

## **A Sociological Analysis of Factors Affecting the Tendency of Youth to Manage the Body (Case study: 16-18 youth in Isfahan)**

**Masoud Naderian Jahromi**

*Associate Professor, Department of Sports Management, University of Isfahan, Iran*

*m.naderian@spr.ui.ac.ir*

**Fatemeh Pazhouhan**

*Ph.D. Candidate of Sports Management, University of Isfahan, Iran*

*f.pazhouhan@spr.ui.ac.ir*

### **Introduction**

Today, body management and the variables influencing it tend to be one of the most important topics in sociology. The body is not merely a biological and psychological aspect, but rather is a socially constructed phenomenon. The body should be regarded as a pivot that makes it possible for humans to understand the world. It is through the body that the individual assumes the essence of his or her existence according to social and cultural conditions, age, gender, and personality. The development of nutrition, health and sports technologies along with independence of operation, intense consumerism, the importance of youth and the growing interest in young and beautiful bodies have greatly been influenced by the popular culture of new media. These issues have made body a central theme in the social and cultural studies of contemporary society. Media in advertising and virtual space with a variety of advertising patterns, especially in sports clubs, instill a need for beauty and fitness among their target audience, mainly teenagers and young adults.

### **Material & Methods**

The research method was descriptive-analytical and in terms of its purpose, it was pragmatic. It was implemented by field method. The statistical population of the study was girls and boys aged 16-18 years in Isfahan who participated in 470 public and private clubs active in the field of bodybuilding and aerobics in the first six months of 2018. Due to the lack of accurate statistics of their numbers, based on Kerjesi and Morgan's table for an unknown society, 384 individuals were selected as the research sample by the available sampling method. The research measurement tool consisted of a researcher-made questionnaire whose surface and content validity, after consultation with professors and experts, were verified by a careful examination of its texts and research literature (n = 10 persons). Its reliability was also calculated by Cronbach's alpha (0.86). Descriptive statistics (mean, standard deviation) and inferential statistics (Pearson correlation coefficient, exploratory factor analysis, and second-order confirmatory factor analysis) were used to analyze the data.

### **Discussion of Results & Conclusions**

Studies show that in today's business community, in most cases, the value given to a person's appearance is greater than the value given to his personality, character, and behavior. Therefore, many young people nurture their body to be exposed to fashion in order to

attract attentions because they believe that the body's appearance (being muscular and handsome) is one of the most important factors in making relationships and drawing attentions. Therefore, by raising awareness and insight in the society, especially among the youth, it is necessary to internalize the value of each person in addition to the facial aspects of body and fitness and physical strength in his dignity, modesty, and modes of behavior and character in communicating with others. Therefore, reducing various facets of a person's character to a mere aesthetic beauty cannot be an absolute value. The results showed that the most important factors affecting youth tendency to body management were, respectively, youth culture (0.84), social acceptance and peer group (0.81), satellite and media advertising (0.79), reference groups (0.72), body dissatisfaction (0.71), economic factors (0.62), and cultural capital (0.41).

In this regard, it is suggested that sports managers and executives, especially leisure-time sports, be provided with training sessions for coaches and managers of sports clubs in the Ministry of Education, sports federations and subsidiaries such as sports clubs, universities and private sports clubs in order to explain the philosophy and principles of fitness and leisure activities. Moreover, by formulating laws and regulations along with by-laws required to suit the circumstances of society for bodybuilding centers and sports clubs, they elaborate a code of ethics in the field

\*Corresponding author

Copyright©2020, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can't change it in any way or use it commercially.

[Doi: 10.22108/srsp.2020.121120.1493](https://doi.org/10.22108/srsp.2020.121120.1493)

of bodybuilding and take regulatory actions and effective measures in this regard. They also describe the negative effects and consequences of youth make up in the mass media, especially television.

**Keywords:** Youth, Social Factors, Sociological Factors, Body Management, Isfahan.

## References

- Adibi, H. & Ansari, A. M. (2004) *Sociological Theories*. Tehran: Danjeh Publishing.
- Adibi Sedeh, M. & Jalali, H. (2013) "Body Management and Youth National Identity (Case Study: Sari Youth)." *The Journal of Sociological Studies of Youth*, 3(9): 9-22 (in Persian).
- Afrasiabi, H. & Khorrampour, Y. (2015) "Cultural Postmodernism and Universalism among Youth in City of Yazd." *The Journal of Iran Cultural Research*, 8(2): 189-215 (in Persian).
- Aghayari, S. (2003) "Investigation Women's Tendency toward Plastic Surgery." Bachelor Thesis Faculty of Social Sciences, University of Tehran, 1-184 (in Persian).
- Angie, F. & Blair, T. (2010) *Effect of Exposure to Media Images on Perceptual Body Image Distortion and Affective Dissatisfaction*. (retrieved on November, 12, 2010) (psych.hanover.edu/departement/youngst/IS/Terr ell%20&%20).
- Babaeifard, A. Mansorian Ravandi, F. & Zolfaghari, N. (2016) "The Investigation of Socio-Cultural Factors Affecting the Body Management among Women in Kashan." *The Journal of Womens Strategic Studies*, 18 (71): 59-83 (in Persian).
- Bass, B. (2002) "Individual Capability, Team Performance, and Team Productivity." *Human Performance and Productivity*, 1 (2): 179-222.
- Berger, E. & Reilly, N. (2008) "Determinants of Sport Participation among Canadian Adolescents." *Sport Management Review*, 11 (3): 277-307.
- Berlant, A. R. (2006) "Building Character or Characters What the Research Says About Sport Participation and Moral Development." *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 67, 18-30.
- Bostan Najafi, H. Bakhtiari, M. A. & Sharafaldin, Sh. (2006) *Islam and Family Sociology*. Qom: Research Institute of Sphere and University, Olive Printing Institute, 1-295 (in Persian).
- Bourdieu, P. (2014) *Difference: Social critique of chimerical judgment*. Translated by Hassan Chavoushian, Tehran: Third Publishing.
- Brssenoff, G. R. (2006) "Can the Media Affects Us? Social Comparison, Self-discrepancy and the thin Ideal Psychology." *Psychology of Women Quarterly*, 24 (3): 285-290.
- Castell, R. B. (1998) *Personality and motivation, structure and measurement*. Yonkers-on Hudson, NY: World Book.
- Crossley, N. (2005) "Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification And Maintenance." *Journal of Body & Society*, 11 (1): 1-35.
- Dares, E. (2001) *Duping in Elite sport, the politics of drugs in the Olympic movement*. Human kinetics. U.S.A.
- Ebrahimi, Gh. & Behnoei Godneh, A. (2010) "The Youth, Cultural Capital and Appearance Management (case study: Boys and Girls of Babolsar City)." *The Journal of Women in Development and Politics*, 8(3): 153-176 (in Persian).
- Featherstone, M. Hepworth, M. & Brayan, S. (2001) *The Body: Social Process and Cultural Theory*. London: Sage Publication.
- Fitzsimmons, E. M. & Bardone-Cone, A. (2011) "Downward Spirals of Body Surveillance and Weight/Shape Concern among African American and Caucasian College Women." *Body Image*, 8 (3): 216-223.
- Gaffman, O. (2005) *Stigma Hot*. Translated by Masoud Kianpour, Tehran.
- Gerbner, G. (1998) "Cultivation Analysis: An Overview." *Mass Communication and Society*, 1 (3-4): 175-194.
- Ghobadi, H. Kaldi, A. & Mahdavi, S. M. (2017) "Investigating Factors Affecting the Tendency toward Cosmetic Surgeries and Body Management among Women in Ilam City." *Medical Sciences University of Ilam*, 25 (3): 44-56 (in Persian).
- Giddens, A. (2008) *Individuation and Detachment, Society and Personal Identity in the New Age*. Translated by Nasser Mofaghian, Tehran: Ney Publishing.
- Gill, D. Gross, J. & Huddleston, S. (2003) "Participation Motives in Youth Sports." *International Journal of sport Psychology*, 14: 1-14.
- Gimlin, D. (2006) "The Absent Body project: Cosmetic Surgery as Response to Bodily Dys-Appearance." *Sociology*, 40(4): 699-716.
- Hosseini Pakdehi, A. & Moradiyan, Y. (2016) "The Role of Advertisements in Body Management. (Case Study of Kermanshah Citizens)." *The Journal of Intercultural Studies*, 11 (29): 113-142 (in Persian).
- Inanlou, M. (2016) *Body Building, The Sociology of Youth Body Management Styles*. Tehran: Sociologists (in Persian).
- Jalali, H. (2010) "The Investigation Body Management and Youth National Identity (Case Study: Sari

- Youth)." Master Thesis, Isfahan University, Isfahan, 55-62 (in Persian).
- Koohi, K. (2011) "Sociological Explanation of Body Management among Tabriz Women." Ph.D Thesis, University of Isfahan, Isfahan, 24-66 (in Persian).
- Laura, A. Mara, S. & Risto, M. (2016) "Stop Photo Shopping, a Visual Participatory Inquiry into Students' Responses to a Body Curriculum." *Journal of Teaching in Physical Education*, 35 (1): 54-69.
- Leon, M. Ramakrishnan, M. Lizhou, L. & Hilda, M. (2017) "The Influence of Age, Sex and Body Mass Index on the Effectiveness of Brisk Walking for Obesity Management in Adults: A Systematic Review and Meta-Analysis." *Journal of Physical Activity and Health*, 14 (5): 389-407.
- Lopez, J. & Scott, J. (2006) *Making Social Theory*. Tehran: Ney Publishing.
- Lubron, D. (2013) *Body Sociology*. Tehran: Third Publishing.
- Michael, P. (2010) *The Relation of Sociocultural Factors to Eating Attitudes and Behaviors among Middle School Girls*. Retrieved from: www.American Psychological Association.com, p 471-490.
- Morgan, A. (2005) *Evaluating Risk and Pain in Elective Cosmetic Surgery*. Retrieved from: <http://interdisciplinary.net/mso/hid/hid4/morgan%20paper.pdf>.
- Movahed, M. & Hosseini, M. (2012) "Study of Social and Cultural Factors Related to Face Management among Youth Girls." *The Journal of Women and Society (Women's Sociology)*, 3 (2): 17-37 (in Persian).
- Naderian Jahromi, M. (2011) *Ethics in Sport*. Tehran: Physical Education Institute Publishing (in Persian).
- Naderian Jahromi, M. (2016) *Fundamentals of Sociology in Sport*. Tehran: Bamdad Book Publishing (in Persian).
- Norozi, A. Maleki, A. Parsamehr, M. & Ghasemi, H. (2018) "Investigating the Effect of Body Image and Body Management on Women's Sports Participation in Ilam Province." *The Journal of Applied Sociology*, 27 (4): 99-122 (in Persian).
- Parastesh, Sh. Behnoui Godneh, A. & Mahmoudi, K. (2008) "The Investigation Sociological Appearance Management and Individual Identity among Youth (Case study: Babolsar city)." *Journal of Social Sciences of Ferdowsi University of Mashhad*, 5 (2): 19-49 (in Persian).
- Ramin Mehr, H. & Charstad, P. (2015) *Quantitative Research Method Using Structural Equation Modeling (Laserl Software)*. Tehran: Terme Publishing.
- Renee, E. Margaret, Sh. & Colleen, D. (2018) "Tone it Down: How Fitness Instructors' Motivational Comments Shape Women's Body Satisfaction." *Journal of Clinical Sport Psychology*, 12 (4): 508-524.
- Riahi, M. S. (2012) "Gender Differences in the Level of Body Image Satisfaction." *Journal of Women in Development and Politics*, 9 (3): 5-33.
- Robert, A. & Baron, L. (2012) *Psychological Perspectives on Entrepreneurship Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success*. School of Management and Technology, Rensselaer Polytechnic Institute, Troy, NY 12180-3590, New York.
- Sadeghi Fasaei, S. Fazl, R. & Rezaei, H. (2017) "Sociological Study of Relationship Between Body Management and Women Value of Erotic Capital: Case Study of Women Born in 1980s in Hamedan City." *The Journal of Psychological-Social Studies of Women*, 52:101-144 (in Persian).
- Sarvghad, S. Rezaee, A. & Masomi, F. (2010) "On the Relationship Between Thinking Styles and Self-Efficacy of Pre-University Students in Shiraz." *The Journal of Women and Society (Women's Sociology)*, 1 (4): 112-133 (in Persian).
- Shilling, Ch. (2003) *The Body and Social Theory*. London: Sage Publications.
- Skid Moore, W. (1996) *Theories of Sociology, Theoretical Thinking in Sociology*. Tehran: Taban Publication.
- Thomas, J. C. (2001) "The Knowledge Management Puzzle: Human and Social Factors in Knowledge Management." *Journals & Magazines*, 40 (4): 863-884.
- William, M. (2007) *Ethics in sport*. Human kinetics: U.S.A
- Yarmohammadian, A. & Sharafi Rad, H. (2011) "Analysis of Relationship Between Emotional Intelligence and Social Adjustment in Teenager Male Students." *The Journal of Applied Sociology*, 22 (4): 35-50 (in Persian).
- Zokaei, M. S. (2008) "The Youths, Body and Fitness Culture." *The Journal of Iranian Cultural Research*, 1 (1): 117-141 (in Persian).



پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران  
سال هشتم، شماره پیاپی (۲۷)، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۸  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۰۶  
صص ۱-۱۶

## تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن مطالعه موردی: جوانان ۱۸-۱۶ساله شهر اصفهان

مسعود نادریان جهرمی، دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه اصفهان، ایران\*

m.naderian@spr.ui.ac.ir

فاطمه پژوهان، دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه اصفهان، ایران

f.pazhouhan@spr.ui.ac.ir

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن است. روش پژوهش توصیفی از نوع تحلیلی و ازلحاظ هدف، کاربردی بود که به روش میدانی اجرا شد. جامعه آماری همه دختران و پسران ۱۸-۱۶ سال شهر اصفهان بودند که در ۶ ماه اول سال ۱۳۹۷ در ۴۷۰ باشگاه دولتی و خصوصی فعال در حوزه بدنسازی، پرورش اندام و ایروبیک شرکت کرده بودند که با توجه به وجود نداشتن آمار دقیق از تعداد آنها، براساس جدول کرجسی و مورگان (1970) برای جامعه نامعلوم، تعداد ۳۸۴ نفر به منزله نمونه پژوهش به روش نمونه‌گیری دردسترس انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که روایی صوری و محتوایی آن ضمن بررسی دقیق متون و ادبیات پژوهش، پس از نظرخواهی از استادان و متخصصان (۱۰ نفر) تأیید و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ (۰/۸۶) محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد) و روش‌های آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم) استفاده شد. نتایج نشان دادند مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن، به ترتیب شامل فرهنگ عمومی بین جوانان (۰/۸۴)، پذیرش اجتماعی و گروه دوستان و همسالان (۰/۸۱)، تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها (۰/۷۹)، گروه‌های مرجع (۰/۷۲)، نارضایتی از بدن (۰/۷۱)، عوامل اقتصادی (۰/۶۲) و سرمایه فرهنگی (۰/۴۱) است. واژه‌های کلیدی: جوانان، عوامل جامعه‌شناختی، مدیریت بدن، اصفهان

\* نویسنده مسؤول: ۰۹۱۳۱۱۴۳۹۱۶

## مقدمه و بیان مسئله

امروزه مدیریت بدن و متغیرهای مؤثر بر گرایش به آن از مباحث مهم در جامعه‌شناسی است. بدن تنها جنبه زیستی و روان‌شناختی ندارد؛ بلکه پدیده‌ای است که به صورت اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود (قبادی و همکاران، ۱۳۹۶). بدن را باید محوری دانست که امکان درک انسان نسبت به جهان را ممکن می‌کند. از خلال بدن است که فرد جوهر هستی خود را بنا بر شرایط اجتماعی و فرهنگی، سن، جنسیت و شخصیت خود در اختیار می‌گیرد و آن را به دیگران منتقل می‌کند (Lubron, 2013: 61). رشد فناوری‌ها در حوزه تغذیه، سلامت و ورزش در کنار اهمیت یافتن عاملیت، استقلال عمل، مصرف‌گرایی شدید، اهمیت یافتن جوانی و افزایش علاقه به بدن‌های جوان، زیبا و خوش اندام که خود از فرهنگ عامه رسانه‌های نو تأثیر زیادی گرفته‌اند، بدن و بدنی‌شدن را به موضوعی محوری در مطالعات اجتماعی و فرهنگی جامعه معاصر تبدیل کرده است. رسانه‌ها در تبلیغات و در فضای مجازی با انواع الگوی تبلیغاتی و به‌ویژه در باشگاه‌های ورزشی احساس نیاز به زیبایی و تناسب اندام را بین مخاطبان خود که به طور عمده نوجوان و جوان‌اند، درونی می‌کنند (حسینی پاکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵؛ افراسیابی و خرم‌پور، ۱۳۹۴: ۱۹۲). وضعیت بدن در جامعه مصرفی نشان دهنده نوعی علاقه تجاری، نمایشی و آرایشی افراد جامعه به‌ویژه جوانان به آن است که طی آن لازم است فرم بدن مناسب، تا اندازه‌ای لاغر، جوان، خوش تیپ و عضلانی نگاه داشته شود. در شرایط فعلی جامعه ما همگانی شدن پدیده پرورش اندام و بزرگ‌نمایی برخی اندام‌های بدن مانند عضلات سینه و بازوان و ران‌ها بین مردان جوان و تناسب اندام همراه با لاغرکردن عضلات شکم و باسن بین زنان و دختران در جامعه فراگیر شده است. به‌دنبال چنین رفتارهایی، استفاده از لباس‌هایی با سه ویژگی چسبان‌بودن، کوتاه‌بودن و بدن‌نما بودن، بین جوانان به وضوح مشاهده می‌شود (آقایاری، ۱۳۸۲؛ موحد و حسینی، ۱۳۹۱: ۲۵). بسیاری از رفتارها از جمله مسائل جنسیتی را نمی‌توان به‌طور کامل جدای از نفوذ و فشار همسالان و تصاویر نوجوانان

به‌ویژه دختران از بدن خود بررسی کرد. این نوجوانان به درک پایه از خود در گروه همسالان یا آنان که احاطه‌شان کرده‌اند، تمایل دارند (Berger & Reilly, 2008: 299)؛ در واقع، تصویر بدن پدیده‌ای متأثر از جنسیت است؛ بدین معنا که مردان و زنان به‌گونه‌ای اجتماعی می‌شوند تا بدن‌هایشان را به‌طور متفاوتی ادراک کنند و ایده‌آل و ویژگی‌های جسمی متفاوتی را با ارزش بداند. زنان بدنشان را به‌منزله کالایی متمایز ادراک و برحسب معیارهای زیبایی‌شناختی قضاوت و ارزیابی می‌کنند؛ در حالی که برای مردان عملکرد و توانایی بدنی از زیبایی بدن مهم‌تر است (ریاحی، ۱۳۹۰). چنین رویه‌ها و رفتارهایی با ساختارهای اجتماعی و خانوادگی و سازوکارهای قانونی جامعه - که نوع کامجویی زن و مرد از یکدیگر را مقید به قید خانواده و مسائل شرعی می‌کند - در تعارض است؛ چنین تعارضی از طریق شکاف ایجادشده بین فرهنگ موجود و فرهنگ آرمانی در لایه‌های گوناگون زندگی اجتماعی بین جوانان ردگیری شدنی است (بستان‌نجفی و همکاران، ۱۳۸۵). منظور از مدیریت بدن، نظارت و دستکاری مستمر ویژگی‌های ظاهری اندام‌های بدن به‌ویژه عضلات سینه، بازوان، کمر بند شانه‌ای و عضلات ران‌هاست که افراد انجام می‌دهند؛ زیرا در طی سال‌های اخیر توجه افراطی به اندام‌ها و وضعیت ظاهری از سوی دختران و پسران به موضوعی اساسی و مهم در جامعه‌شناسی تبدیل شده و اهمیت آن هم در پژوهش‌های تجربی هم در نظریه‌پردازی‌های جامعه‌شناختی واضح و آشکار است. هرچند چهره و اندام‌های افراد، حالت فیزیکی، شخصی و جنبه خصوصی دارد، بسیاری از جوانان (دختر و پسر) بدن خود را پرورش می‌دهند تا در معرض مد قرار گیرند و چهره آنان در جامعه تابلو شود و نظرها به آنها جلب شود؛ زیرا معتقدند بدن از عوامل بسیار مهم در ایجاد روابط، محبوبیت اجتماعی و در برخی موارد کسب امتیازهای اجتماعی است. در چند دهه اخیر جوانان در ایران به تناسب اندام به‌منزله معیار زیبایی اندام‌های بدن توجه کرده‌اند. رشد و توسعه باشگاه‌های بدنسازی و کلاس‌های ایروبیک و آمادگی جسمانی برای رسیدن به تناسب اندام و استفاده بی‌حد و

دیدگاه‌های زیر جالب توجه است: ۱- جمعیت چشمگیر پسران و دختران جوان شرکت‌کننده در برنامه‌های بدنسازی و تناسب اندام و سایر رشته‌های ورزشی مرتبط در باشگاه‌های دولتی و خصوصی. ۲- توجه به برخی پیامدهای منفی و آسیب‌رسان مدیریت بدن در شرایط فعلی جامعه ایران به وسیله جوانان همچون استفاده از پرورش بیش از حد عضلات سینه، بازو و ران و خال کوبی‌های ناهنجار روی بازوان و سینه و سایر نقاط بدن، بزهکاری و دعوای خیابانی ناشی از تشکیل گروه‌های غیررسمی برای برخی رفتارهای هنجارشکن و تجاوز و تقلیل روابط سالم بین‌گروهی که ناشی از تضاد هنجاری و اختلال نمادی است. همچنین باید تضعیف تعهدات جمعی به انحراف کشیده شدن تفریحات سالم و خدشه در سلامت عمومی افراد را به دلایل مطالعه درباره مدیریت بدن افزود که برای جامعه ورزش بسیار نگران‌کننده و شرم‌آور است. پژوهش حاضر به دنبال آن است که دیدگاه‌های جوانان ۱۸-۱۶ سال شهر اصفهان را درباره عوامل مهم و اثرگذار بر جوانان تحلیل و اولویت‌بندی کند؛ دیدگاه‌هایی که جوانان را وادار به دستکاری بی‌رویه و خلاف هنجارها و عرف جامعه از بدن خود می‌کند.

#### پیشینه پژوهش

لورا و همکاران<sup>۱</sup> (2016) گزارش می‌دهند که امروزه مدارس باید برنامه‌های آموزشی سازمان‌یافته‌ای را در اولویت قرار دهند که هدف آنها مدیریت و کنترل بدن از طریق عادت‌دادن نوجوانان و جوانان به رفتارها و رویه‌های منطقی و صحیح است. برای اثربخشی این موضوع، مشارکت خود دانش‌آموزان و والدین با شعار «بدن ایده‌آل، آرمان‌های ناسالم و رفتارهای صحیح» ضروری است. حتی این شعار باید بخش‌هایی از برنامه روزانه همه مدارس باشد و واحد درسی تلقی شود. پژوهشگران پیشنهاد می‌کنند رسانه‌هایی که ایده‌های غلط را تبلیغ می‌کنند، شناسایی و کنترل شوند. جوانان باید در جستجوی راه‌های منطقی و علمی برای دستیابی به تناسب

حصر از مواد دارویی برای لاغرکردن یا تقویت و برجسته‌کردن برخی اندام‌های بدن، نشان‌دهنده گرایش روزافزون دختران و پسران جوان به سمت دست‌یابی به ظاهری زیبا و آراسته است (Dares, 2001: 14)؛ اما در عمل مشاهده می‌شود تناسب اندام و آمادگی جسمانی و به‌طور کلی مدیریت بدن بین جوانان به پدیده بزرگ‌نمایی برخی اندام‌ها (مانند سینه، بازوان، ران‌ها و سرشانه‌ها) تبدیل شده است که این روند با معیارهای تناسب اندام و اصول و مبانی ورزش مغایرت دارد (نادریان‌جهرمی، ۱۳۹۰).

علاوه بر این، رژیم‌های رفتاری و غذایی ویژه بدنسازی و توجه به آراستگی و دستکاری جسم در شرایط تجاری جامعه معاصر، بدن را در برابر گرایش‌های بازتابی مداوم به ویژه در شرایطی که کثرت انتخاب وجود داشته باشد، تأثیرپذیر کرده است؛ بنابراین، هم برنامه‌ریزی و تنظیم زندگی و هم پدیدآمدن گزینه‌هایی برای انتخاب شیوه زندگی با رژیم‌های غذایی در هم آمیخته‌اند و مدیریت صحیح و عقلانی بدن را مشکل کرده‌اند (نادریان‌جهرمی، ۱۳۹۵). از نگاه گیدنز واقعیت این است که ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن خویش می‌شویم و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه سنتی فاصله بگیرد، فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کنیم؛ بنابراین، امروزه بدن افراد نشان‌دهنده هویت متمایز بین آنان شده است که اشخاص از خود به نمایش می‌گذارند؛ یعنی افراد با نوع مدیریت بر بدنشان، هویت شخصی متمایزی را نیز در معرض دید دیگران قرار می‌دهند؛ در واقع، بدن افراد در مدرنیته متأخر، مولد هویت متمایز بین آنان شده است؛ تا جایی که فوکو معتقد است انسان مدرن کسی است که می‌کوشد هویت خود را بازآفریند؛ از این رو، کنترل منظم بدن از جمله ابزارهای اساسی است که شخص به وسیله آن روایت معینی از هویت شخصی خود بروز می‌دهد و در عین حال خود نیز به‌طور کم‌وبیش ثابتی از ورای همین روایت در معرض تماشا و ارزیابی دیگران قرار می‌گیرد (اینانو، ۱۳۹۵).

پژوهش حاضر در حوزه موضوعات اجتماعی ورزش و برای اولین بار در شهر اصفهان انجام شده است و از

<sup>1</sup> Laura et al.

چسبان برای خودنمایی عیب است؛ حال آنکه در سال ۱۳۸۹ یعنی بعد از گذشت ۱۳ سال نظر جوانان تغییر کرده و به ۴۱/۵ درصد رسیده است (به نقل از موحد و حسینی، ۱۳۹۱).

افراسیابی و خرم پور (۱۳۹۴) گزارش کردند که بین جنس، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دیانت، نگرش سنتی به خانواده و مدیریت بدن رابطه وجود دارد؛ اما متغیرهای ساختاری همانند پایگاه اجتماعی - اقتصادی، سرمایه اقتصادی و شغل رابطه معناداری با مدیریت بدن نداشتند.

ادیبی سده و جلالی آکردی (۱۳۹۲) نشان دادند امروزه تلاش های زیادی از سوی جوانان درباره داشتن ظاهری آراسته و بدنی زیبا و عضلانی انجام می شود تا از این طریق هویت متمایزی که جوانان می خواهند و دوست دارند از خود در اجتماع نشان دهند، حاصل شود. بدین ترتیب تلاش برای داشتن چهره و ظاهری زیبا و اندام کامل بیش از آنکه با طرد هویت آنان مرتبط باشد، با پذیرش هویت از سوی آنان همراه است. این نکته ای است که ذکائی (۱۳۸۶)، پرستش و همکاران (۱۳۸۷) و گیدنز (۲۰۰۸) نیز به آن اشاره دارند.

ابراهیمی و بهنویی گدنه (۱۳۸۹) نشان دادند مدیریت بدن بین جوانان اهمیت ویژه ای دارد. همچنین آزمون فرضیه ها نشان داد بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن جوانان (دختر و پسر) رابطه معناداری وجود دارد و پایگاه اجتماعی - اقتصادی با مدیریت بدن آنها همبستگی دارد. در مجموع، براساس یافته های این پژوهش هرچه میزان سرمایه فرهنگی افراد بیشتر باشد، مدیریت بدن نزد آنان اهمیت پیدا می کند.

صادقی فسایی و همکاران (۱۳۹۶) عوامل مؤثر بر مدیریت بدن را به طور کلی به سه دسته عوامل سطح خرد (نداشتن اعتماد به نفس، ترس از تنها شدن، رضایت خاطر فردی و ...)، سطح میانی (پذیرش اجتماعی، راهکار رسیدن به بسیاری از اهداف دختران در آینده و ...) و سطح کلان (بالارفتن ارزش سرمایه جنسی بین زنان جامعه، ایجاد تفاوت نسلی و بازنگری انتقادی، تحولات ارزشی و ...) طبقه بندی کرده اند.

کراسلی<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) نشان داد در بیشتر مقوله ها و معرف های

اندام، کنترل وزن و انعطاف پذیری بدن باشند که یکی از مؤثرترین آنها فعالیت های ورزشی مداوم و برنامه ریزی شده همراه با برنامه غذایی است.

پژوهش های انجام شده رابطه بین میزان تحصیلات، میزان درآمد و سن و همچنین ترجیحات مربوط به بدن نمایی و نوع پوشش و ترجیحات ارزشی را بررسی کرده اند و نشان می دهند ۷۶٪ از دختران و ۵۴٪ از پسران بین شانزده تا بیست و سه سال از وضعیت بدن خود ناراضی اند و خواستار تناسب اندام و زیبایی ظاهری بدن خود هستند. همچنین ۱۱٪ افراد بین ۱۵-۲۴ سال از دختران دانشجو پوشش فعلی را ترجیح می دهند. افراد با میزان درآمد بالا برای وضعیت ظاهری بدن از وسایل زینتی و مکمل های لاغری استفاده می کنند (به نقل از سروقد و همکاران، ۱۳۸۹).

بابایی فرد و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش «عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر در مدیریت بدن در میان زنان شهر کاشان» نشان دادند متغیرهای باورهای مذهبی، رسانه های ارتباط جمعی و پذیرش اجتماعی توانسته اند حدود ۴۹ درصد از تغییرات مدیریت بدن بین زنان را تبیین کنند. همچنین نتایج تحلیل مسیر نشان می دهند متغیرهای باورهای مذهبی و استفاده از رسانه ها بیشترین تأثیر مستقیم مثبت را در توجه زنان به مدیریت بدن داشته اند. بر این اساس ملاحظه می شود زنان شهر کاشان، گذشته از گرایش فکری و مذهبی خود، به سمت مدیریت بدن گرایش پیدا کرده اند. در این زمینه، تأثیر افزایش ارتباطات جهانی و دسترسی به مجاری جدید ارتباطی و اطلاعاتی نیز موجب تغییرات فرهنگی وسیعی در گروه ها و اقشار مختلف جوامع به ویژه میان زنان شده است.

برخی پژوهش ها نشان می دهند فشارهای روانی در زندگی، تبلیغات تجاری در رسانه ها و تجاری شدن پدیده های اجتماعی، ترویج مصرف گرایی و نفوذ فرهنگ های بیگانه و تأثیر ماهواره اینترنت در زندگی جوانان، موجب بروز پدیده بزرگ نمایی بدن در جامعه شده اند (به نقل از یارمحمدیان و شرفی راد، ۱۳۹۰).

بررسی ها نشان می دهند ۸۶/۲ درصد از جوانان در نظرسنجی در سال ۱۳۷۶ معتقد بودند بدن نمایی همراه با پوشیدن لباس های

<sup>1</sup> Crossley



تن دادن به قضاوت و داوری دیگران است (Berlant, 2006: 95; Gill et al., 2003: 1-14). بورديو هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت تمایز و پایگاه می‌داند و در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن بدن در جوامع اشاره می‌کند که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌شود و تولید آن در گرو رشد و گسترش بدن به گونه‌ای است که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی باشد. او معتقد است بدن به منزله شکل جامعی از سرمایه فیزیکی دربردارنده منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است (به نقل از موحد و حسینی، ۱۳۹۱: ۲۵).

اروینگ گافمن<sup>۴</sup> (2005) به موقعیت بدن در تعامل اجتماعی از طریق بررسی رفتار در مکان‌های عمومی و خصوصی ارائه خویشتن و مدیریت لکه ننگ توجه می‌کند. مفهوم لکه ننگ این است که قضاوت‌ها و داوری‌های انجام شده از سوی دیگران درباره ارزش بدن، بر اساس فرد از خود تأثیر می‌گذارد. از نگاه گافمن، مدیریت بدن در حفظ و نگهداشت آشنایی بین افراد، نقش‌ها و روابط اجتماعی محوریت اساسی دارد و به منزله حلقه واسط بین هویت فردی و هویت اجتماعی افراد ایفای نقش می‌کند (in: Casttel, 1998: 74). گیدنز معتقد است حالات چهره و دیگر حرکات بدن فراهم کننده نشانه‌هایی هستند که ارتباطات روزمره مشروط به آنهاست (بستان‌نجفی و همکاران، ۱۳۸۵: ۸-۱)؛ به عبارت دیگر، برای اینکه بتوانیم به طور مساوی با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم و موفقیت آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم. روبرت و بارون<sup>۵</sup> (2012) بر این باورند که بدن در نظام‌های اجتماعی مدرن، زمینه اصلی فعالیت فرهنگی و سیاسی شده است (in: Morgan, 2005: 318). نمای ظاهری فرد بیش از آنکه نشان دهنده هویت شخصی او باشد، هویت اجتماعی اش را نشان می‌دهد. لباس و هویت اجتماعی حتی امروز هم هنوز به کلی از یکدیگر جدا نشده‌اند و پوشش افراد همچنان به صورت نشانه‌هایی از نوع و موضع طبقاتی یا پایگاه حرفه‌ای

مدیریت بدن، زنان به صورت چشمگیری بیشتر از مردان به فعالیت‌های نظارتی بر بدن خود می‌پردازند.

گیملین<sup>۱</sup> (2006) نشان داد توسل جستن به جراحی زیبایی پس از چندین مرتبه تلاش در به کارگیری رویکردهای عملی گوناگون برای از بین بردن تجربیات بدنی مشکل ساز اتفاق افتاده است؛ بدین معنا که زنان پس از ناامیدی از اصلاحات مدنظر در صورت و اندام‌های خود، تصمیم به انجام عمل‌های جراحی زیبایی گرفته‌اند.

فیتزسیمونز و باردون کان<sup>۲</sup> (2011) به این نتیجه رسیدند که بین نظارت بدن و نگرانی‌ها درباره شکل و وزن بدن روابط متقابلی وجود دارد و این دو بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند؛ به این معنی که افراد با نگرانی بیشتر نسبت به ظاهر و وزن خود، به طور مداوم بر بدن خود نظارت می‌کنند و متقابلاً افرادی که در نتیجه گرایش به استانداردهای فرهنگی بدن، نظارت بدنی مداومی را اعمال می‌کنند، نگرانی بیشتری درباره وزن و ظاهر بدن خود دارند. بررسی نتایج پژوهش‌های انجام شده، تأثیر متغیرهای ناراضیاتی از بدن، پذیرش اجتماعی، تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها، سرمایه فرهنگی، عوامل اقتصادی، گروه دوستان و همسالان، گروه مرجع و فرهنگ عمومی بین جوانان بر مدیریت بدن را نشان می‌دهند؛ به عبارت دیگر، در الگوی مفهومی پژوهش نشان داده شده است این متغیرها بر مدیریت بدن بین جوانان ۱۸-۱۶ سال شهر اصفهان مؤثرند و در پژوهش حاضر اولویت‌بندی هر یک از این متغیرها و میزان پیش‌بینی آنها بر مدیریت بدن گزارش شده است.

### چارچوب نظری پژوهش

پژوهشگران و صاحب‌نظران علوم اجتماعی نظریه‌های متفاوتی درباره مدیریت بدن ارائه کرده‌اند. پیر بورديو<sup>۳</sup> (2014) معتقد است خاستگاه نمایی رفتار، عطش فرد برای کسب ارزش و شأن اجتماعی است و تنها جامعه قادر است این عطش را سیراب کند. امیدواری انسان به رهایی درگرو

<sup>1</sup> Gimlin

<sup>2</sup> Fitzsimmons & Bardone-Cone

<sup>3</sup> Bourdieu

<sup>4</sup> Gaffman

<sup>5</sup> Robert & Baron

کانون اصلی علاقه گافمن در اثر معروف او نمود خود در زندگی روزانه این است که چگونه مردم قادرند در بدن های خود دخالت کنند و آن را در جریان زندگی روزانه متفاوت بسازند (in: Shilling, 2003: 672). از نظر او بین خود اجتماعی یا هویت اجتماعی با خود واقعی فاصله وجود دارد. او برداشت از خود را با رهیافت نمایشی تشریح می کند و با رویکرد نمایشی خود، نقش های اجتماعی و موقعیت های اجتماعی را تنها نمایش هایی می بیند که در زندگی روزمره اجرا می شوند. به عقیده او «خود» در افراد به وسیله نقش هایی که در این موقعیت ها اجرا می کنند، شکل می گیرد و معنا می یابد. گافمن ضمن استفاده از مفهوم خود تا اندازه زیادی به بدن فرد اشاره دارد. از دید او عاملان بدنی یا جسمی نیز رأی جمع کن هایی هستند که با توسل به همه روش های علامت دهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی «معرف های تجسد یافته منش و منزلت اند» که کنشگران دیگر آنها را تفسیر می کنند (in: Lopez & Scott, 2006). از نظر گربنر درباره تأثیر رسانه ها بر هویت اجتماعی افراد، نظریه کاشت بهتر تأثیرات رسانه ای را تحلیل می کند. نظریه کاشت حاصل دو دهه مطالعه جرج گربنر درباره تأثیر تلویزیون بر مخاطبان است که از اوایل دهه ۱۹۶۰ آغاز و در نهایت، سبب ارائه این نظریه از جانب او شد. براساس این نظریه، افرادی که در رویارویی بسیار با وسایل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون قرار دارند، به مرور جهان را به گونه ای ادراک می کنند که به جای انطباق با واقعیت بیرونی، بیشتر با آن چیزی همخوان است که رسانه ها درباره واقعیت بیان می کنند. گربنر در مطالعات خود مخاطبان را به دو دسته پرمصرف و کم مصرف تقسیم می کند. بینندگان پرمصرف آن دسته از مخاطبان تلویزیون اند که چهار ساعت یا بیشتر تلویزیون تماشا می کنند و انتخاب برنامه ای که می بینند برایشان اهمیت ندارد؛ اما بینندگان کم مصرف، روزانه دو ساعت یا کمتر به صورت برنامه ریزی شده و انتخابی تلویزیون تماشا می کنند. تلویزیون منبع اصلی گروه پرمصرف برای ساخت واقعیت است؛ در حالی که بینندگان کم مصرف از سایر

آنان باقی مانده است. مدهای لباس در روزگار ما از گروه های فشار، آگهی های تجارتي، امکانات اجتماعی - اقتصادی و عوامل دیگری تأثیر می گیرد که بیشتر مروج استانداردهای اجباری اند تا تفاوت های فردی. گیدنز معتقد است بدن جزئی از نظام کنشی است و تنها شیئی منفعل نیست. نظارت بر فرایندهای جسمانی، جزء ذاتی نوعی توجه بازتابی مداوم است که فاعل باید نسبت به رفتار خویش نشان دهد (Giddens, 2008). لیونو و همکاران<sup>۱</sup> (2017)، در پژوهش «تأثیر سن، جنسیت و وضعیت ظاهری بدن با میانجی پیاده روی و چاقی در بزرگسالان» معتقدند پیاده روی و دوچرخه سواری و به طور کلی نیم ساعت ورزش، نقش مؤثری در تناسب اندام، کنترل وزن و شکل دهی وضعیت ظاهری بدن دارد.

بورديو با ارائه مفاهیمی همچون زمینه، عادت، سرمایه نمادین، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی، به مباحث جامعه شناسی بدن و مصرف نزدیک شده است. او با استفاده از مفهوم سرمایه فیزیکی، ارتباط ظاهر و ویژگی های جسمانی را به منزله یکی از اشکال سرمایه با دیگر صورت های سرمایه تشریح می کند و سرمایه بدنی را به منزله یکی از انواع فرعی سرمایه فرهنگی، نوعی منبع فرهنگی می داند که در بدن سرمایه گذاری شده است (به نقل از ذکائی، ۱۳۸۷: ۱۴۲-۱۱۷). بدین ترتیب بدن محصولی اجتماعی است که ذیل منطق اجتماعی سرمایه فیزیکی، درون منش خاصی از طریق ورزش، اوقات فراغت و مصرف گرایی شکل می گیرد (جلالی آکردی، ۱۳۸۹). در اندیشه بورديو بدن شکلی از سرمایه فیزیکی است که تغییر گسترده در آن از ارزش های اجتماعی رایج در اندازه، شکل و ظاهر بدن تأثیر می گیرد (کوهی، ۱۳۹۰) که خود را در صور متفاوتی از قبیل ابعاد بدن (حجم، ارتفاع و وزن) و شکل بدن (گردی، سختی، راست قامتی و خمیدگی آن) متجلی می کند. این ویژگی های طبیعی ظاهری، بیان کننده چگونگی برخورد با بدن، مراقبت از آن و نوع تغذیه، یعنی عمیق ترین تمایلات سرمایه فرهنگی روزمره اند (ذکائی، ۱۳۸۱: ۲۳).

<sup>۱</sup> Leon et al.

اجتماعی عنوانی کلی است که ممکن است وجه اشتراک همه پاداش‌هایی باشد که از یک کنش ناشی می‌شوند. مردم در زندگی خود در جستجوی مطلوب واقع شدن هستند و از آن در روابط اجتماعی خود لذت می‌برند. تأیید ممکن است صورت‌های ملموس زیادی به خود بگیرد ( Skid Moore, 1996: 79)؛ به عبارت دیگر، موجودات در هر وضعیتی، رفتاری از خود بروز می‌دهند که بیشترین پاداش‌ها و کمترین مجازات‌ها را در بر داشته باشد (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳: ۲۶۳).

هدف پژوهش حاضر این است که با توجه به چارچوب نظری پژوهش و نتایج پژوهش‌های داخلی و خارجی، هشت عامل پذیرش اجتماعی، تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها، فرهنگ عمومی بین جوانان، گروه دوستان و همسالان، گروه‌های مرجع، عوامل اقتصادی سرمایه فرهنگی و نارضایتی از بدن را بر گرایش جوانان به مدیریت بدن ارزیابی کند.

#### روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر توصیفی - تحلیلی بود که به روش میدانی اجرا شد و از لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش همه دختران و پسران ۱۸-۱۶ سال شهر اصفهان بودند که در ۶ ماه اول سال ۱۳۹۷ در ۴۷۰ باشگاه دولتی و خصوصی فعال در حوزه بدنسازی، پرورش اندام و ایروبیک شرکت کرده بودند. با توجه به اینکه برخی از آنها عضو ثابت باشگاه‌ها نبودند، آمار دقیقی از آنها در دسترس نبود؛ بنابراین، برای جامعه نامعلوم براساس جدول کرجسی و مورگان<sup>۱</sup> (1970) تعداد ۳۸۴ نفر به منزله نمونه پژوهش به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری شامل پرسش‌نامه محقق‌ساخته عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن بود. جمع‌آوری داده‌ها در دو بخش انجام شد. در بخش کتابخانه‌ای داده‌های مربوط به ادبیات و پیشینه پژوهش با مرور مقالات، کتاب‌ها، پایان‌نامه‌ها و جستجوی اینترنتی بررسی شدند و در بخش میدانی پرسش‌نامه‌های پژوهش توزیع و جمع‌آوری شدند. پرسش‌نامه

رسانه‌ها نیز به موازات تلویزیون استفاده می‌کنند (به نقل از حسینی‌انجدانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۹). نظریه‌پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون آثار درازمدت، تدریجی و غیرمستقیم اما متراکم و بااهمیت دارد. آنها تأکید می‌کنند که تماشای تلویزیون بیشتر آثار نگرشی دارد تا رفتاری.

از نظر فدرستون امروزه خرید و استفاده از کالاهای مصرفی و به معرض نمایش گذاشتن، نشان‌دهنده هویت فردی و اجتماعی است. افراد برای اثبات اینکه به طبقه‌ای خاص تعلق دارند، با عنوان «مد» از پوشش، شکل‌دادن و آرایش، بدن خود را تنظیم می‌کنند. امروزه در رسانه‌های گروهی برای تبلیغ از زنان و مردانی استفاده می‌شود که بدن‌های خاص، خوش‌فرم و متناسب دارند. درون فرهنگ مصرفی، تبلیغات، فشارهای عمومی، تلویزیون و تصاویر متحرک، تعداد بسیار زیادی از تصاویر بدنی خوش‌فرم و به‌ظاهر ایده‌آل را به نمایش می‌گذارند. به علاوه، رسانه‌های عمومی به‌طور مستمر به مزایای آرایش بدن تأکید می‌کنند. در رسانه‌ها برای ارائه تصاویر، از بدن‌های زیبا، ستارگان، افراد مشهور و شکل‌هایی استفاده می‌شود که نمونه‌ای از زندگی خوب را به نمایش می‌گذارند. آنها شکل‌های زیبای بدنی را همیشه در آرامش، خندان، پر از انرژی جوانی و احاطه‌شده با آخرین کالاهای مصرفی در مجموعه‌های لوکس و تجربه لذت به‌یادماندنی نشان می‌دهند. به نظر می‌رسد عامل اصلی تنظیم و مدیریت بدن در فرهنگ مصرفی از دیدگاه فدرستون، رسانه‌ها هستند (کوهی، ۱۳۹۰)؛ اما بنا بر نظریه مبادله، پاسخ‌های افراد برحسب اصل پاداش و مجازات صورت می‌گیرد؛ یعنی فرد به جنبه‌هایی که پاداش در بر دارند، پاسخ مساعد می‌دهد و از جنبه‌هایی که سبب مجازات می‌شوند، اجتناب می‌ورزد (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳). از اصول کلی در نظریه مبادله، وجود سود در انجام کنش است. در این معنا، کنش فرد در خلأ صورت نمی‌گیرد و هرکس در ازای آنچه می‌گیرد، باید چیزی بدهد. هزینه نیز کوششی است که در نتیجه یک انتخاب معین و کنارگذاشتن انتخاب‌های دیگر از دست رفته و صرف حصول رضایت و پاداش‌های بالقوه شده است. در نظریه مبادله، تأیید

<sup>1</sup> Krejcie & Morgan

برای درک اینکه سؤالات در چند عامل زیربنایی قرار می‌گیرند و تعیین تعداد یا ماهیت عامل‌هایی که هم‌پراشی بین متغیرها را توجیه می‌کنند، پس از بررسی و اطمینان از طبیعی بودن داده‌ها، تحلیل عاملی اکتشافی به کار برده شد که نتایج آن در ادامه ارائه شده‌اند. در اولین مرحله از اجرای آزمون، ضرایب تعیین سؤالات در وضعیت مناسبی قرار نگرفتند. چنانچه ضریب تعیین عددی در متغیری (سؤالی) کوچک‌تر از ۰/۵ باشد، باید آن متغیر را حذف کرد و دوباره تحلیل عاملی اکتشافی را انجام داد؛ زیرا کوچک‌بودن این مقدار بدان معناست که این سؤال با هیچ یک از عوامل ارتباط زیادی ندارد (رامین‌مهر و چارستاد، ۱۳۹۴). مطابق با نتایج پژوهش ۴ سؤال Q۳، Q۷، Q۱۹ و Q۲۰ در وضعیت مناسبی قرار نگرفتند و بار عاملی آنها کمتر از ۰/۵ بود؛ بنابراین، ابتدا این سؤالات حذف شدند و دوباره تحلیل عاملی انجام شد. در مرحله دوم آزمون، دوباره الگوی اندازه‌گیری با تعداد ۲۷ شاخص پیاده‌سازی شد که علاوه بر معنی‌داربودن تمام ضرایب تعیین، از آنجا که مطابق با جدول (۱) مقدار آماره آزمون KMO برابر با ۰/۸۱۳ و بزرگ‌تر از ۰/۷ است، کفایت نمونه‌گیری برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی وجود دارد. همچنین از آنجا که سطح معناداری آماره بارتلت برابر با صفر و کمتر از ۰/۰۵ است، ساختار داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی مناسب است (رامین‌مهر و چارستاد، ۱۳۹۴).

۳۳ سؤال تخصصی و ۵ سؤال برای مشخصات جمعیت‌شناختی داشت که براساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت نمره‌گذاری شده بود. برای بررسی روایی پرسش‌نامه از روایی صوری و محتوایی استفاده شد؛ یعنی ضمن بررسی دقیق متون و ادبیات پژوهش درباره عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن و نظرخواهی از استادان و متخصصان، تعداد ۳۳ سؤال به‌منزله پیامدها طرح شد. بعد از طرح سؤالات، پیش‌نویس اولیه پرسش‌نامه تهیه و دوباره در اختیار استادان و متخصصان علوم ورزشی (۱۰ نفر) قرار گرفت تا مربوط‌بودن، وضوح و سادگی هر سؤال بررسی شود. بعد از بررسی نظرهای استادان و متخصصان و براساس شاخص والتس و باسل، سؤالاتی که ضریب بالای ۰/۷۹ را کسب کردند، در پرسش‌نامه باقی ماندند (۳۱ سؤال). بعد از این مرحله، پرسش‌نامه در اختیار ۳۰ نفر از پاسخگویان قرار گرفت و پایایی سؤالات و کل پرسش‌نامه (۰/۸۶) بررسی شد که در این مرحله همه سؤالات پایایی بالایی داشتند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی (جدول، درصد، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون کلموگروف اسمیرونف و الگوی عاملی مرتبه دوم) استفاده شده تمام تجزیه و تحلیل‌ها با نسخه ۲۲ نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس (SPSS) و نرم افزار لیزرل انجام شد.

#### یافته‌ها

جدول ۱- نتایج آزمون KMO و بارتلت

شاخص کفایت نمونه‌گیری (KMO)	آزمون بارتلت	
۰/۸۱۳	۱۵۲۶/۴۱۸	خی دو
	۳۶۸	درجه آزادی
	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری

چرخش واریماکس نشان می‌دهد.

جدول (۲)، بارهای عاملی هر یک از متغیرها را بعد از

جدول ۲- درصد واریانس و مقادیر ویژه عامل‌های مختلف

مجموع مقادیر عامل‌ها بعد از چرخش			واریانس تبیین شده			مقادیر ویژه اولیه			
Cumulative %	% of Variance	Total	Cumulative %	% of Variance	Total	Cumulative %	% of Variance	Total	
۹/۷۴۵	۹/۷۴۵	۲/۶۳۱	۱۹/۹۶۸	۱۹/۹۶۸	۵/۳۹۱	۱۹/۹۶۸	۱۹/۹۶۸	۵/۳۹۱	۱
۱۹/۳۴۵	۹/۶۰۱	۲/۵۹۲	۲۷/۴۶۹	۷/۵۰۱	۲/۰۲۵	۲۷/۴۶۹	۷/۵۰۱	۲/۰۲۵	۲
۲۶/۹۵۵	۷/۶۱	۲/۰۵۵	۳۳/۵۹۹	۶/۱۳	۱/۶۵۵	۳۳/۵۹۹	۶/۱۳	۱/۶۵۵	۳
۳۳/۹۵۷	۷/۰۰۱	۱/۸۹	۳۹/۱۹۸	۵/۵۹۹	۱/۵۱۲	۳۹/۱۹۸	۵/۵۹۹	۱/۵۱۲	۴
۴۰/۹۳۶	۶/۹۷۹	۱/۸۸۴	۴۴/۵۵۳	۵/۳۵۴	۱/۴۴۶	۴۴/۵۵۳	۵/۳۵۴	۱/۴۴۶	۵
۴۷/۶۳۵	۶/۶۹۹	۱/۸۰۹	۴۹/۳۴۲	۴/۷۹	۱/۲۹۳	۴۹/۳۴۲	۴/۷۹	۱/۲۹۳	۶
۵۲/۷	۵/۰۶۶	۱/۳۶۸	۵۳/۶۸۲	۴/۳۳۹	۱/۱۷۲	۵۳/۶۸۲	۴/۳۳۹	۱/۱۷۲	۷
۵۷/۶۸	۴/۹۸	۱/۳۴۵	۵۷/۶۸	۳/۹۹۸	۱/۰۸	۵۷/۶۸	۳/۹۹۸	۱/۰۸	۸
						۶۱/۳۵۷	۳/۶۷۷	۰/۹۹۳	۹
						۶۴/۹۴۵	۳/۵۸۷	۰/۹۶۹	۱۰
						۶۸/۳۴۸	۳/۴۰۳	۰/۹۱۹	۱۱
						۷۱/۵۰۱	۳/۱۵۳	۰/۸۵۱	۱۲
						۷۴/۵۲۷	۳/۰۲۶	۰/۸۱۷	۱۳
						۷۷/۳۵۱	۲/۸۲۴	۰/۷۶۲	۱۴
						۷۹/۷۳۸	۲/۳۸۷	۰/۶۴۵	۱۵
						۸۲/۰۲۲	۲/۲۸۴	۰/۶۱۷	۱۶
						۸۴/۱۷۶	۲/۱۵۴	۰/۵۸۲	۱۷
						۸۶/۲۹۱	۲/۱۱۵	۰/۵۷۱	۱۸
						۸۸/۲۸۱	۱/۹۹	۰/۵۳۷	۱۹
						۹۰/۱۰۴	۱/۸۲۳	۰/۴۹۲	۲۰
						۹۱/۸۷۹	۱/۷۷۵	۰/۴۷۹	۲۱
						۹۳/۶۳۶	۱/۷۵۶	۰/۴۷۴	۲۲
						۹۵/۲۰۳	۱/۴۷۱	۰/۴۲۴	۲۳
						۹۶/۶۳	۱/۴۲۴	۰/۳۸۴	۲۴
						۹۷/۹۲۴	۱/۲۹۴	۰/۳۴۹	۲۵
						۹۹/۰۵۷	۱/۱۳۳	۰/۳۰۶	۲۶
						۱۰۰	۰/۹۴۳	۰/۲۵۵	۲۷

چرخش یافته‌ی عاملی نام دارد. در این ماتریس مشخص می‌شود که کدام متغیر (سؤال) به کدام عامل مربوط است. همان‌طور که قبلاً ذکر شد ۴ سؤال Q۳، Q۷، Q۱۹ و Q۲۰ در مرحله اول حذف شدند.

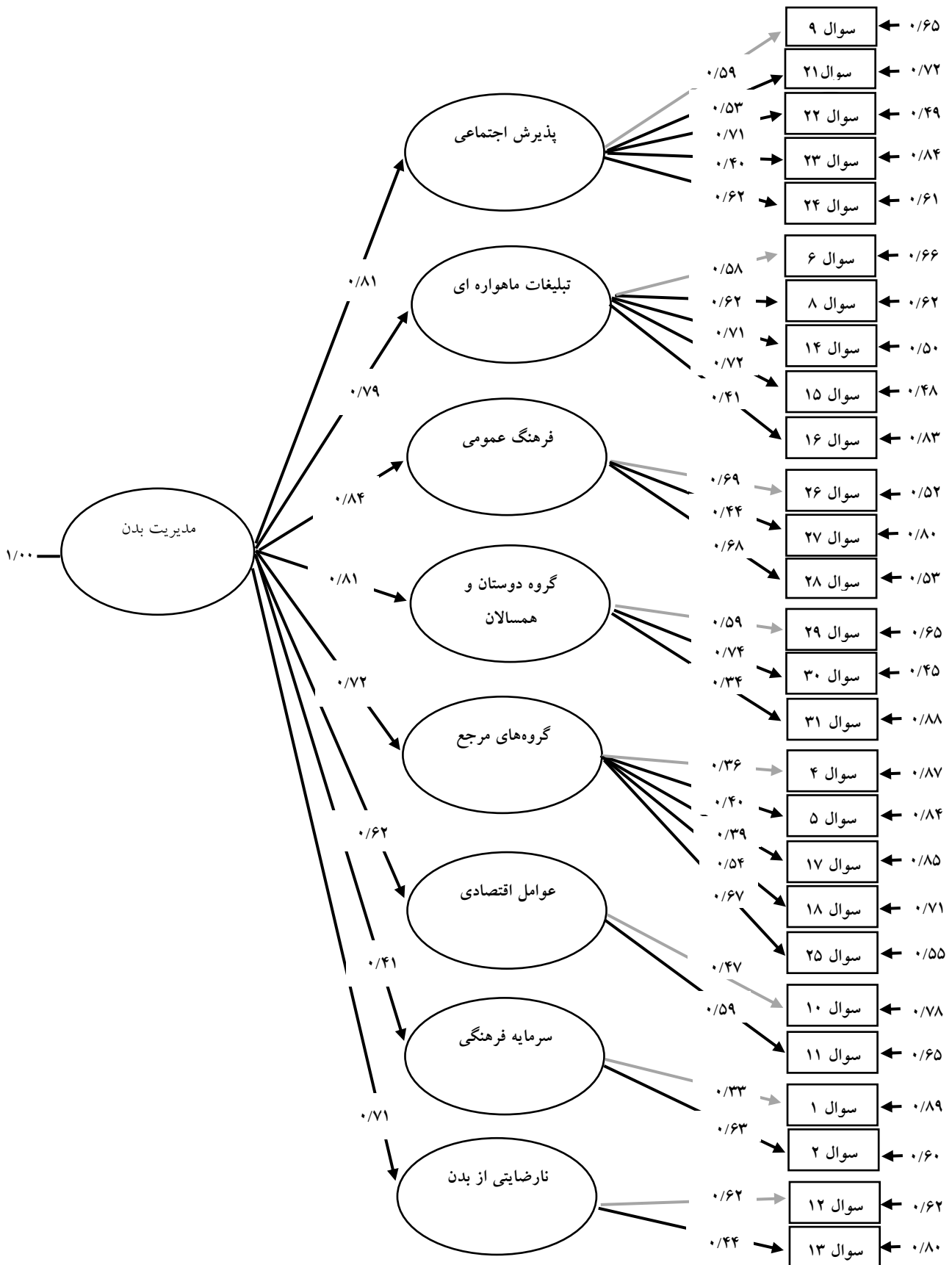
مطابق با نتایج جدول ۲ در کل ارزش ویژه هشت عامل بیشتر از یک (۵/۳۹۱، ۲/۰۲۵، ۱/۶۵۵، ۱/۵۱۲، ۱/۴۴۶، ۱/۲۹۳، ۱/۱۷۲، ۱/۰۸۰) بود. این هشت عامل ۵۷/۶۸۰ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کردند. در جدول ۳ مهم‌ترین خروجی تحلیل عاملی اکتشافی محسوب می‌شود و ماتریس

جدول ۳- نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و بارهای عاملی گویه‌های پرسش‌نامه عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن

گویه	پذیرش اجتماعی	تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها	فرهنگ عمومی بین جوانان	گروه دوستان و همسالان	گروه‌های مرجع	عوامل اقتصادی	سرمایه فرهنگی	نارضایتی از بدن
Q1	۰/۱۵۱	۰/۰۶۹	۰/۰۷۴	۰/۲۸	۰/۰۵۲	-۰/۲۵۱	۰/۵۵۶	۰/۰۶۹
Q2	۰/۰۷	۰/۰۹۹	۰/۰۷۳	-۰/۰۳۳	-۰/۰۰۸	۰/۲۱	۰/۷۸۴	-۰/۰۷۲
Q4	-۰/۰۰۳	-۰/۰۰۳	-۰/۰۶۳	-۰/۱۴۲	۰/۷۵۸	-۰/۰۰۹	۰/۰۷۲	۰/۰۴۴
Q5	-۰/۰۵۶	۰/۳۸۷	-۰/۰۰۴	-۰/۱۵۹	۰/۵۹۹	-۰/۰۲۶	۰/۰۱۴	۰/۰۱۶
Q6	۰/۰۲۵	۰/۷۰۱	۰/۱۱۸	۰/۰۱۷	۰/۱۱۱	۰/۰۰۵	۰/۲۵۱	-۰/۰۵۸
Q8	۰/۰۲۶	۰/۶۸۶	۰/۲۳۷	۰/۰۴۸	۰/۰۷۱	۰/۲۵۱	-۰/۱۸۸	۰/۱۱۱
Q9	۰/۵۶۲	۰/۱۱۶	۰/۰۹	۰/۰۲۵	۰/۱۲۵	۰/۲۸۶	۰/۲۶۷	۰/۲۲۲
Q10	۰/۰۱۴	۰/۰۷۸	۰/۰۸۴	۰/۰۰۸	-۰/۰۵۹	۰/۷۳۸	۰/۰۵۹	-۰/۰۵۱
Q11	۰/۰۸۵	۰/۱۲۹	۰/۰۴۹	۰/۰۳۶	۰/۰۷۳	۰/۶۵	-۰/۰۰۷	۰/۱۸
Q12	۰/۳۴۵	۰/۰۱۱	۰/۱۵۳	۰/۱۲۱	۰/۰۳۲	۰/۳۸۲	-۰/۲۹۱	۰/۴۵
Q13	۰/۰۳۸	۰/۱۱	۰/۱۰۷	۰/۰۲۶	۰/۱۴۳	۰/۲۲۵	۰/۰۴۷	۰/۶۳۶
Q14	۰/۲۸۶	۰/۷۶۶	-۰/۰۰۲	-۰/۰۹	۰/۱۳۱	۰/۰۳۲	۰/۰۶۸	-۰/۰۵۱
Q15	۰/۳۱۲	۰/۶۱۱	۰/۲۵	۰/۰۱۷	۰/۰۷۴	۰/۱۲۷	۰/۰۴۸	۰/۱۴۸
Q16	۰/۲۵۲	۰/۳۱۹	۰/۲۱۲	۰/۲۷۸	-۰/۰۱	۰/۱۴۳	۰/۰۷۶	-۰/۴۲۱
Q17	۰/۲۰۱	۰/۰۶۸	۰/۱۶۲	۰/۲۵۴	۰/۴۳۹	۰/۰۷۲	-۰/۰۹۱	۰/۱۵۸
Q18	۰/۲۲۶	۰/۱۶۱	۰/۲۷	۰/۰۲	۰/۳۲۷	۰/۲۸۶	۰/۰۱۲	-۰/۳۹۴
Q21	۰/۴۷۶	۰/۱۷۲	۰/۴۷۶	-۰/۲۸۴	-۰/۱۷	۰/۰۳۶	۰/۱۵۹	-۰/۰۳۶
Q22	۰/۶۹۵	۰/۲۰۶	۰/۱۴۵	-۰/۲۳۸	۰/۱۲۴	۰/۱۰۹	۰/۰۴۶	-۰/۰۷۶
Q23	۰/۷۰۲	-۰/۰۱۹	۰/۰۹	۰/۲۰۹	-۰/۱۱۱	-۰/۱۵۸	-۰/۰۳۲	-۰/۰۸۳
Q24	۰/۶۳۵	۰/۲۸۵	-۰/۱۳۹	-۰/۰۰۷	۰/۲۴۳	۰/۱۴۲	۰/۰۹	۰/۰۲۹
Q25	۰/۴۰۱	۰/۱۷۵	۰/۲۳۶	۰/۱۹۲	۰/۵	۰/۰۳۷	-۰/۰۴۸	-۰/۱۲۶
Q26	۰/۱۵	۰/۰۲۳	۰/۵۹۷	۰/۰۲۷	۰/۲۷۵	۰/۳۴۱	۰/۰۶۲	۰/۰۰۸
Q27	۰/۰۷	۰/۲۸۶	۰/۶۸۲	۰/۰۴۴	-۰/۰۵۸	-۰/۱۶	-۰/۰۵۳	۰/۲۴۶
Q28	۰/۰۰۳	۰/۱۴۳	۰/۷۴۲	۰/۰۱۱	۰/۲۲۳	۰/۱۶۴	۰/۱۲۸	-۰/۱۲۵
Q29	-۰/۰۴۶	-۰/۰۳۵	۰/۰۴۹	۰/۶۸۶	-۰/۲۰۳	-۰/۰۴۱	۰/۳۰۲	۰/۰۷۴
Q30	-۰/۰۴۵	۰/۰۶۱	-۰/۰۶	۰/۸۱۹	-۰/۰۱۱	۰/۰۲۴	-۰/۰۶۳	-۰/۰۰۴
Q31	۰/۱۴۷	-۰/۱۸۴	۰/۰۴۱	۰/۴۸۲	۰/۱۶۶	۰/۰۹۲	۰/۰۰۱	-۰/۳۶۲

مربوط‌اند؛ پس از مشخص شدن شاخص‌های هر یک از این عوامل، از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم برای مشخص کردن عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن استفاده شد که در شکل ۱ نشان داده شده است. در ضمن الگوهای زیر تأییدی بر روایی سازه ابزار پژوهش‌اند.

مطابق با جدول ۳ مشخص شد ۵ شاخص به مؤلفه پذیرش اجتماعی، ۵ شاخص به مؤلفه تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها، ۳ شاخص به مؤلفه فرهنگ عمومی بین جوانان، ۳ شاخص به مؤلفه گروه دوستان و همسالان، ۵ عامل به مؤلفه گروه‌های مرجع، ۲ شاخص به عوامل اقتصادی، ۲ شاخص به مؤلفه سرمایه فرهنگی و ۲ شاخص به مؤلفه نارضایتی از بدن



شکل ۱- الگوی ضرایب استاندارد شده مقیاس هشت عاملی مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن

شده‌اند.

سپس برای برازش الگو از شاخص‌های برازش مطلق،

تطبیقی و مقتصد استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ ذکر

جدول ۴- شاخص‌های برازش الگوی ابزار پژوهش

وضعیت	مقدار مطلوب	مقدار	شاخص	
			انگلیسی	معادل فارسی
-	-	۷۱۳/۴۳	$\chi^2$	خی دو
مطلوب	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۴۳	RMR	ریشه میانگین مربعات باقی مانده
مطلوب	مساوی یا بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۱	CFI	شاخص برازش تطبیقی
مطلوب	مساوی یا بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۳	IFI	شاخص برازش افزایشی
مطلوب	بزرگ‌تر از ۰/۵۰	۰/۷۷	PGFI	شاخص نیکویی برازش مقتصد
مطلوب	کمتر از ۰/۱	۰/۰۷۳	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
مطلوب	بین ۱ تا ۳	۲/۷۶	CMIN/DF	خی دو بهنجار شده

سازه‌ها یا همان عامل‌ها را نشان می‌دهند. پارامتر گاما (۷)، ارتباط بین متغیر پنهان بیرونی و درونی و پارامتر لامدا (۸)، ارتباط بین متغیر پنهان درونی و متغیر مشاهده‌شده درونی را نشان می‌دهد. براساس این ضرایب و مقدار معناداری آنها که با استفاده از مقدار  $t$  انجام می‌گیرد، می‌توان هر یک از عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن را رتبه‌بندی کرد. در جدول ۵ نیز این عوامل رتبه‌بندی شده‌اند.

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهند شاخص‌های نسبت خی دو به درجه آزادی CMIN/DF برابر با ۲/۷۶، شاخص برازش مطلق RMR کمتر از ۰/۰۵، شاخص‌های برازش تطبیقی CFI و IFI بیشتر از ۰/۹۰، شاخص نیکویی برازش مقتصد PGFI برابر با ۰/۷۷ و شاخص RMSEA برابر با ۰/۰۷۳ در سطح پذیرفتنی قرار دارند؛ بدین معنی که الگوی پژوهش برازش مطلوبی دارد و ساختار عاملی در نظر گرفته شده برای آن پذیرفتنی است.

پارامترهای گاما و لامدا یا همان بارهای عاملی ارتباط بین

جدول ۵- رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن

ردیف	عامل	بار عاملی استاندارد شده	انحراف استاندارد	t	P_value	رتبه
۱	پذیرش اجتماعی	۰/۸۱	۰/۲۱	۸/۱۳	۰/۰۰۱*	۲
۲	تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها	۰/۷۹	۰/۲۰	۷/۱۶	۰/۰۰۱*	۴
۳	فرهنگ عمومی بین جوانان	۰/۸۴	۰/۲۴	۷/۶۸	۰/۰۰۱*	۱
۴	گروه دوستان و همسالان	۰/۸۱	۰/۴۵	۷/۱۶	۰/۰۰۱*	۲
۵	گروه‌های مرجع	۰/۷۲	۰/۳۷	۵/۸۹	۰/۰۰۱*	۵
۶	عوامل اقتصادی	۰/۶۲	۰/۲۶	۴/۳۸	۰/۰۰۱*	۷
۷	سرمایه فرهنگی	۰/۴۱	۰/۴۳	۳/۸۳	۰/۰۰۱*	۸
۸	نارضایتی از بدن	۰/۷۱	۰/۵۶	۴/۸۷	۰/۰۰۱*	۶

\*\*\* به ترتیب معناداری در سطح خطای ۰/۰۵ و ۰/۰۱



جنبه‌های ظاهری بدن و تناسب اندام و قدرت جسمانی، در وقار، متانت و شیوه‌های رفتار و منش او در برقراری ارتباط با دیگران است؛ بنابراین، تقلیل وجوه مختلف شخصیت افراد تنها به دلیل زیبایی ظاهری ارزش مطلق محسوب نمی‌شود. نتایج نشان دادند نارضایتی از بدن بین جوانان به منزله عاملی اثرگذار در گرایش آنان به مدیریت بدن و دستکاری آن به‌ویژه عضلات برخی اندام‌ها مانند بازوها و سینه‌هاست. اگرچه نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند وضعیت ظاهری مانند اندازه قد و قامت و فرم عضلات بدن به میزان بسیار زیادی به وراثت بستگی دارد و دستکاری آن به صورت مقطعی نتایج زیانباری برای فرد به همراه دارد، میانگین مجموعه گویه‌های مرتبط با بعد پذیرش گروه‌های مرجع و نارضایتی از بدن برابر ۸۶ درصد است؛ به عبارت دیگر، ۸۶ درصد جوانان شرکت‌کننده در این پژوهش معتقدند در صورت مدیریت بر بدن، دستکاری برخی از اعضای بدن (عضلات بازوها، سینه‌ها و سرشانه‌ها و ران‌ها) و خوش‌تیپ کردن خود مطابق با بدن برخی از قهرمانان زیبایی اندام یا هنرپیشگانی که چهره‌شان را در رسانه‌ها و ماهواره‌ها تبلیغ می‌کنند (به‌منزله گروه مرجع)، بین افراد جامعه بیشتر به آنها احترام گذاشته می‌شود و بین همسالان محبوب‌تر و در روابط اجتماعی موفق‌تر می‌شوند. با در نظر داشتن اصول اساسی مکتب مبادله می‌توان گفت پاداش حاصل از انجام‌دادن یا انجام‌ندادن کنش‌های افراد، یک وجه اشتراک کلی دارد که از آن به‌منزله تأیید اجتماعی یاد می‌شود که در قالب‌های گوناگونی همچون احترام و منزلت و سایر مزایا متجلی می‌شود؛ بنابراین، افراد رفتاری را انجام می‌دهند که متضمن حداقل مجازات و حداکثر پاداش باشد. این اصل به‌راحتی با مدیریت بدن به‌منزله یک کنش اجتماعی انطباق‌پذیر است. نتایج پژوهش نشان دادند از دیدگاه پاسخگویان درباره مؤلفه فرهنگ عمومی بین جوانان، میانگین مجموعه گویه‌های مرتبط با فرهنگ عمومی بین جوانان برابر ۷۴ درصد است. بیش از هفتاد درصد جوانان شرکت‌کننده در این پژوهش معتقدند توجه به زیبایی بدن و عضلانی‌بودن و داشتن تناسب اندام، به‌منزله یک اصل

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهند مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن به ترتیب شامل فرهنگ عمومی بین جوانان (۰/۸۴)، پذیرش اجتماعی و گروه دوستان و همسالان (۰/۸۱)، تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها (۰/۷۹)، گروه‌های مرجع (۰/۷۲)، نارضایتی از بدن (۰/۷۱)، عوامل اقتصادی (۰/۶۲) و سرمایه فرهنگی (۰/۴۱) هستند.

### نتیجه

بررسی‌ها نشان می‌دهند در جامعه تجاری امروز در بیشتر موارد ارزش و بهایی که به وضعیت ظاهری افراد داده می‌شود، از ارزش داده‌شده به شخصیت و منش و رفتارهای آنها بیشتر است؛ بنابراین، بسیاری از جوانان بدن خود را پرورش می‌دهند تا در معرض مد قرار گیرند و چهره آنان در جامعه تابلو و نظرها به‌سوی آنان جلب شود؛ زیرا معتقدند وضعیت ظاهری بدن (عضلانی‌بودن و خوش‌تیپ شدن) از عوامل بسیار مهم در ایجاد روابط و در معرض توجه قرار گرفتن است. توماس<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) و آنجلا و بلیر<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) معتقدند وضعیت آراسته ظاهری در موفقیت جوانان در برقراری ارتباط با دیگران به‌ویژه جنس مخالف تأثیر مثبت دارد. نتایج پژوهش نشان دادند جوانان به اندام‌ها و وضعیت ظاهری بدن و تناسب اندام‌ها توجه ویژه‌ای دارند؛ زیرا از وضعیت موجود بدن خود نراضی‌اند. این یافته با نتایج پژوهش‌های برسِنوف<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) و ویلیام<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) همخوانی دارد که معتقدند دختران و پسران جوان ارزیابی شخصیت درونی افراد را ابتدا در وضعیت ظاهری آنها جستجو می‌کنند. براساس نظر پاسخگویان عواملی چون پذیرش اجتماعی و گروه همسالان بر گرایش افراد به دستکاری و مدیریت بدن به‌گونه‌ای که خود می‌خواهند، تأثیر دارد؛ پس لازم است با ارتقای سطح شناخت، آگاهی و بینش جامعه و به‌ویژه جوانان این موضوع را نهادینه کرد که ارزش هر فرد علاوه بر

<sup>۱</sup> Thomas

<sup>۲</sup> Angela & Blair

<sup>۳</sup> Brssenoff

<sup>۴</sup> William

آقایاری، س. (۱۳۸۲). بررسی گرایش زنان به جراحی پلاستیک، پایان نامه کارشناسی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

ابراهیمی، ق. و بهنویی گدنه، ع. (۱۳۸۹). «سرماپه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان؛ مطالعه دختران و پسران شهر بابلسر»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، د ۸، ش ۳، ص ۱۷۶-۱۵۳.

ادیبی، ح. و انصاری، ع. (۱۳۸۳). نظریه های جامعه شناسی، تهران: دانژه.

ادیبی سده، م. و جلالی آکردی، ه. (۱۳۹۲). «مدیریت بدن و هویت اجتماعی؛ مورد مطالعه: جوانان دختر و پسر شهر ساری»، مطالعات جامعه شناختی جوانان، د ۳، ش ۹، ص ۲۲-۹.

افراسیابی، ح. و خرم پور، ی. (۱۳۹۴). «فرانواگرایی فرهنگی و رابطه آن با جهان گرایی در بین جوانان شهر یزد»، تحقیقات فرهنگی ایران، د ۸، ش ۲، ص ۲۱۵-۱۸۹.

اینانلو، م. (۱۳۹۵). برساخت بدن؛ جامعه شناسی سبک های مدیریت بدن جوانان، تهران: جامعه شناسان.

بابایی فرد، الف.؛ منصوریان راوندی، ف. و ذوالفقاری، ن. (۱۳۹۵). «عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر در مدیریت بدن در میان زنان شهر کاشان»، مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان)، د ۱۸، ش ۷۱، ص ۸۳-۵۹.

بستان نجفی، ح.؛ بختیاری، م. و شرف الدین، ح. (۱۳۸۵). اسلام و جامعه شناسی خانواده، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

پرستش، ش.؛ بهنویی، ع. و محمودی، ک. (۱۳۸۷). «بررسی جامعه شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان؛ مطالعه موردی: شهر بابلسر»، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، د ۵، ش ۲، ص ۴۹-۱۹.

جلالی آکردی، ه. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مدیریت بدن و هویت اجتماعی جوانان؛ مطالعه موردی: شهر ساری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

حسینی انجدانی، م.؛ درویزه، ز.؛ خسروی، ز. و پورشرهاری،

و فرهنگ بین افراد جامعه به ویژه جوانان پذیرفته شده است. جوانان چاق با بدنی نامتناسب و ناموزون در جامعه و در جلوسان از وضعیت اندام های خود خجالت می کشند و در برخی مواقع به آنها طعنه زده می شود یا تمسخر می شوند؛ بنابراین، دوست دارند آنان نیز اندام کشیده، متناسب و قوی داشته باشند. بسیاری از پژوهشگران علوم رفتاری با چنین یافته ای موافق اند و گزارش کرده اند که یکی از عوامل مؤثر در گرایش جوانان برای مدیریت و دستکاری بدن، فرهنگ عمومی بین جوانان است (آقایاری، ۱۳۸۲؛ نادریان جهرمی، ۱۳۹۰؛ Bass, 2002; Michael et al., 2010)؛ اما در عمل مشاهده می شود موضوع بسیار مهم آمادگی جسمانی و تناسب اندام که اصلی اساسی و بسیار باارزش در حوزه برنامه های ورزشی و اوقات فراغت همه اقشار مختلف جامعه به ویژه جوانانی است که در باشگاه های ورزشی به آمادگی جسمانی و تناسب اندام می پردازند، به انحراف کشیده شده و متأسفانه بین بسیاری از جوانان به پدیده بزرگ نمایی برخی اندام ها (مانند سینه و بازوان و ران ها) تبدیل شده است که با شاخص ها و معیارهای تناسب اندام و اصول و مبانی و فلسفه تربیت بدنی و ورزش مغایرت دارد. در این راستا پیشنهاد می شود مدیران و مسئولان ورزشی به ویژه ورزش های تفریحی برنامه ریزی شده در اوقات فراغت، با برگزاری دوره های توجیهی برای مربیان و مدیران باشگاه های ورزشی در تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش، فدراسیون های ورزشی و واحدهای تابع آن مانند هیئت های ورزشی، دانشگاه ها و باشگاه های ورزشی خصوصی، فلسفه و اصول آمادگی جسمانی و فعالیت های ورزش های تفریحی را تبیین کنند و با تدوین قوانین و مقررات آیین نامه های مورد نیاز و متناسب با شرایط و تحولات جامعه برای مراکز بدنسازی، باشگاه های ورزشی، تبیین منشور اخلاقی در رشته ورزشی بدنسازی و پرورش اندام، شیوه های نظارتی قانونمند و اقدامات مؤثر در این زمینه را انجام دهند. همچنین در رسانه های گروهی و به ویژه تلویزیون آثار و عواقب منفی خودآرایی و خودنمایی جوانان را تشریح کنند.

- موحد، م. و حسینی، م. (۱۳۹۱). «مطالعه عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت چهره در میان دختران جوان»، *زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)*، د ۳، ش ۲، ص ۱۷-۳۷.
- نادریان‌جهرمی، م. (۱۳۹۰). *اخلاق در ورزش، تهران: پژوهشگاه تربیت بدنی.*
- نادریان‌جهرمی، م. (۱۳۹۵). *مبانی جامعه‌شناسی در ورزش، تهران: بامداد کتاب.*
- یارمحمدیان الف. و شرفی راد، ح. (۱۳۹۰). «تحلیل رابطه بین هوش هیجانی و سازگاری اجتماعی در نوجوانان»، *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، د ۲۲، ش ۴، ص ۳۵-۵۰.
- Angela, F. & Blair, T. (2010) "Effect of Exposure to Media Images on Perceptual Body Image Distortion and Affective Dissatisfaction." (retrieved on psych.hanover. edu/department/youngst/IS/ Terrell %20&%20.)
- Bass, B. (2002) "Individual Capability, Team Performance and Team Productivity: Chapter 6." *Human Performance and Productivity*, 1, 2, 3: 178-249.
- Berger, E. & Reilly, N. (2008) "Determinants of Sport Participation among Canadian Adolescents." *Sport Management Review*, 11: 277-307.
- Berlant, A. R. (2006) "Building Character or Characters what the Research Says about Sport Participation and Moral Development." *Research Quarterly for Exercise and Sport (Supplement)*: A-95.
- Bourdieu, P. (2014). *Difference: Social Critique of Chimerical Judgment*, Translated by: Hassan Chavoushian, Tehran: sales publication.
- Brssenoff, G.R. (2006) "Can the Media Affects Us? Social Comparision, Self Discrepancy and the thin Ideal Psychology." *Psychology of Women Quarterly* 24 (3): 285-290.
- Casttel, R. B. (1998) *Personality and Motivation, Structure and Measurement*. Yonkers-on Hudson, NY: World Book.
- Crossley, N. (2005). "Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and Maintenance." *Body & Society*, 11: 1-35.
- Dares, E. (2001). *Duping in Elite Sport, The Politics of Drugs in the Olympic Movement*, U.S.A.: Humankinetics.
- Fitzsimmons, E. & Bardone-Cone, M. A. (2011) "Downward Spirals of Body Surveillance and Weight/Shape Concern among African American and Caucasian College Women."
- م. (۱۳۸۸). «نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران»، *پژوهش‌های ارتباطی*، د ۱۶، ش ۲، ص ۳۹-۶۴.
- حسینی‌پاکدهی، ع. و مرادیان، ی. (۱۳۹۵). «تأثیر تبلیغات بازرگانی بر نگرش به مدیریت بدن: مورد مطالعه: شهروندان بالای ۱۸ سال کرمانشاه»، *مطالعات میان فرهنگی*، د ۱۱، ش ۲۹، ص ۱۱۳-۱۴۲.
- ذکائی، م. (۱۳۸۱). «خرده‌فرهنگ، سبک زندگی و هویت»، *فصلنامه رشد آموزش علوم اجتماعی*، ش ۲۱ و ۲۰، ص ۲۷-۲۰.
- ذکائی، م. (۱۳۸۶). «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، س ۱، ش ۱، ص ۱۱۷-۱۴۱.
- ذکائی، م. (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی جوانان، تهران: آگه.*
- رامین‌مهر، ح. و چارستاد، پ. (۱۳۹۴). *روش تحقیق کمی با کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری (نرم‌افزار لیزرل)*، تهران: ترمه.
- ریاحی، م. (۱۳۹۰). «بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میزان رضایتمندی از تصور از بدن»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، د ۳، ش ۹، ص ۳۳-۵۰.
- سروقد، س.؛ رضایی، آ. و معصومی، ف. (۱۳۸۹). «رابطه بین سبک‌های تفکر با خودکارآمدی جوانان دختر و پسر پیش‌دانشگاهی شیراز»، *زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)*، د ۱، ش ۴، ص ۱۳۵-۱۵۶.
- صادقی‌فسایی، س.؛ فاضل، ر. و رضایی، ح. (۱۳۹۶). «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه میان مدیریت بدن و سرمایه جنسی زنان: مورد مطالعه: زنان متولد دهه ۶۰ شهر همدان»، *مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان*، ش ۵۲، ص ۱۰۱-۱۴۴.
- قبادی، ح.؛ کلدی، ع. و مهدوی، م. (۱۳۹۶). «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی‌های زیبایی و مدیریت بدن در بین زنان شهر ایلام در سال ۱۳۹۵»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی ایلام*، د ۲۵، ش ۳، ص ۴۴-۵۶.
- کوهی، ک. (۱۳۹۰). *تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه اصفهان.*

- Body Image*, 8: 216–223.
- Gaffman, O. (2005) *Stigma Hot*, Translated by: Massoud Kianpour, Tehran: Center.
- Giddens, A. (2008). *Individuation and Detachment, Society and Personal Identity in the New Age*, Translated by: Nasser Mofaghian, Tehran: Ney Publishing.
- Gill, D. Gross, J. B. & Huddleston, S. (2003) "Participation Motives in Youth Sports." *International Journal of Sport Psychology*, 14: 1-14.
- Gimlin, D. (2006) "The Absent Body Project: Cosmetic Surgery as Response to Bodily Dys-Appearance." *Sociology*, 40 (4): 699-716.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970) "Determining Sample Size for Research Activities." *Educational and Psychological Measurement*, 30: 607-610.
- Laura, A. Mara, S. & Risto, M. (2016) "Stop Photoshopping!: A Visual Participatory Inquiry Into Students' Responses to a Body Curriculum." *Journal of Teaching in Physical Education*, 35 (1): 54-69.
- Leon, M. Ramakrishnan, M. Lizhou, L. & Hilda, M. (2017) "The Influence of Age, Sex and Body Mass Index on the Effectiveness of Brisk Walking for Obesity Management in Adults: A Systematic Review and Meta-Analysis." *Journal of Physical Activity and Health*, 14 (5): 389-407.
- Lopez, J. & Scott, J. (2006) *Making Social Theory*, Translated by: Hossein Ghazian. Tehran: Publishing Ney.
- Lubron, D. (2013) *Body Sociology*. Translated by: Nasser Fakouhi. Tehran: Sales.
- Michael P. L. Linda, S. & Helen, H. (2010) "The Relation of Sociocultural Factors to Eating Attitudes and Behaviors among Middle School Girls." in [www. American Psychological Association.com](http://www.AmericanPsychologicalAssociation.com), p: 471-490.
- Morgan, A. (2005) "Evaluating Risk and Pain in Elective Cosmetic Surgery." in: <http://interdisciplinary.net/mso/hid/hid4/morgan%20paper.pdf>, 315-320.
- Shilling, C. (2003) *The Body and Social Theory*. London: Sage Publications.
- Skid Moore, W. (1996) *Theories of Sociology, Theoretical Thinking in Sociology*, Translated by: Hashemi Gilani, A. Moghadas, M. Moidfar, S. Ragabzadh, A. & Hazery, A. M. Tehran: Taban.
- Thomas, J. C. (2001) "The Knowledge Management Puzzle: Human and Social Factors in Knowledge Management." *Journals & Magazines*, 40 (4): 863-884.
- William, M. (2007) *Ethics in Sport*. U.S.A.: Humankinetics.