرد

با انجام دو مصاحبه اکتشافی، پرسش‌هایی ظهور کرد که راهنمای مصاحبه‌های عمیق بعدی قرار گرفت. این فرایند با «حساسیت نظری» همراه بود، در واقع، «حساسیت نظری» نشان‌دهنده توانایی تفکر و تأمل درباره داده‌ها با اصطلاحات نظری و یکپارچه کردن دانش پیچیده در موقعیت تحقیق است (Glaser, 1978). طی انجام مصاحبه‌ها، پرسش‌ها جرح و تعدیل

شدند و با اجازه مشارکت‌کنندگان، مصاحبه‌های آن‌ها که بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه به طول انجامید ضبط و سپس پیاده‌سازی شد.

گزینه‌های متفاوتی در خصوص معیارهای ارزیابی روش و نتایج تحقیق کیفی مطرح شده است. باوجوداین، گوبا و لینکلن (۱۹۸۹) شش راهبرد برای اطمینان از اعتبار پژوهش ارائه کرده‌اند. پژوهش حاضر از چهار راهبرد از این شش راهبرد جهت اعتباریابی نتایج به شرح زیر استفاده کرده است:

- تعامل طولانی‌مدت با میدان مورد مطالعه و درک قابل قبول آن؛
- مشاهده مداوم به منظور مطالعه عمیق و توجه به جزئیات؛
- پرس‌وجو از همالان و گفتگو با کسانی که مستقیماً درگیر فرآیند پژوهش نیستند؛
- کنترل داده‌ها توسط اعضا و همخوانی تفسیر شرکت‌کنندگان از گزارش پژوهش با یافته‌ها و نتایج پژوهش.

یکی از نویسندگان این مقاله حدود ۴ سال در این ورزشگاه عضو بوده است که این امر به مشارکت بیشتر محقق در جریان تحقیق کمک کرده است.

مطابق با مراحل سه‌گانه کدگذاری داده‌ها در نظریه زمینه‌ای (استروس و کوربین، ۱۳۹۱ و محمدپور، ۱۳۹۲)، ابتدا در مرحله اول کدگذاری باز، ۷۷ مفهوم از مصاحبه‌های ثبت شده استخراج شد. سپس در مرحله دوم کدگذاری باز، مفاهیم به دست آمده به لحاظ محتوایی در ۱۰ مقوله عمده دسته‌بندی شدند. در مرحله کدگذاری محوری، پیوند منطقی ۱۰ مقوله اصلی مشخص شد. در نهایت، کدگذاری گزینشی انجام شد و با مقولات به دست آمده مقوله هسته استنتاج شد. مقوله هسته در این تحقیق، «مدیریت بدن به مثابه راهی نوین در هویت‌یابی و سبک زندگی» نامیده شد. در واقع، این مقوله از نظر مفهومی، دربرگیرنده دیگر مقوله‌ها نیز می‌باشد. در ضمن، مقولات اصلی در قالب ابعاد شریطی، راهبردی و پیامدی صورت‌بندی شده و در مدل پارادایمی ارائه شدند.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق در قالب ده مقوله اصلی و در ابعاد شریطی (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر)، تعاملی و پیامدی صورت‌بندی شده‌اند. این مقوله‌ها در جدول (۲) آورده شده‌اند. در ادامه این مقوله‌ها توضیح داده خواهند شد و سپس مدل پارادایمی پژوهش و مقوله هسته ارائه می‌شود.

جدول (۲)، مقوله‌های به‌دست آمده

شرایط	مدیریت بدن در لوای حفظ سلامت (شرط علی)، تغییر فضای سنتی (شرط زمینه‌ای)، رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی (شرط مداخله‌گر)
تعاملات	تأیید و تحسین متقابل
پیامدها	تغییر سبک زندگی، آرامش روانی، تناسب اندام، هویت‌یابی، فراغتمندی نوین، مقبولیت اجتماعی

مدیریت بدن در لوای حفظ سلامت (شرط علی): ورزش از جمله فعالیت‌هایی است که اثرات مثبت بسیاری برای بدن هر فرد دارد با توجه به اینکه گروه مورد مطالعه به‌طور مرتب فعالیت ورزشی انجام می‌دهند این امر منجر به تقویت سلامتی، به تأخیر انداختن پدیده سالمندی، کاهش خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی-عروقی و سکته‌های مغزی، اثرات مثبت بر سیستم گوارشی می‌شود. از میان عوامل مختلف مصاحبه‌شوندگان به موارد زیر بیشتر اشاره کردند: (۱) تمدد اعصاب و تخلیه روحی؛ (۲) خوش‌اندازی؛ (۳) جلوگیری از پیری؛ (۴) سلامتی و یا رسیدن به یک حد نصابی از سلامتی. با وجود این، به نظر می‌رسد حفظ سلامت تنها صورت قضیه است که زیرمجموعه مفهوم توجه به بدن قرار می‌گیرد.

- با عمل جراحی و ورزش کردن سعی کرده‌ام که تناسب اندامم رو به حد مطلوب برسونم (مرضیه ۴۲ ساله).

مدیریت بدن البته ایده‌ای مدرن است که با تغییر فضای سنتی به فضای مدرن به وجود آمده است و در پی رشد و گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی به اهمیت آن افزوده شده است.

تغییر فضای سنتی (شرط زمینه‌ای): مفهوم مکان بر فضای کالبدی و مفهوم فضا به تعاملات پیچیده میان فضای کالبدی مکان و ارتباطات اجتماعی، قواعد و ارزش‌ها و نگرش‌های منتشرشده در مکان دلالت دارد. در محیط‌های اجتماعی پیشامدرن، روابط روزمره با دیگران بر نوعی آشنایی مبتنی بود که تا حدی در ماهیت مکان ریشه داشت (کالهن، ۱۳۸۸). بنابراین، مفهوم «مکان» برای زنان نسل‌های پیشین با مفهوم اندرونی و منزل تداعی می‌شد؛ به این معنا که بیشتر اوقات آن‌ها در خانه می‌گذشت و هنوز به این اندازه ورود آن‌ها به عرصه‌های عمومی همچون محل کار، تحصیل، اماکن ورزشی و ... اتفاق نیفتاده بود. با وجود این، مدرنیته و مدرنیزاسیون بر پایه فرایندی بنا شده‌اند که درک محدود و ثابت از فضا و زمان را تغییر داده و به سمت نوعی زمان و مکان جهانی سوق می‌دهد (مجدالدین، ۱۳۸۳). در این زمینه، مشارکت‌کنندگان پژوهش در حال تجربه دنیایی هستند که مکان برای آن‌ها معنای گسترده‌تری از خانه دارد و شامل محل کار، مکان‌های ورزشی و سایر اماکن عمومی دیگر

می‌شود. در میدان مطالعه‌شده، نگرش به مقوله مدیریت بدن تحت عناوین تندرستی، بازی، فراغت سالم، تناسب اندام و... تلقی می‌شود.

رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی (شرط مداخله‌گر): امروزه، امواج وسایل ارتباط جمعی مرزها را در نوردیده و درهم فشردگی زمان و مکان را تشدید کرده است. رسانه‌ای شدن ورزش، فرایند سازگاری ورزش با قواعد خاص حاکم بر رسانه‌ها است؛ رسانه‌های خارجی در اشکال مختلف اینترنت، ماهواره، شبکه‌های مد و سریال‌ها بدن را به‌مثابه شاخص و نشانه کیفیت زندگی بازنمایی می‌کنند. تغییر آگاهی و محو شدن در دنیای قهرمانان و مدل‌ها نوعی هم‌ذات‌پنداری با قهرمانان ورزشی و مدل‌ها و بازیگران را در پی داشته است. در نقش «این‌همانی» فرد به‌طور موقت هویت خود را کنار می‌گذارد و از طریق فرافکنی ذهنی آگاهی خود، تصویر رسانه‌ای، شخصیت جانشین و هویت اجتماعی دیگری را می‌پذیرد (ساروخانی، ۱۳۸۳). افزون بر این، در جوامع غربی باریک‌اندازی صفت باارزشی برای زنان تلقی می‌شود که با جذابیت، کنترل نفس، مهارت اجتماعی، موفقیت شغلی و جوانی تداعی می‌شود. در چنددهه اخیر دختران و زنان جوان در ایران به لاغری به‌منزله معیار زیبایی توجه کرده‌اند و اقدام برای رعایت رژیم غذایی لاغری برای دستیابی به تناسب اندام به دغدغه بسیاری از دختران و زنان ایرانی تبدیل شده است. در حالی که درباره نسل‌های پیشین چنین تأکیدی بر لاغری وجود نداشته است و حتی در ادبیات عامیانه با به‌کاربردن اصطلاح «یک پرده گوشت» سلیقه ایرانی را درباره معیار زیبایی اندام برای زنان تا حدی در تضاد با لاغری افراطی -آنچنان که در حال حاضر در کشورهای غربی تبلیغ می‌شود- نشان می‌دهد (احمدنیا، ۱۳۸۴: ۱۳۶). گزاره‌های ذیل مؤید این برداشتند:

افرادی که در این باشگاه فعالیت می‌کردند عموماً بخشی زیادی از روز را در فضای اینترنت و دیدن ماهواره سپری می‌کنند.

- من به تبلیغات ماهواره اهمیت می‌دم و بعضی از وسایل لاغری اونا را خریداری می‌کنم، که در کمترین زمان به تناسب اندام برسم (نیلوفر ۲۷ ساله).

- من به فیلم‌ها و شخصیت‌های معروف زیاد توجه می‌کنم و حتی بعضی مواقع خودمو جای اونا قرار میدم قرار می‌دم تا مثل اونا بشم (مونا، ۲۸ ساله).

- زنان متأهل خیلی خودشون رو با هیکل دوران مجردی مقایسه می‌کنن و در عین حال با هیکل‌هایی که در فیلم‌های ماهواره نشون داده می‌شه و انگار یه چیزی رو از دست دادن (مرضیه ۴۲ ساله).

شرایطی که به آن‌ها اشاره شد همراه است با تعاملاتی پیرامون مدیریت بدن در بین زنان. این تعاملات عمدتاً خود را در توجه متقابل در فضای ورزشی نشان می‌دهند.

تأیید و تحسین متقابل در باشگاه: کولی در نظریه «خود آینه‌سان» معتقد است که یک شخص، از رهگذر تبادل او با دیگران رشد می‌یابد. به نظر او، "خود"، نخست فردی و سپس اجتماعی نمی‌شود؛ بلکه از رهگذر یک نوع ارتباط دیالکتیکی شکل می‌گیرد. آگاهی یک شخص از خودش، بازتاب افکار دیگران درباره خودش است؛ پس به هیچ‌روی نمی‌توان از خودهای جداگانه سخن به میان آورد. کولی برای روشن ساختن خصلت انعکاسی "خود"، آن را با آینه مقایسه کرده است: «همچنان‌که سیما، اندام و لباس‌مان را در آینه برانداز می‌کنیم، در ذهن دیگران نیز به‌گونه‌ای تخیلی، برداشتی از ظاهر، رفتار، اهداف، کردار، شخصیت و دوستان‌مان داریم و به‌صورت‌های گوناگون از این برداشت متأثر می‌شویم. مفهوم "خود آینه‌سان" از سه عنصر اصلی ساخته می‌شود: "ظاهر ما به چشم دیگران چگونه می‌نماید؟"، "داوری او درباره ظاهر ما چیست؟" و "سرانجام، چه احساسی از خود برای ما پدید می‌آید (غرور یا سرشکستگی؟)" (کوزر، ۱۳۸۶). در محیط باشگاه مورد مطالعه در تعاملاتی که بین افراد اتفاق می‌افتد معمولاً درباره بدن همدیگر نظر می‌دهند و سعی می‌کنند همدیگر را تأیید کنند. به‌عبارتی دیگر، یکدیگر را نسبت به وضعیت اندام‌هایشان آگاه می‌سازند. در تعاملاتی که در فضای باشگاه صورت می‌گیرد این تعریف و تمجیدها منجر به نشاط و انگیزش بیشتر برای ورزش می‌شود.

- من در باشگاه وقتی که ورزش می‌کنم و دوستانم بهم می‌گن لانغر شدی و یا کمرت باریک‌تر شده بیشتر ترغیب می‌شم کار کنم و دیگه ورزش برام کسل‌کننده نیست (عاطفه ۲۷ ساله).

شرایط و تعاملاتی که ذکر شد منجر به ظهور پیامدهای فردی و اجتماعی می‌شود که در ادامه شرح داده می‌شوند.

تغییر سبک زندگی: با توجه به اینکه افرادی که در باشگاه رویال سعادت مشغول ورزش بودند معمولاً به‌طور مرتب به ورزش می‌پرداختند و فعالیت ورزشی امری بسیار مهم در زندگی آن‌ها محسوب می‌شد، جنبه‌های دیگر زندگی آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده بود از جمله زندگی زانمند و با برنامه، رژیم تغذیه‌ای مناسب و همچنین فعالیت‌های فکری و ارتباطات اجتماعی تحت تأثیر فعالیت‌های ورزشی قرار داشت. این امر بیانگر این است که ورزش به تغییراتی در سبک زندگی افراد منجر شده است و تا حدی زندگی این افراد تحت تأثیر یا به‌عبارتی تحت شعاع ورزش بود. به‌طوری‌که در زندگی آن‌ها محوریت داشت.

آرامش روانی: در گذشته عمدتاً منابع هویتی زنان تحت الشعاع جنسیت یا خاستگاه اجتماعی همسران آنها قرار داشت. امروزه، با ارتقای سطح سواد و قرار گرفتن در فضاهای نسبتاً متفاوت، نوعی بازاندیشی در جایگاه زنان انجام گرفته است و در کنار هویت مادری و مسئولیت‌های خانوادگی، نوعی هویت شغلی نیز پیدا کرده‌اند. ایفای تکالیف و وظایف نقشی هویت‌های چندگانه می‌تواند زنان را با مخاطرات جسمی و روانی زیادی مواجه کند. بنابراین، ورزش مجرایی مناسب در ارتقای تندرستی روانی برای زنان است. مقوله آرامش روانی یکی از پیامدهای مدیریت بدن به واسطه ورزش است.

- ورزش روحیه‌ام رو عوض کرده ... جدا شدن از دوست پسرم رو بهتر قبول کردم (حمیده ۲۲ ساله).

- با توجه به داشتن فشار روانی زیاد و افسردگی با ورزش می‌تونم به تخلیه انرژی برسم و به این ترتیب آرام‌تر می‌شم (عاطفه ۲۷ ساله).

تناسب اندام: زیبایی و تناسب اندام نزد زنان جوان به یک ارزش و مؤلفه تشکیل‌دهنده هویت بخشی تبدیل شده است. کیفیتی که با عنوان زیبایی نامیده می‌شود، به صورت عینی و جهانی وجود دارد. زنان باید بخواهند که آن را داشته باشند و مردان باید زنانی را که آن را دارند، بطلبند. بدن یکی از ابعاد مهم هویت جنسیتی زنان جوان به شمار می‌رود. دختران حداکثر از زمان بلوغ رابطه احساسی زیباشناختی را با بدن خود تجربه می‌کنند و بدن ابزاری برای جذابیت‌های زنانه محسوب می‌شود. بر مبنای گفته‌های مشارکت‌کنندگان جوان، ولع تناسب اندام، کاهش وزن، لاغری، مانور اندام، به عرصه بازنمایی زیبایی بدل شده است.

هویت یابی: مدیریت بدن و ورزش یکی از ابزارهای اساسی است که به میانجی آن زنان روایت معینی از هویت شخصی را محفوظ می‌دارند و در عین حال از ورای همین روایت در معرض تماشای دیگران قرار می‌گیرند. مدیریت بدن می‌تواند به مثابه سازوکار ابراز هویت خویشتن و واسازی عمل کند.

- روحیه‌ام خوب شده، فضای شاد باشگاه و دوستایی که پیدا کردم خیلی روی من مؤثر بوده و همین امر باعث شده که خودم رو پیدا کنم (مرضیه ۴۲ ساله)

- خب، اعتماد به نفسم بیشتر شده، چون دخترای خیلی جوان خودشون رو باهام مقایسه میکنن (نیلوفر ۴۰ ساله)

فراغت‌مندی نوین: با توجه به پیشرفت‌هایی که در امر ورزش اتفاق افتاده و ورزش‌های متنوع شکل گرفته است، از طرفی در شهرک غرب مکان‌های ورزشی با امکانات عالی وجود دارد. همچنین فضای مناسب ورزشی منجر به این می‌شود که افراد علاوه بر اهداف همانند

سلامتی و تناسب اندام ورزش را به‌عنوان یک فعالیت تفریحی نیز در نظر بگیرند. در باشگاه رویال سعادت شهرک غرب با توجه به وسایل ورزشی متنوع و فضای بسیار شیک و داشتن برنامه منظم منجر به این شده که این امر به بخشی از اوقات فراغت افراد تبدیل شود.

مقبولیت اجتماعی: افراد پیوسته در حال اجرای نمایش‌های مختلف با هدف افزایش منابع و به حداقل رساندن ضرر هستند. اصل مفهوم عرضه و نمایش خود، حفظ تصویر مثبت و متقاعدکننده از خود است. افراد هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد. نیاز یا تلاش برای کسب پذیرش اجتماعی، خود را در برابر دیگران به نمایش گذاشتن، میل به کسب منزلت، و ... تعیین‌کننده کنش ورزشی‌اند. برای این دسته از زنان جوان، مدیریت بدن در قالب فعالیت‌های ورزشی از طریق تأثیرگذاری بر ارتباطات، توجه عموم را به آن‌ها جلب می‌کند.

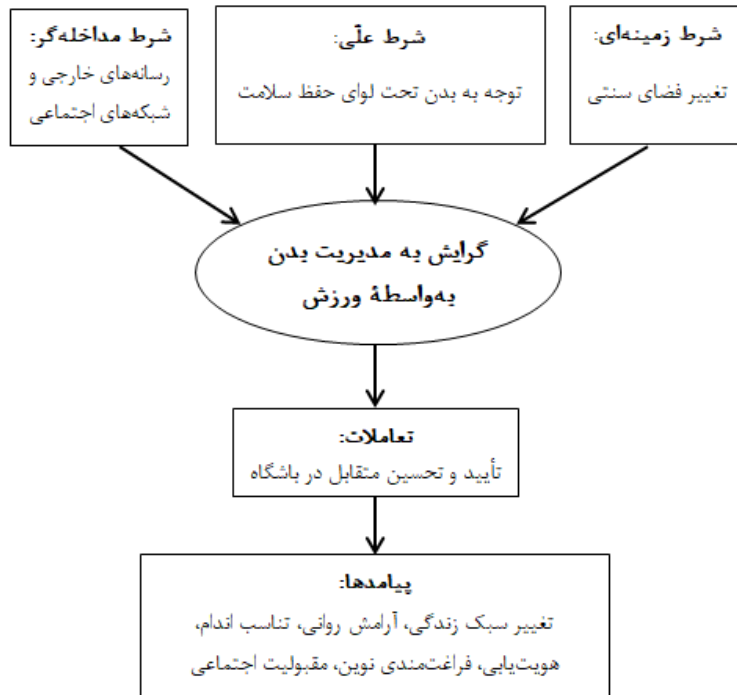
بحث و نتیجه‌گیری

پس از توضیح و تفسیر مقولات عمده ارائه‌شده، مقوله هسته، «مدیریت بدن به‌مثابه راهی نوین در هویت‌یابی» نامیده شد. این مقوله، از بیشترین انتزاع مفهومی برخوردار است و به نوعی می‌تواند نتایج تحقیق را پیرامون این مقوله توضیح داد. افزون بر این، مدل پارادایمی این پژوهش در شکل (۱) ارائه شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که مدیریت بدن در لوای حفظ سلامت منجر به رغبت زنان مورد مطالعه به مدیریت بدن و ورزش می‌شود. البته لازم به ذکر است که مدیریت بدن تنها در تغییر فضای سنتی به مدرن مجال بروز می‌یابد و همچنین شبکه‌های مجازی و رسانه‌های تصویری به‌ویژه تبلیغات و فیلم‌های ماهواره‌ای تأثیر بسیاری بر تلقی زنان در مدیریت بدنشان دارند. در واقع، زنان همواره سعی می‌کنند با افزایش کیفیت ظاهر بدنی، خود را با انتظارات اجتماعی-فرهنگی جامعه که از سوی رسانه‌ها ترویج و تبلیغ می‌شود سازگار کنند (Tsianakas & Rice, 2005: 3). رسانه‌ها این قابلیت را دارند تا با ارائه بدن‌های ایده‌آل و تعریفی از زیبایی ظاهری، نگرش زنان نسبت به الگوهای موجود در هر فرهنگ را دستخوش تغییر قرار دهند (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴).

از سوی دیگر، در تعاملات که در بین افراد حاضر در باشگاه رویال سعادت شهرک غرب موجب این شده که با تأیید و تحسین متقابل هم‌پردازند. این امر موجب می‌شود تا با انگیزه بیشتری به ورزش و تناسب اندام بپردازند. بر اساس نظریات فوکو، می‌توان گفت در این تحقیق نظارت زنان مورد مطالعه بر بدن‌هایشان و باشگاه‌های بدن‌سازی به قصد محافظت از بدن برای رسیدن به حس رضایت است (علمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۲). همچنین طبق نظریه مبادله، تأیید اجتماعی می‌تواند وجه اشتراک همه پاداش‌هایی باشد که از یک کنش ناشی می‌شوند.

از این رو، این زنان با مدیریت بدن و حضور در باشگاه در جستجوی مطلوب واقع شدن هستند. آن‌ها از این طریق در روابط اجتماعی خود لذت می‌برند (نگاه کنید به: اسکیدمور، ۱۳۷۵: ۸۶). مدیریت بدن در بین زنان با پیامدهایی همراه است. پیامدهای فعالیت ورزشی بانوان این است که منجر به تناسب اندام و لاغری آن‌ها شده، سبک زندگی آن‌ها را منظم‌تر کرده، باعث ارتقای سلامتی جسمی و روانی و همچنین تمدد اعصاب برای این افراد شده است. اعتماد به نفس و همچنین مقبولیت اجتماعی آن‌ها نزد دیگران افزایش یافته است. پیامد دیگر ورزش برای مشارکت‌کننده‌ها این بوده که باعث شده بخشی از اوقات فراغت آن‌ها در زندگی تأمین شود و به این ترتیب کمتر به سمت فعالیت‌های انحرافی گرایش پیدا کنند. نتایج دیگری که از این تحقیق استنباط می‌شود این است که زنان مورد مطالعه برای حفظ هویت و ارزشمندی خود به شدت به سمت مدیریت بدن در قالب ورزش تناسب اندام گرایش دارند، زیرا برای آن‌ها مقبولیت اجتماعی به همراه دارد.

به هر حال، قرار گرفتن زنان در جامعه جدید موجب شده زنان به‌طور جدی با چالش‌های هویتی مواجه شوند. از آنجایی که بدن را می‌توان به‌عنوان «رسانه هویت» افراد تلقی کرد (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱)، یکی از عواملی که امروزه زنان به‌وسیله آن به دنبال هویت‌یابی متمایز با دیگران هستند را می‌توان مدیریت بدن به‌واسطه تناسب اندام در نظر گرفت. در واقع، مدیریت بدن ایده‌ای مدرن است که به‌ویژه زنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و برای آن‌ها راهی نوین است به سوی هویت‌یابی و تمایز در سبک زندگی. به‌عبارتی دیگر، برای فرار از بی‌هویتی مدیریت بدن و فعالیت ورزشی برای آن‌ها نقش و اهمیت زیادی پیدا می‌کند. در واقع، کنترل منظم بدن از جمله ابزارهای اساسی است که شخص به‌وسیله آن روایت معینی از هویت شخصی خود بروز می‌دهد و در عین حال خود نیز به‌طرز کم‌وبیش ثابتی از ورای همین روایت در معرض تماشا و ارزیابی دیگران قرار می‌گیرد (ایناتلو، ۱۳۹۵: ۵۸-۵۹). افزون بر این، بدن نقش واسطی را بین مصرف و هویت فرد ایفاء می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است. فرهنگ مصرفی، منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افراد قرار می‌دهد که بدن برای آن‌ها اهمیت دارد (ذکایی، ۱۳۸۶: ص ۱۲۳).



شکل (۱)، مدل پارادایمی «مدیریت بدن به مثابه راهی نوین در هویت‌یابی و سبک زندگی»

منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، «بدن به مثابه رسانه هویت»، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال چهارم، شماره ۴، صص ۷۵-۵۷.
- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۴)، جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان، جلد پنجم، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان، صص ۱۴۳-۱۳۳.
- احمدی، عزت‌الله؛ عدلی‌پور، صمد؛ افشار، سیمین؛ بنیاد، لیلی (۱۳۹۵)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز»، پژوهش‌نامه زنان، سال هفتم، شماره ۱۵، صص ۵۰-۲۹.
- ادیبی سده، مهدی؛ علی‌زاده، مهستی؛ کوهی، کمال (۱۳۹۰)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان»، مطالعات اجتماعی-روان‌شناختی زنان، سال نهم، شماره ۳، صص ۵۸-۳۵.
- استراوس، آنسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۹۱)، مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.

- اسکیدمور، ویلیام (۱۳۷۵)، نظریه‌های جامعه‌شناسی: تفکر نظری در جامعه‌شناسی، ترجمه علی محمد حاضری و همکاران، تهران: انتشارات تابان.
- اصغرپور ماسوله، احمدرضا؛ ناصری، زهرا؛ حسنی درمیان، غلامرضا (۱۳۹۲)، «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر اعمال مدیریت بدن دختران: مطالعه موردی دختران نوجوان شهرستان مشهد»، مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی در ایران (جلد دوم)، تهران: تیسرا. صص ۴۷۹-۵۱۱.
- ایناتلو، مینا (۱۳۹۵)، *برساخت بدن: جامعه‌شناسی سبک‌های مدیریت بدن جوانان*، تهران: جامعه‌شناسان.
- براتلو، فاطمه؛ خودی، مرجان (۱۳۹۴)، «عوامل مؤثر فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن»، مجله مدیریت فرهنگی، سال نهم، شماره ۲۸، صص ۱۲۳-۱۱۳.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۱)، «کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی»، ترجمه محمدرضا فرزاد، ارغنون، شماره ۲۰، صص ۲۴۵-۲۲۷.
- حیدرخانی، هابیل؛ حاجی آقایی، لیلا؛ رحمانی، غلامعباس (۱۳۹۲)، «رابطه ابعاد سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در زنان»، فصلنامه زن و فرهنگ، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۶۹-۵۵.
- خواجه نوری، بیژن؛ روحانی، علی؛ هاشمی، سمیه (۱۳۹۰)، «سبک زندگی و مدیریت بدن»، فصلنامه زن و جامعه، سال دوم، شماره ۴، صص ۴۷-۲۱.
- جیولیونوتی، ریچارد (۱۳۹۱)، نظریه‌های جامعه‌شناسی انتقادی در ورزش، ترجمه افسانه توسلی، تهران: علم.
- دوفرانس، ژاک (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی ورزش، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶)، فرهنگ مطالعات جوانان، تهران: انتشارات آگه.
- راسخ، کرامت‌الله؛ میری، معصومه؛ ماجدی، سیدمسعود (۱۳۸۹)، «بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز)»، زن و مطالعات خانواده، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۵۹-۳۵.
- رستگار، یاسر؛ اخلاصی، ابراهیم؛ گلشنی خجسته، لیلا (۱۳۹۵)، «بصری‌شدن منزلت زنانه و مدیریت بدن (مورد مطالعه: زنان مراجعه‌کننده به مراکز زیبایی در شهر بندرعباس)»، مطالعات جنسیت و خانواده، سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۱۶-۹۳.
- رضایی، احمد؛ محمدزاده، حمیده؛ محمدزاده، فاطمه؛ رضایی، حسین (۱۳۹۴)، «سبک زندگی و مدیریت بدن (مورد مطالعه: جوانان ۱۵-۲۹ سال در شهر مرنده)»، جامعه‌شناسی و مدیریت سبک زندگی، سال اول، شماره ۲، صص ۵۰-۱.
- رقیبی، مهوش؛ میناخانی، غلامرضا (۱۳۹۶)، «ارتباط مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره»، دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، سال دوازدهم، شماره ۴۶، صص ۸۱-۷۲.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

- علمی، محمود؛ صباغ، صمد؛ افتخاری، سروه (۱۳۸۹)، «تعیین رابطه بین ابعاد سبک زندگی و مدیریت بدن در میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی بوکان»، مطالعات جامعه‌شناسی، سال سوم، شماره ۷، صص ۲۳-۴۰.
- علمی، محمود؛ باقری زنوز، بهارک (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه پایگاه هویت و مدیریت بدن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز»، مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دهم، شماره ۳، صص ۲۱۶-۲۴۱.
- فاتحی، ابوالقاسم؛ اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷)، «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی زنان شهر شیراز)»، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، سال یازدهم، شماره ۴، صص ۹-۴۲.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- فلیک، اووه (۱۳۹۱)، درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- قادرزاده، امید؛ قادرزاده، هیرش؛ حسن‌پناه، حسین (۱۳۹۱)، «تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی بر مدیریت بدن زنان»، فصلنامه زن و جامعه، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۱۵۴-۱۲۵.
- قبادی، حشمت؛ کلدی، علیرضا؛ مهدی، سید محمدصادق (۱۳۹۷)، «تبیین جامعه‌شناسی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی»، فصلنامه فرهنگی-تربیتی زنان و خانواده، سال سیزدهم، شماره ۴۵، صص ۷۵-۹۵.
- کالهن، کاریج (۱۳۸۸)، نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی، ترجمه حمیدرضا جلابی‌پور و جمال محمدی، تهران: نشر نی.
- کلانتری، عبدالحسین؛ تسلیمی طهرانی، رضا (۱۳۹۲)، «تمایزات جامعه‌شناختی و جغرافیایی سبک زندگی در شهر تهران»، مطالعات جامعه‌شناختی، سال بیستم، شماره ۲، صص ۱۸۷-۲۰۸.
- کوزر، لوئیس (۱۳۷۲)، زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- کوهی، کمال (۱۳۹۰)، تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز، رساله دکتری، دانشگاه اصفهان (دانشکده ادبیات و علوم انسانی).
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۸)، تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- لویز، خوزه؛ اسکات، جان (۱۳۸۵)، ساخت نظریه اجتماعی، ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.
- مجدالدین، اکبر (۱۳۸۳)، «نوربرت الیاس: بنیان‌گذار جامعه‌شناسی فرایند»، شناخت، سال چهاردهم، شماره ۴۱ و ۴۲، صص ۱۴۸-۱۳۱.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲)، روش تحقیق کیفی ضدروش ۱: منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی، تهران: جامعه‌شناسان.

- محمودیان، حسین؛ کوچانی اصفهانی، مسعود؛ مقدس، سعید (۱۳۹۴)، «مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری؛ مورد مطالعه: زنان معلم یاسوج»، راهبرد فرهنگ، سال هشتم، شماره ۳۱، صص ۱۷۳-۱۹۶.
- نقدی، اسداله؛ بلالی، اسماعیل؛ ایمانی، پروین (۱۳۹۰)، «موانع فرهنگی-اجتماعی مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی»، زن در توسعه و سیاست، سال نهم، شماره ۱، صص ۱۴۷-۱۶۳.
- نوروزی، علی؛ ملکی، امیر؛ پارسامهر، مهربان؛ قاسمی، حمید (۱۳۹۷)، «بررسی تأثیر تصویر بدن و مدیریت بدن بر مشارکت ورزشی زنان استان ایلام»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌ونهم، شماره ۴، صص ۹۹-۱۲۹.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical Sensitivity*. Mill Valley, CA: Sociological Press.
- Guba, E. G. and Y. S. Lincoln (1989). *Fourth Generation Evaluation*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Shilling, Chris (1993), "Body and Social Theory", London: Sage Publication.
- Ten Have, P. (2004). *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*. Sage Publications.
- Tsianakas, V. & Rice, K. (2005), "Gender Impact Assessment: Body Image." Australia: Women's Health Publication.