

باشگاه‌های بدنسازی به مثابه خالق بدن‌های متناسب: مورد مطالعه زنان عضو باشگاه‌های بدنسازی شیراز^۱

مریم سادات دل‌آور^۲ و دکتر اسفندیار غفاری‌نسب^۳

تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۱۰/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۲۴

چکیده:

چاقی اگر چه مسأله‌ای پزشکی است اما به شدت از منطق فرهنگی تبعیت می‌کند. در زمان کنونی منطق فرهنگی به لاغری حکم می‌کند و باعث گسیل شدن سیل جمعیت به مراکز کاهش وزن و تناسب اندام می‌شود. در این میان زنان و بدن‌های آنها بیشتر مورد قضاوت قرار گرفته‌اند. از این رو پژوهش حاضر تلاش کرده به این سؤال پاسخ دهد که زنان چرا و تحت چه شرایطی به باشگاه‌های ورزشی مراجعه کرده و چه راهبردهایی اتخاذ می‌کنند. در این راستا از رویکرد کیفی نظریه زمینه‌ای استفاده به عمل آمد. مشارکت‌کنندگان ۱۲ زن مراجعه‌کننده به باشگاه‌های شهر شیراز بودند. داده‌ها با روش مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته جمع‌آوری شدند. پس از حضور محقق در میدان تحقیق، بر اساس داده‌های به‌دست آمده از میدان، با افراد مورد نظر مصاحبه‌های عمیق صورت گرفته و تا رسیدن به اشباع نظری، مصاحبه‌ها ادامه پیدا کرده‌اند. تحلیل داده‌ها با روش کدگذاری سه‌گانه باز، محوری و انتخابی انجام شد. تحلیل یافته‌ها منجر به خلق شش مقوله محوری و یک مقوله هسته گردید. مقولات محوری عبارت‌اند از: تناسب اندام به مثابه معیار زیبایی، انتظارات دیگران مهم، توانمندسازی بدن، دوگانگی بازنمایی رسانه‌ای، اولویت سبک زندگی بر دارو و تأیید اجتماعی دیگری. مقوله هسته نیز عبارت است از: خودتنظیمی و تأیید اجتماعی دیگری.

مفاهیم کلیدی: چاقی، اضافه وزن، ورزش بدنسازی، تناسب اندام، زنان شیراز

^۱ برگرفته از رساله دکترای جامعه‌شناسی با موضوع «واکاوی چاقی و اضافه وزن در نظام معنایی زنان در باشگاه‌های بدنسازی شهر شیراز: به سوی یک نظریه زمینه‌ای»، دانشگاه شیراز، ۱۳۹۹.

^۲ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

m_dlvr@yahoo.com

^۳ استادیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران ghafari.na@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

چاقی و اضافه وزن یکی از مشکلات اصلی تهدیدکننده سلامتی و عمده‌ترین بیماری مربوط به سوخت و ساز بدن در بسیاری از جوامع است (Vaidya, 2006:73). چاقی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تهدیدکننده سلامت انسان در قرن ۲۱ مطرح می‌باشد. شیوع این بیماری در حال افزایش است و یکی از مهم‌ترین علل بیماری‌ها در جهان است. همچنین اضافه وزن و چاقی از عوامل عمده خطر بیماری‌های قلبی عروقی، افزایش فشار خون، دیابت نوع دو، سکته مغزی، بیماری کیسه صفرا، استئوآرتریت، قطع تنفس هنگام خواب و مشکلات تنفسی و برخی از انواع سرطان‌ها (سرطان پستان، آندومتر، پروستات و کولون) می‌باشند (Hasanipour & et. al., 2017:41). همچنین می‌توان به این موضوع اشاره کرد که کیفیت زندگی خود شامل دو مؤلفه است؛ نخست، مؤلفه عاطفی است که به عواطف مثبت و منفی تقسیم می‌گردد و دوم مؤلفه شناختی است که معمولاً به رضایت از زندگی اشاره دارد. کیفیت زندگی خوب لازمه یک زندگی مفید، مؤثر و رضایت‌بخش فردی است و شامل ارزیابی شناختی افراد از وضعیت زندگی خودشان است (Pondeh Nejedan & et, al., 2019:142). زنان مبتلا به چاقی و اضافه وزن ممکن است به خاطر استانداردهای فرهنگی و اجتماعی درباره زیبایی و اندام ایده‌آل، تصویر بدنی منفی از خود داشته باشند و خود را از لحاظ ساختاری زشت و فاقد استانداردهای زیبایی بدانند و در نتیجه، ممکن است دچار عزت نفس پایین شده و این عزت نفس پایین تمامی جنبه‌های زندگی این افراد را تحت تأثیر خود قرار دهند (Zare Ahmad Abadi & Pondeh Nejedan, 2013: 124).

تصویر بدن، یک سازه روان‌شناختی چندبعدی و پیچیده است که شامل خود ادراکی‌های مرتبط با بدن و خود نگرشی‌هایی شامل تفکرات، عقاید، احساسات و رفتارها است (Cash, 2014: 3). نفوذ دیدگاه‌ها و نگرش‌های اخلاقی منفی به اضافه وزن و چاقی مانند تنبلی و نبود خودکنترلی هم به‌صورت نهادی و هم به‌صورت شخصی به‌گونه مشهودی رواج یافته است (Brewis, 2014).

رسیدن به تناسب اندام و وزن ایده‌آل از اهداف اصلی ورود به سالن‌های ورزشی محسوب می‌شود. حضور بیشتر و گسترده‌تر بانوان نسبت به سال‌های گذشته در باشگاه‌های ورزشی به‌ویژه سالن‌های بدنسازی معمولاً همگام با هدف کاهش سریع وزن هست (Shahbazi & et. al., 2020:58). زیبایی یکی از ارزش‌های مهم اجتماعی است و یکی از راه‌های زیبا شدن، دخل و تصرف آدمی در بدن خویش در اصطلاح، مدیریت بدن یا

مدیریت ظاهر است؛ بنابراین فرد می‌کوشد تا جایی که برایش میسر است، شکل طبیعی بدن خود را به شکل پذیرفته شده اجتماعی آن نزدیک کند (Heidari Charvadeh & Kermani, 2012:85). اینک، زیبایی به‌عنوان مجموعه‌ای از مؤلفه‌هایی چون اندام و آرایش، پوشش و جذابیت تعریف می‌شود و تلفیق دستاوردهای صنعتی و پزشکی باعث شده است که زیبایی دیگر تنها یک مشخصه طبیعی و زیستی نباشد، بلکه یک ویژگی اکتسابی محسوب گردد. در چنین وضعیتی، بدن خود به مثابه موضوعی اجتماعی و فرهنگی مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفته است (Franco, 2088: 472). تمایل و گرایش به مدیریت بدن در بین زنان، به سبب فشارهای هنجاری و نگاه شیء‌گونه به بدن در نظام سرمایه‌داری و اشاعه فرهنگ مصرفی به وسیله رسانه‌هاست. بدین ترتیب، بدن و نگرانی نسبت به آن به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌ها و دل‌مشغولی‌ها در زندگی زنان تبدیل شده است؛ زیرا آنچه زنان می‌شنوند و آنچه تماشا می‌کنند، به‌طور فزاینده‌ای تأکید بیشتر بر اهمیت ظاهر را نشان می‌دهد. در ایران نیز، در چند دهه اخیر، تناسب اندام، به مثابه یکی از معیارهای زیبایی، توجه دختران و زنان را به خود جلب کرده است و اقدام برای رعایت رژیم غذایی لاغری، جهت دستیابی به تناسب اندام به دغدغه برخی از دختران و زنان ایرانی تبدیل شده است (Ahmadnia, 2007) و آن‌ها را به سوی انجام جراحی‌های زیبایی، تاتو، لایپوساکشن و رعایت رژیم‌های غذایی سخت‌گیرانه بدون نظارت پزشک، سوق داده است

پس می‌توان گفت که بدن، شاخص‌ترین نماینده ظاهر و بخش مهمی از هویت افراد است و در موقعیت‌های اجتماعی، بلافاصله در برخورد با دیگران نمایان می‌شود و به صورت مستقیم‌ترین و در سترس‌ترین ملاک قضاوت در اختیار مخاطبان حاضر در میدان کنش قرار می‌گیرد (Ganeez Abadi & Ghasemi, 2019:42). از سوی دیگر، بخش‌هایی از جامعه زنان شهر شیراز هنوز هم از باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های روئیده در بستر فرهنگی جامعه شیراز تأثیر می‌گیرند و به نقش‌های سنتی زن در جامعه همچون خانه‌داری، همسرداری، نگهداری از فرزندان وابسته‌اند و مشارکت فعالی در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی ندارند؛ البته با تأثیر گرفتن از تغییرات فرهنگی ایجاد شده در سال‌های اخیر بسیاری از خانواده‌ها نگرش‌های متفاوتی نسبت به مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی پیدا کرده‌اند؛ تغییراتی که ناشی از موارد زیر است: افزایش مراکز آموزش عالی در استان، دسترسی به برنامه‌های تلویزیونی، افزایش شبکه‌های ارتباطی و استفاده گسترده از اینترنت. با توجه به این تغییرات، نگرش و باور نسبت به بدن و یا چاقی و اضافه وزن دچار

تغییرات زیادی شده است. در این پژوهش سعی خواهد شد به دیدگاه و تفسیر خود مشارکت‌کنندگان در مورد چاقی و اضافه وزن پرداخته شود و به فرایندهای پرداخته می‌شود که حضور زنان را در این باشگاه‌های بدنسازی را تسریع کرده است یا موانعی برای حضور این گروه به باشگاه‌های بدنسازی ایجاد کرده‌اند.

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

رستمی و راد (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در بین بانوان ورزشکار» انجام داده‌اند. نتایج حاصل از تحلیل‌های دو متغیره نشان داد که میزان مدیریت بدن بر حسب برخی متغیرهای زمینه‌ای همچون سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، وضعیت شغلی و درآمد پاسخگویان متفاوت است. همچنین بین متغیرهای نقش‌پذیری جنسیتی و دینداری با مدیریت بدن، رابطه معکوس و بین متغیر احساس فشار هنجاری و مدیریت بدن، رابطه مستقیم و معنی‌دار برقرار است. بر اساس تحلیل مسیر، متغیرهای دینداری و احساس فشار هنجاری، هم به‌طور مستقیم و هم از طریق تحت تأثیر قرار دادن متغیر نقش‌پذیری جنسیتی، بر میزان مدیریت بدن تأثیر گذاشته‌اند (Rostami & Rad, 2020).

شهبازی و همکاران (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی روان‌شناختی و شیوع مصرف مکمل‌های ورزشی در ورزشکاران زن» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که حدود ۲۴ درصد از بانوان ورزشکار مکمل‌های ورزشی استفاده می‌کردند. ۶۱ درصد آنان توجه همیشگی به مجاز و غیر مجاز بودن مکمل‌ها داشتند و بیش از ۲۰ درصد صرفاً با تأیید مربی آن‌ها را مصرف می‌کردند.

نتایج همچنین نشان داد خودپنداره بدنی و مصرف مکمل‌ها با هم ارتباط معناداری دارند. همچنین به دلیل پایین بودن سطح شناخت بانوان از عوارض مصرف این مواد می‌توان با آموزش مناسب از اثرات مخرب این مواد به‌طور مؤثرتری پیشگیری نمود (Shahbazi & et. al., 2020).

نوروزی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر تصویر بدن و مدیریت بدن بر مشارکت ورزشی زنان استان ایلام» انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که ۴۹/۲ درصد یعنی تقریباً نزدیک به نیمی از زنان یا ورزش نمی‌کنند یا به‌صورت نامنظم و تفریحی ورزش می‌کنند. ۱۷ درصد از آن‌ها با هدف سلامتی و بین ۶۱ تا ۱۲۰ دقیقه در هفته

فعالیت ورزشی می‌کنند و ۳۳/۸ درصد معادل تقریباً یک سوم از نمونه آماری نیز به‌صورت منظم و حرفه‌ای مشارکت ورزشی دارند. نتایج این پژوهش نشان دادند که 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 (Norowzi & et. al., 2019).

پارسامهر و همکاران (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مرتبط با نارضایتی از تصویر بدن در بین ورزشکاران بدن‌ساز شهر یزد» انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که متغیرهای اختلالات خوردن، آرمان‌گرایی، عضویت در باشگاه و نارضایتی از تصویر بدن رابطه معنادار وجود دارد، اما میان متغیر عملکرد و نارضایتی از تصویر بدن رابطه معناداری وجود ندارد (Parsamehr & et. al., 2017).

ذکایی و صدیقی (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان «زنانگی و ورزش» انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که آنچه در طی پژوهش مشخص می‌شود این است که پس از انتخاب ورزش و استمرار در پرداختن در آن عاملیتی مشترک و اعتماد به نفس در افراد پرورش پیدا می‌کند که هر دو گروه این افراد دست به خلاقیت در متن می‌زنند. تلفیق ظرافت و خشونت در عین گزینش صفات متضاد مثل ظرافت و قدرت و همچنین سوزه‌گی بدن‌های ورزشکاری، نشان از این عاملیت و خلاقیت دارد و این ورزشکاران از این طریق معنای زنانگی را وسعت می‌بخشند و فضا را برای خلاقیت و گزینشگری کنشگر اجتماعی باز می‌کنند. همچنین نقش پررنگ عاملیت تا حدی است که عوامل اجتماعی مؤثر در این حوزه را نیز در می‌نوردد (Zakaye & Sadeghi, 2016).

محسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان «بازنمایی هویت از طریق بدن در باشگاه‌های بدنسازی شهر تهران (مطالعه موردی: پنج باشگاه پرورش اندام در شهر تهران)» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که بدنسازی به شکل فزاینده‌ای از اهداف اولیه خود یعنی سلامت‌بخشی و افزایش توانایی فردی فاصله گرفته و متأثر از صنعت فرهنگی و فرایند کالایی شدن به ابزار مخربی برای سلامتی جسم و روح مبدل شده است (Mohsen Zadeh & et. al., 2015).

راد و بیلان (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان «سنجش عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به ایده‌آل‌های زیبایی اندام در بین زنان شهر تبریز» انجام داده‌اند. بر اساس نتایج به‌دست آمده از تحلیل‌های دومتغیره و چندمتغیره، متغیرهای نگرش فمینیستی، سرمایه فرهنگی، مصرف رسانه، وضعیت تأهل و سن، با گرایش به ایده‌آل‌های زیبایی اندام رابطه آماری معناداری نشان داده‌اند. همچنین، نتایج تحلیل مسیر نشان داد که متغیرهای سرمایه

فرهنگی، مصرف رسانه و سن از طریق تحت تأثیر قرار دادن متغیر نگرش فمینیستی بر میزان گرایش به ایده‌آل‌های زیبایی اندام تأثیرگذار است. بر اساس نتایج رگرسیون چند متغیره، این متغیرها توانایی پیش‌بینی ۳۷ درصد از تغییرات میزان گرایش به ایده‌آل‌های زیبایی اندام را دارند (Rad & Bilan, 2015).

احسانی و شمسی‌پور (۱۳۸۴)، پژوهشی با عنوان «بررسی نظرهای مشتریان سالن‌های بدنسازی بانوان شهر اصفهان» انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که هدف بیشتر بانوان از شرکت در کلاس‌های باشگاه، حفظ تندرستی (۶۵/۸ درصد)، تناسب اندام (۶۰/۸ درصد)، کاهش وزن (۴۲/۵ درصد) بوده است. همچنین نتایج نشان داد که وجود مربیان متخصص و متعهد و مکان قرارگیری سالن و در نظر گرفتن انواع تخفیف در هنگام پرداخت شهریه در میزان جذب مشتری از اهمیت زیادی برخوردار است و مشتریان به چگونگی و کیفیت ارائه خدمات اهمیت بیشتری می‌دهند و از نظر آنان کیفیت و کمیت امکانات و استفاده از انواع روش‌های تبلیغاتی اهمیت کمتری در جذب مشتری دارد. از دیگر نتایج به دست آمده، آشنایی کم مدیران و مربیان باشگاه‌ها با اهداف، انگیزه‌ها و تمایلات مشتریان است و بیشتر مدیران و مربیان از نظر سابقه ورزشی و تحصیلات دانشگاهی در زمینه مدیریت و مربیگری باشگاه‌ها در سطح پایینی قرار دارند که بیان‌کننده ضرورت برگزاری کلاس‌های آموزشی مدیریت به‌ویژه مدیریت باشگاه‌های ورزشی و دوره‌های تخصصی و آموزشی برای مربیان است (Ehsan & Shamsi Pour, 2006).

ب) تحقیقات خارجی

Schve & et. al. (2017)، پژوهشی با عنوان «تجربه ننگ در بین اعضای باشگاه بدنسازی (دارای اضافه وزن و چاقی)» انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که برچسب منفی و ننگ در بین مراجعه‌کنندگان به بدنسازی با نگرش منفی نسبت به سالن ورزش، رفتارهای ناسازگار برای کنار آمدن با برچسب و انگ منفی، اقدامات ناسالم کنترل وزن و سلامت جسمی و عاطفی خود گزارش شده رابطه معناداری وجود داشت. تجربیات انگ بدن بین مراجعه‌کنندگان به بدنسازی با تضعیف سلامت روحی و جسمی در افراد دارای اضافه وزن و چاقی همراه است. پاسخ دهندگان همچنین اظهار داشتند که ایجاد یک فضای بدون شرم در هنگام انتخاب سالن ورزشی مهم است.

Alvarado & et., al (2015) تحقیقی با عنوان «موانع و تسهیل‌کننده‌های فعالیت بدنی در میان زنان دارای اضافه وزن و چاقی در جمعیت آفریقای کارائیب: یک مطالعه

کیفی» انجام داده‌اند. زنان تمایل به فعالیت با دوستان زن خود را به جای شریک زندگی یا همسالان مرد داشتند. فعال بودن همچنین با مسئولیت‌ها و انتظارات خانواده رقابت می‌کند. موانع ساختاری شامل فرصت‌های کم برای رفت و آمد فعال، فضای داخلی محدود برای ورزش در خانه و دسترسی کم به کلاس‌های ورزشی راحت و مقرون به صرفه بود. چندین استراتژی موفقیت‌آمیز مرتبط با فعالیت‌های پایدار مشاهده شد، از جمله پیاده‌روی و گروه‌های ورزشی بسیار اجتماعی و کم هزینه. موانع فردی مربوط به استراتژی‌های زندگی سالم شامل ادراک در مورد بیماری مزمن و مشاهده فعالیت بدنی به‌عنوان یک استراتژی احتمالی برای کاهش وزن مطلوب اما کمتر از رژیم غذایی است. این مطالعه نقشی را که هنجارهای جنسیتی و اعتقادات بهداشتی در شکل‌گیری تجارب فعالیت بدنی بازی می‌کنند برجسته می‌کند.

Khanam, S., & Costarelli (2008) پژوهشی با عنوان «نگرش نسبت به سلامتی

و ورزش در بین زنان دارای اضافه وزن» انجام داده‌اند. این پژوهش نشان داد که چهل درصد افراد چاق و ۶۰ درصد اضافه وزن داشتند. ۹۶ درصد از مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند که داوطلبانه ورزش نمی‌کنند و تنها زمانی تمایل به انجام ورزش دارند که توسط پزشک و به‌عنوان درمان توصیه شود. از بین زنان دارای اضافه وزن، ۱۶ درصد از افراد اظهار داشتند که نمی‌دانند که اضافه وزن دارند و ۲۰ درصد از آن‌ها فکر می‌کنند که در واقع وزن طبیعی دارند. بیشتر خانم‌ها اگر مجبور به انجام ورزش بودند، شنا را به‌عنوان نوع فعالیت بدنی مورد علاقه خود و سپس پیاده‌روی آهسته را انتخاب می‌کردند. نتایج نشان داد که زنان بنگلادشی به دلیل اعتقادات و باورهای فرهنگی خاص، غالباً ورزش منظمی برای بهبود سلامتی خود انجام نمی‌دهند و ورزش بیشتر با توصیه پزشکان و برای درمان چاقی انجام می‌دهند.

Wang & et. al., (2004) پژوهشی با عنوان «تأثیر ننگ چاقی در افراد دارای اضافه

وزن» انجام داده‌اند یافته‌های این پژوهش نشان داد که شرکت‌کنندگان در چندین ویژگی و کلیشه‌ها تعصب قابل توجهی را نشان دادند. آن‌ها این عقیده صریح را که افراد چاق تنبل هستند تأیید کردند. به نظر نمی‌رسد برخلاف سایر اعضای گروه اقلیت، افراد دارای اضافه وزن رفتار مطلوبی نسبت به اعضای گروه داشته باشند. این کاهش ارزش گروهی پیامدهایی در تغییر ننگ چاقی و درک تأثیر روانی - اجتماعی و حتی پزشکی چاقی بر مبتلایان دارد.

حساسیت نظری پژوهش

گلیزر و اشتراوس معتقدند که یک محقق باید از لحاظ نظری چندان حساس باشد که بتواند نظریه‌ای که از داده‌ها بیرون می‌آید را مفهوم‌بندی و ترکیب کند. حساسیت نظری^۱ در رشد دائمی است و هنگامی که جامعه‌شناس به صورت تئوریکی می‌اندیشد و نظریه‌های زیادی را مورد توجه قرار می‌دهد، شکل می‌گیرد (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۱). حساسیت نظری از خلال تجربه حرفه‌ای، مطالعه متون، تجربه شخصی و روند تحلیل داده حاصل می‌شود. حساسیت نظری از آن جهت مهم است که اساساً پژوهش کیفی و نظریه‌زمینه‌ای در پی معنا دادن به داده‌ها هستند. حساسیت نظری یعنی توانایی پژوهشگر که او را قادر می‌کند به تغییرات و نکات ظریف در داده واکنش نشان دهد (Iman, 2012). با توجه به این موضوع و برای ارتقای حساسیت نظری، سعی شده است نظریه‌های که ارتباط بیشتری با موضوع چاقی و اضافه وزن و رویکردهای جامعه‌شناختی که در مورد چاقی و اضافه وزن وجود دارد دارند، به صورت خلاصه توضیح داده شوند. رویکردها و نظریه‌های زیادی در مورد چاقی و اضافه وزن وجود دارد، اما رویکردهای که بیشتر در مورد چاقی و اضافه وزن زنان و نظریه‌های که به فرایند مراجعه زنان به باشگاه‌های بدنسازی پرداخته شده است، اشاره می‌شود تا بر غنای کار و شناخت بیشتر موضوع افزوده گردد.

بنا بر نظریه مبادله، پاسخ‌های افراد در روابط اجتماعی بر حسب اصل پاداش و مجازات انجام می‌شود؛ یعنی فرد به آن جنبه‌هایی که پاداش دربردارد، پاسخ مساعد می‌دهد و از جنبه‌هایی که به مجازات می‌انجامد، پرهیز می‌کند (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳). یکی از اصول کلی در نظریه مبادله، وجود سود در انجام کنش است. در نظریه مبادله، تأیید اجتماعی عنوان کلی است که وجه اشتراک همه پاداش‌هایی است که از یک کنش ناشی می‌شوند. مردم در زندگی خود در جستجوی مطلوب واقع‌شدن هستند و از آن در روابط اجتماعی خود لذت می‌برند (اسکیدمور، ۱۳۷۵). اهمیت شدید تناسب اندام به صورت معیار زیبایی به‌ویژه برای دختران و زنان باعث شده است آن‌ها برای رسیدن به اندام مطلوب و ایده‌آل جامعه به اقدامات و فعالیت‌هایی دست بزنند (مدیریت بدن) و در مقابل، انتظار تأیید و تحسین شدن را برای پاداش داشته باشند؛ اما از آنجا که رسیدن به این تصویر مطلوب در بسیاری موارد ناکام می‌ماند؛ این افراد گاهی از جانب دیگران و حتی خودشان دچار داغ ننگ چاقی می‌شوند. بیشتر پژوهش‌های داخلی و خارجی بر نفوذ

¹Theoretical sensitivity

دوستان و خانواده در این زمینه تأکید دارند، بدین‌گونه که ترس از تحقیر و تمسخر از جانب اعضای گروه‌های صمیمی (دوستان و خانواده) به‌عنوان مجازات سبب ایجاد نگرانی دائم از وضعیت بدن به‌ویژه چاقی در بین دختران و زنان می‌شود. همان‌گونه که پاکستون و همکاران (۱۹۹۱)، به این نتیجه رسیدند که اگر والدین، دختران دبیرستانی خود را به گرفتن رژیم غذایی تشویق بکنند، آن‌ها احتمالاً بدون در نظر گرفتن اندازه بدن رژیم غذایی می‌گیرند. در پژوهش‌های مشابه نیز پژوهشگران متوجه شدند تحت فشار قراردادن یکی از اعضای خانواده با نارضایتی از بدن و تصویر منفی از آن، ارتباط معناداری دارد (کوهی، ۱۳۹۰).

گافمن^۱ انگ را این‌گونه تعریف می‌کند؛ ویژگی که عمیقاً باعث بی‌اعتبار کردن فرد می‌شود به‌گونه‌ای که شخص را از فردی معمولی و کامل به فردی بی‌ارزش و دو‌نمایه تبدیل می‌کند. او در ادامه خاطر نشان می‌کند که انگ می‌تواند به دو صورت بروز پیدا کند؛ یکی به‌گونه‌ای آشکار که به راحتی قابل مشاهده است و دیگری به‌گونه‌ای مخفی که به راحتی قابل مشاهده نیست. انگ باعث تمسخر، تبعیض و انتقاد از فرد انگ خورده می‌شود. فوکو این‌گونه عنوان می‌دارد که انگ بر نظارت انضباطی تمرکز دارد که از طرف مقامات دولتی و جمعیت عمومی اعمال می‌شود. این نگاه انضباطی (سخت‌گیرانه) می‌تواند توسط شخصی که انگ به او نسبت داده شده درونی شود و منجر به احساس شرم، گناه و عدم اطمینان به خود می‌شود. عوامل بسیاری منجر به انگ چاقی می‌شود. محتوی تبلیغات طیف وسیعی از سازمان‌ها، از جمله رسانه‌ها، صنعت کاهش وزن، صنعت مد، سیاست‌های دولت، دانشگاه‌ها و حرفه پزشکی بیان‌کننده این مطلب است که لاغری نشانه سلامت و پیروی از ایده‌آل اجتماعی است (کوگان^۲ و ارنس برگر^۳، ۱۹۹۹). به نظر می‌رسد این سازمان‌ها بین لاغری و سلامت، زیبایی و شهروندی مسئول بودن، ارتباط قائلند. واکنش عمومی به چاقی شامل ترکیب پیچیده‌ای از قضاوت اخلاقی، ارزش‌های اجتماعی و واقعیت‌های علمی می‌باشد (ساگوی^۴ و ریلی^۵، ۲۰۰۵). افراد چاق افرادی، تنبل، پرخور، بی‌انگیزه و ناسالم قلمداد می‌شوند. گافمن سه منبع متمایز در ارتباط با انگ مشخص می‌کند.

¹ Goffman

² Cogan

³ Ernsberger

⁴ Saguy

⁵ Riley

آنتونی گیدنز جامعه‌شناس انگلیسی در نظریه ساختاربندهی خود، با تشریح رابطه بین ساختار و عاملیت، به تغییر و تحولات اجتماعی در دنیای مدرن پرداخته است. مفهوم کلیدی در اندیشه اجتماعی وی «بازاندیشی»^۱ است. منظور او از این اصطلاح این است که کردارهای اجتماعی در پرتو اطلاعات تازه پیوسته مورد ارزیابی مجدد قرار گرفته و تغییر شکل می‌دهند (الیوت^۲، ۱۳۲:۲۰۰۹). از نظر گیدنز، در عصر مدرنیته متأخر^۳، خود به پروژه‌ای تبدیل شده است که باید آن را ساخت نه اینکه بطور سنتی با از روی عادت به‌طور قطعی تعیین شده باشد. این پروژه ممکن است امکان تردید و احساس پوچی را به همراه آورد. اما چنین امکان برنامه‌ریزی و بازاندیشی، انتخاب شیوه زندگی را به افراد می‌دهد؛ گیدنز این امکان برنامه‌ریزی نسبت به خود و همچنین بدن را به مفهوم سیاست زندگی پیوند می‌زند. منظور از سیاست زندگی، مسائل مربوط به هویت، سبک زندگی و اخلاقیات است (گیدنز، ۳۰۱:۱۳۸۵).

گیدنز معتقد است که بدن ما فقط نوعی موجودیت طبیعی نیست که ما مالک و صاحب آن باشیم: بدن نوعی دستگاه متحرک است، مجموعه‌ای از کنش و واکنش‌هاست، و غوطه‌ور شدن عملی آن در کنش‌های متقابل زندگی روزمره یکی از ارکان عمده نگهداری و تحکیم مفهوم منسجم یکپارچه‌ای از هویت شخصی است (همان: ۱۴۴). بدن مثل شخصیت به مکانی برای کنش متقابل، تخصیص و تخصیص مجدد بدل می‌شود. توجه به بدن جستجویی برای هویت است و می‌توان با رجعت به آن، تعریف مشخصی را دنبال کرد که معطوف به قواعد و انتظارات اجتماعی نیست (ذکایی، ۱۴۴:۱۳۸۶).

از نظر گیدنز، دانش در مورد بدن در دوران مدرنیته متأخر، به‌طور فزاینده‌ای شکل فرضیه‌ای به خود گرفته است؛ یعنی نوعی از دعاوی که ممکن است درست باشند، اما در اصل برای بازاندیشی و رها شدن باز و گشوده هستند (شلینگ، ۴:۲۰۰۳). لذا از آنجایی که بدن به صورت جزئی از پروژه بازاندیشانه دنیای مدرن درآمد است، قرارگاهی است که می‌تواند حامل ارزش‌ها، سبک‌های زندگی و شکل‌های هویتی باشد. رژیم‌های ویژه بدنسازی و توجه به آراستگی و نظافت جسم در مدرنیته متأخر بدن را در برابر نگرش‌های بازاندیشانه مستمر، به خصوص زمانی که تعدد انتخاب وجود داشته باشد، متأثر ساخته است (گیدنز، ۱۴۹:۱۳۸۵).

^۱ Reflexivity

^۲ Eliot

^۳ High Modernity

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای انجام شده است. نظریه زمینه‌ای، یک روش تحقیق کیفی است که یک مجموعه رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای مبتنی بر استقرا درباره پدیده‌ای شکل گیرد. در این روش حرکت از جزء به کل است و درحقیقت محقق به گردآوری منظم اطلاعات و تجزیه و تحلیل داده‌هایی که از پدیده مورد مطالعه استخراج شده‌اند می‌پردازد. در این رویکرد گردآوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل در یک رابطه متقابل و دوسویه با یکدیگر قرار دارند. در روش نظریه زمینه‌ای هرگز تحقیق، از یک نظریه شروع نمی‌شود تا آن را به اثبات برساند، بلکه تحقیق از یک حوزه مطالعاتی آغاز می‌شود و این فرصت داده می‌شود تا آنچه متناسب و مربوط به آن است، آشکار گردد (Strauss & Corbin, 2012:23).

در تحقیق حاضر میدان پژوهش، شهر شیراز و زنان باشگاه‌های بدنسازی شهر شیراز بوده است؛ پس از حضور محقق در میدان با افراد مورد نظر مصاحبه‌های عمیق صورت گرفت و تا رسیدن به اشباع نظری در خصوص مقولات مختلف مورد مصاحبه، مصاحبه‌ها ادامه پیدا کردند. با توجه به تفکیک جنسیتی شدید در میدان مورد مطالعه و مؤنث بودن محقق همه مشارکت‌کنندگان از جنس زن بوده‌اند. با توجه به در نظر گرفتن اشباع نظری در خصوص مقولات، ۱۲ مصاحبه انجام شد و این مصاحبه‌ها وارد چرخه تجزیه و تحلیل شده‌اند. مشخصات مشارکت‌کنندگان در جدول زیر آمده‌اند.

جدول ۱: مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش

| ردیف | اسامی مشارکت‌کنندگان | سن | تحصیلات | شغل |
|------|----------------------|----|---------------|-----------|
| ۱ | زهرا | ۳۵ | کارشناسی ارشد | کارمند |
| ۲ | سیمین | ۲۹ | کارشناسی | آرایشگر |
| ۳ | لیدا | ۲۷ | کارشناسی ارشد | گرافیسیت |
| ۴ | سما | ۳۴ | کارشناسی | مربی ورزش |
| ۵ | فاطمه | ۵۰ | کارشناسی | کارمند |
| ۶ | سایه | ۴۵ | کارشناسی ارشد | کارمند |
| ۷ | پریسا | ۱۸ | کارشناسی | محصل |
| ۸ | سمانه | ۲۸ | کارشناسی | خانه دار |
| ۹ | فرحناز | ۵۵ | دیپلم | خانه دار |
| ۱۰ | نجمه | ۳۲ | کارشناسی | نقاش |
| ۱۱ | نرگس | ۱۹ | کارشناسی | محصل |
| ۱۲ | مریم | ۳۵ | دکتر | مدرس |

داده‌هایی که جمع‌آوری آن‌ها در طول پژوهش و به‌کمک اشکال گوناگون مصاحبه صورت گرفت، با استفاده از فرایند کدگذاری در مراحل مختلف، تجزیه و تحلیل شد. به‌طور کلی داده‌ها باید از سه مرحله کدگذاری عبور کنند تا در نهایت اطلاعاتی را که واجد ساخت نظریه هستند ارائه دهند. پژوهشگر در تدوین نظریه زمینه‌ای، کار خود را با کدگذاری باز^۱ آغاز می‌کند که هدف آن عرضه داده‌ها و پدیده‌ها در قالب مفاهیم است. بر اساس کدگذاری باز، کدگذاری محوری^۲ انجام می‌شود؛ یعنی پژوهشگر مقوله کدگذاری باز را شناسایی می‌کند و در آن به‌عنوان پدیده مرکزی متمرکز می‌شود. سومین مرحله کدگذاری، کدگذاری انتخابی^۳ است که در آن مدل‌سازی و توسعه قضایا و فرضیه‌ها صورت می‌گیرد. در کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها در قالب مدل با یکدیگر عرضه می‌شوند و ارتباط آن‌ها توصیف می‌شود. همچنین در این مرحله، نظریه به اشکال متعددی ارائه می‌شود. اعتبارپذیری به واقعی بودن توصیف‌ها و یافته‌های پژوهش اشاره دارد و عبارت است از درجه اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان پژوهش و برای زمینه‌ای که این پژوهش در آن انجام شده است؛ به این معنا که آنچه در یافته‌ها و نتایج تحقیق از سوی پژوهشگر ذکر می‌گردد، همانی باشد که در نظر و ذهن پاسخگو بوده است. برای دستیابی به اعتبارپذیری از کنترل یا اعتباریابی از سوی اعضا و مشارکت‌کنندگان پژوهش استفاده شده است؛ بر این اساس یافته‌های پژوهش در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار نگرفته است و از آن‌ها خواسته شده است تا نظر خود را درباره یافته‌های کلی و صحت تحلیل‌ها ارائه دهند. همچنین در پژوهش حاضر از چند تکنیک برای اعتباریابی یا قابلیت اعتماد داده‌ها استفاده شده است:

۱. استفاده از تکنیک ممیزی: بر اساس این روش چند متخصص در روش کیفی و نظریه کار زمینه‌ای، بر جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها نظارت می‌کنند. این نظارت تمام مراحل کدگذاری، مفهوم‌سازی و استخراج مقوله‌ها را در برمی‌گیرد؛ یعنی تمام مراحل کدگذاری، مقوله‌بندی مفاهیم و ساخت نظریه از دیدگاه چند متخصص انجام شده است.
۲. مقایسه‌های تحلیلی: در این روش، به داده‌های خام رجوع می‌شود تا ساخت‌بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی شود. پژوهشگر در این مرحله، فرایند رفت و

¹ open coding

² axial coding

³ selective coding

برگشتی میان مصاحبه‌های خام و مصاحبه‌های کدگذاری شده را انجام داده که بر این اساس مقایسه مداوم مصاحبه‌ها و فرایند کدگذاری و ساخت نظریه صورت گرفته است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این بخش بر اساس رویکرد اشتراوس و کوربین در سه بخش کدگذاری باز، محوری و انتخابی یا گزینشی ارائه شده است. کدگذاری در این نوع روش‌شناسی، با کدگذاری باز شروع می‌شود. در مرحله تجزیه و تحلیل داده و در جستجوی کدها بودن، کدگذاری باز امکان‌پذیر می‌شود. در جریان کدگذاری باز، نظریه‌پردازان زمینه‌ای به خرد کردن، تجزیه و تحلیل، مقایسه، برجسب زدن و مقوله‌سازی داده‌ها می‌پردازند. در این پژوهش هم در مرحله اول داده‌های تحقیق با استفاده از کدگذاری باز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که حدود ۴۰۰ مفهوم به دست آمد که این مفاهیم به ۳۰ مقوله فرعی منتج شدند. مرحله دوم کدگذاری، کدگذاری محوری است. کدگذاری محوری عبارت است از سلسله رویه‌هایی که پس از کدگذاری باز به وسیله آن‌ها با برقراری پیوند میان مقولات، به شیوه‌های جدیدی اطلاعات با یکدیگر ارتباط می‌یابند. فرایند اتصال مقوله‌ها به یکدیگر بر اساس ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها کدگذاری محوری نام دارد. در کدگذاری محوری، مفاهیم و مقولات اولیه‌ای که در کدگذاری باز ایجاد شده‌اند با یکدیگر مقایسه و ضمن ادغام موارد مشابه، مقوله‌هایی که به یکدیگر مربوط می‌شوند حول محور مشترکی قرار می‌گیرند. بعد از اینکه مقوله‌های فرعی به دست آمدند این مقولات فرعی در مرحله کدگذاری محوری به ۶ مقوله اصلی منتج شدند. پس از انتزاع مفاهیم از گزاره‌ها، آنها با یکدیگر مقایسه و مفاهیم مرتبط تحت عنوان یک مفهوم کلی‌تر به نام «خودتنظیمی و تأیید اجتماعی دیگری» یکپارچه شدند.

مقولات محوری پژوهش به شرح زیر بوده‌اند:

- ۱- تناسب اندام به مثابه معیار زیبایی
- ۲- انتظارات و زمینه‌های اجتماعی و خانوادگی
- ۳- سلامت و بهبود عملکرد بدن به‌عنوان انگیزه‌های کاهش وزن
- ۴- بازنمایی پارادوکسیکال رسانه‌ای
- ۵- ترجیح و تمایل به اصلاح سبک زندگی و عدم اعتماد به دارو برای کاهش وزن
- ۶- تأیید اجتماعی توسط دیگری و تعبیر و تفسیر آن‌ها

مقولات محوری

تناسب اندام به مثابه معیار زیبایی

در چند دهه اخیر، تناسب اندام به منزله معیار زیبایی اندام مورد توجه دختران و زنان قرار گرفته و اقدام برای رعایت رژیم لاغری جهت دستیابی به تناسب اندام به دغدغه برخی از دختران و زنان ایرانی تبدیل شده است. به نظر می‌رسد که در بسیاری از جوامع، زنان در مقایسه با مردان نسبت به وضعیت زیبایی و ظاهر خود و آنچه به چشم می‌آید دقت نظر بیشتری دارند و حساسیت و توجه بیشتری نشان می‌دهند. این توجه وافر ایشان را و می‌دارد رفتارهایی گاه افراطی را به منظور مقایسه ویژگی‌های بدن خود با الگوهای فرهنگی زیبایی چهره و اندام که در رسانه‌های جمعی و عوامل تبلیغاتی صنعت زیبایی تبلیغ می‌شود، اتخاذ کنند (Rad & Bilan, 2017:362). بر این اساس برخی از زنان در این پژوهش برای دستیابی به تناسب اندام و فرار از چاقی که آن را مغایر با تناسب اندام می‌دانند و به باشگاه‌های بدنسازی مراجعه می‌کنند و باشگاه‌های بدنسازی را به مثابه وسیله‌ای در نظر می‌گیرند که مسیر دستیابی به تناسب اندام را تسریع می‌کند. یکی از مشارکت‌کنندگان اهمیت تناسب و زیبایی را مهم‌تر از بقیه مسائل می‌بیند و ادراک خود را چنین بیان می‌دارد:

«یکی از اهداف اصلی من در انجام ورزش بدنسازی رسیدن به سلامتی و مطمئناً تناسب اندام و زیبایی مد نظرم هست. چیزی که من به آن فکر می‌کنم این هست که خوب بخورم، خوب ورزش کنم. شکم آب شود. شکم چربی‌های غیر مفید بدن هست. همچنین در کنار سلامتی زیبایی هم مهم است. حتی یک جوهرایی زیبایی اهمیتش بیشتره».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان معتقد هست که علاوه بر اینکه تناسب اندام به مثابه معیار زیبایی می‌باشد. دستیابی به تناسب اندام باعث افزایش اعتماد به نفس در زندگی و توجه بیشتر به بدن و مدیریت بدن به حساب می‌آید. این مشارکت‌کننده ادراک خود را چنین بیان می‌کند:

«چاقی یک مشکل بزرگ تو زندگی من بود من همیشه به اندامم و فرم بدنم توجه می‌کردم و نسبت به این قضیه خیلی حساس بودم. خوش‌اندامی اولویت اول زندگیم هست. دوست نداشتم لباس بخرم. اعتماد به نفسم تو لباس پوشیدن از دست دادم دیگه نمی‌توانستم هر چی بخواهم بپوشم و تو آن سه ماهی که فرزندم به دنیا آمد دوستام من رو ندیدن و دوست نداشتم ببینمشون تا زمانی که لاغر شدم».

مشارکت‌کننده دیگری به توجه ویژه نسبت به بدن بعد از کاهش وزن و مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که افرادی که بیشتر به باشگاه‌های بدنسازی مراجعه می‌کنند، تمایل و توجه بیشتری نسبت به بدن خود نشان می‌دهند و این موضوع باعث می‌شود که فرد احساس شادی در زندگی و حساسیت بیشتری به موضوع سلامتی و تندرستی از خود نشان می‌دهد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«به بدنم خیلی توجه خاصی دارم و اهمیت می‌دهم. قبلاً بدنم را دوست نداشتم چون خیلی چاق شده بودم در حد ۲۰ کیلو؛ اما الان که وزن کم کردم از تمام اعضای بدنم تشکر می‌کنم از فرق سر تا نوک پا. بهش توجه می‌کنم و بهم آرامش خاصی می‌دهد شب قبل از خواب از بدنم تشکر می‌کنم و بیشتر فکر سلامتی و تندرستی بدنم هست».

مشارکت‌کننده دیگری اعتقاد دارد که زیبایی یک خانم به تناسب اندام وابسته است و این تناسب اندام بعد از اخلاق رفتاری فرد از جمله مهم‌ترین معیارهای زیبایی او به حساب می‌آید. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«خیلی به بدنم فکر می‌کنم به نظر من زیبایی یک خانم بعد از اخلاق رفتارش، تناسب اندامش هست. من به پوستم خیلی اهمیت می‌دهم و اندامم خیلی درگیرش هستم. دوست دارم متناسب با آناتومی بدنم بهترین باشم».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان هم به موضوع تناسب اندام و معیار زیبایی اشاره می‌کند و معتقد هست که زمانی که فرد تناسب اندام داشته باشد، دیدگاهش نسبت به فرم بدنش متفاوت می‌شود و بیشتر با فرم بدنش ارتباط متقابل برقرار می‌کند و این موضوع باعث می‌شود که فرد هم احساس اعتماد به نفس بیشتری در زندگی داشته باشد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

« فرم بدنم رو دوست دارم در کل بدنم رو هم دوست دارم (آدم تو پری هستم و استخوان‌بندی درشتی دارم) اما تلاش می‌کنم به وزن ایده‌آل نزدیک بشوم و این اضافه وزنم از بین برود و فکر می‌کنم این اضافه وزن یک چیز بدی هست که باید از بین ببرمش. به خاطر اینکه بهتر به نظر برسم زیباتر باشم لباس به تنم قشنگ‌تر بیشینه اعتماد به نفسم بیشتر می‌شود».

انتظارات مهم دیگران

جرج هربرت مید یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازانی است که به جریان اجتماعی شدن و راه‌هایی که تعامل اجتماعی به پرورش درک از خود کمک می‌کند، پرداخته است. مید «خود» را به دو بخش تقسیم می‌کند، «من فاعلی» و «من مفعولی». من فاعلی خصوصیات طبیعی بی‌مانند و خود به خودی شخصیت هر فرد را نشان می‌دهد، خود فاعلی همان شخصیت فردی خود است، برای مثال انگیزه‌ها و تمایلات نامحدود در هر کودک و بچه عادی پیدا می‌شوند. «من مفعولی» جنبه‌های اجتماعی ویژه خود را نشان می‌دهد، درونی کردن خواسته‌های جامعه و آگاهی افراد از این خواسته‌ها. خود مفعولی همان شخصیت اجتماعی او است. این خود مفعولی نیز در اثر ارتباط با دیگران یعنی در جامعه شکل می‌گیرد. پس از نظر مید «من مفعولی» جنبه‌ای از خود است که در پی انطباق با انتظارات دیگران در جامعه است (Ritzer, 2018).

انتظارات و بسترهای اجتماعی و خانوادگی نقش مهمی در شکل دادن به تصاویر شرکت‌کنندگان از بدن آن‌ها داشته است. زنان با استفاده از مقایسه اجتماعی و تعاملات با دیگران برای ارزیابی ظاهر خود بحث کردند. دیدگاه زنان نسبت به بدنشان (و بدن زنان دیگر) تأثیر زیادی بر تفسیر آن‌ها از هنجارهای فرهنگی و خانوادگی، تعامل با زنان دیگر و شرکای جنس مخالف / مردان و عقاید آن‌ها، با نقش‌های اجتماعی گذاشته است. برخی از شرکت‌کنندگان همچنین اظهار می‌داشتند که درک آن‌ها از بدنشان به توانایی آن‌ها در انجام تعهدات و مسئولیت‌های مربوط به نقش آن‌ها است. این زنان توضیح دادند که الگوبرداری از رفتار خوب و همچنین سالم بودن برای مراقبت از آن‌ها مهم است. یکی از مشارکت‌کنندگان از زمینه‌های خانوادگی فراتر می‌رود و به زمینه‌های فرهنگی قومی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که این زمینه فرهنگی تعیین‌کننده فرم بدنی می‌باشد. این مشارکت‌کنندگان نحوه ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند: «معمولاً در فرهنگ جامعه لر خانم‌های توپر و استخوان‌بندی درشت را می‌پسندند، دختر لاغر را دوست ندارند، فکر می‌کنند که مریض هست و یا خدایی نکرده مشکلی دارد».

برخی از مشارکت‌کنندگان اظهار می‌داشتند که ممکن است تصویری که زنان از بدن خود و سایر زنان داشته باشند، بر اساس شرایط خانوادگی متفاوت باشد. زنان بر این باور بودند که زنان تمایل دارند در مورد اندازه و شکل بدن خود در رابطه با سایر اعضای خانواده خود مباحثه و گفتگو کنند. یکی از مشارکت‌کنندگان بستر خانواده را به مثابه امر مهمی

تلقی می‌کند که با فرایند چاقی پیوند ناگسستنی دارد. این مشارکت‌کننده به این صورت اظهار نظر می‌کند:

«اگر مادر شما چاق باشد قابل قبول است، چاق باشید؛ و معمولاً، بیشتر مادران، خاله‌ها و عمه‌ها، همه چاق هستند. مادرم آشپزی می‌کند و ما غذا می‌خوریم. واقعاً غذای اضافی باقی نمی‌مونه؛ و این شرایط را مهیا می‌کند که بیشتر چاق بشیم.»

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان هم به شرایط خانوادگی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که هنجار و ارزش‌های خانواده بر مبنای چاقی می‌باشد و در این بستر لاغری امری رایج و متداول نیست. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«وقتی چاق شده بودم پدر و مادرم می‌گفت خوبی و ایده‌آل هستی و اضافه وزن ندارید، تازه خوب شدید و وقتی لاغر کردم می‌گفتند مریض می‌شی، موهات می‌ریزه و پوستت چروک می‌شه.»

در ادامه این مشارکت‌کننده به ژنتیک خانوادگی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که بستر خانواده که استعداد و ژنتیک چاقی در آن وجود دارد، تسریع‌کننده فرایند چاقی هست.

«ما به لحاظ ژنتیکی زمینه چاقی را داریم تو خانواده ما، مادرم، خواهرم، برادرم چاق هستند؛ و خانواده مادری من استعداد چاقی را دارند که باید خیلی مواظب باشیم و حواسمون به همه چی باشد. متأسفانه دیدگاه خانواده این هست "شکم که بوستون بود رنگ گلستان بود" دیدگاه کلی‌شان این هست که چاقی و اضافه وزن طبیعی به قول خودشان شکمشان گوشتی است.»

توانمندسازی بدن

اکثر مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند سلامتی اولین دلیل آن‌ها برای کاهش وزن است و برای پیشگیری از بیماری‌ها به سمت ورزش بدنسازی رفته‌اند و یکی از اصلی‌ترین دلایل مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی منوط به سلامتی خود بیان کرده‌اند. بسیاری از مشارکت‌کنندگان بیماری‌های مزمن پزشکی (به‌عنوان مثال دیابت، فشارخون بالا بیماری قلبی و دردهای مزمن) را به مثابه عاملی در نظر گرفته‌اند که باعث تسریع روند مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی شده است. بر این اساس می‌توان گفت که مشارکت‌کنندگان با توجه به آگاهی و اطلاعاتی که در مورد اثرات منفی چاقی داشته‌اند و اینکه به این درک رسیده‌اند که چاقی مسبب انواع بیماری‌ها می‌باشد به سمت کاهش وزن تمایل پیدا

کرده‌اند و برای کاهش وزن، انجام ورزش‌های بدنسازی و مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی را انتخاب کرده‌اند.

یکی از مشارکت‌کنندگان معتقد هست که در مورد چاقی و پیامدهای آن اطلاعات کافی دارد و این چاقی باعث انواع بیماری‌ها می‌شود و عامل اصلی فشار خون و دیابت و کلسترول می‌باشد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«می‌دانم این افزایش وزن باعث به وجود آمدن فشار خون و دیابت و کلسترول می‌شود. همچنین تجربه خانوادگی که داشتیم باعث شده از نزدیک ببینیم همه عمه‌ها هم خاطر اضافه وزن پا درد، زانو درد دارند. وقتی به دکتر مراجعه می‌کنم می‌گویند وزنتان را باید کم کنید یا می‌گویند به خاطر چربی‌های شکمی هست. خاله‌ها هم کمر درد دارند و این باعث شده خیلی حواسم به خودم باشه».

مشارکت‌کننده دیگری هم اعتقاد دارد که چاقی مسبب و عامل اصلی خیلی از بیماری‌ها می‌باشد و در این وضعیت که ویروس کرونا همه‌گیر شده است، این گروه هم بیشتر در تیرس این ویروس قرار دارند و میزان بیماری این افراد بیشتر از سایر گروه‌ها می‌باشد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«چاقی باعث به وجود آمدن همه مریضی‌ها می‌شود. الان تو دوران کرونا مشخص شده که چاق‌ها بیشتر کرونا می‌گیرند. از لحاظ روحی و جسمی آسیب‌های زیادی به بدن می‌زنند مثلاً خواهرم دچار افسردگی و انزوای اجتماعی شده بود دوست نداشت جای برود. اعتماد به نفسش آمده بود پائین. برای خانم‌ها اگر ورزش نکنند باعث پوکی استخوان می‌شود چون استخوان‌هاشون تحلیل می‌رود».

همچنین مشارکت‌کنندگان به پیامدهای زیاد و گستردگی زیاد این پیامدها اشاره می‌کند. برخی از مشارکت‌کنندگان به پیامدهای جسمی و برخی دیگر به پیامدهای روحی و روانی چاقی و اضافه وزن اشاره می‌کند. یکی از مشارکت‌کنندگان به عدم بارداری زنان به‌عنوان یکی از پیامدهای چاقی اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده اعتقاد دارد که:

«کسانی که چاق‌تر هستند بیشتر درگیر بیماری هستند مثلاً دیدم خانمی که به خاطر چاقی نمی‌توانست باردار بشود. افراد چاق به خاطر اینکه سیستم ایمنی بدنشان پائین‌تر هست بیشتر درگیر بیماری قلبی عروقی دیابت ... می‌شوند».

یکی از مشارکت‌کنندگان به انواع بیماری‌های قلبی و دیابت اشاره می‌کند و این بیماری‌ها را هشدار می‌داند که بیشتر مواظب بدنش است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«چاقی باعث دیابت می‌شود و بیماری‌های قلبی و چون تو خانواده پدریم همه درگیر این بیماری هستند من خیلی حواسم هست و باعث شده بیشتر به سلامتیتم فکر کنم و وزنم را کنترل کنم».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان به این صورت ادراک خود را بیان می‌کند:
 «چاقی برای خانم‌های جنبه روحی و جسمانی دارد جنبه روحیش می‌تواند کاهش اعتماد به نفس، حضور نداشتن در اجتماع، افسردگی، جنبه جسمانی بیماری‌های قلبی عروقی، مشکلات هورمونی (رحم و تخمدان)».

دوگانگی بازنمایی رسانه‌ای

در گسترش فرهنگ بدن و آنچه مدیریت بدن خوانده می‌شود، رسانه‌ها نقش تعیین کننده دارند. تصور افراد از بدن ایده‌آل اغلب متکی به تصاویر رسانه‌ای است. سائوکو در این زمینه اعتقاد دارد که بسیاری از بی‌اشتهایی‌ها و اختلالات غذایی ناشی از تصاویر رسانه‌ای است که بدن‌ها لاغر را به شکلی ایده‌آل در معرض تماشا می‌گذارند و بیشتر این نوع فرم‌های بدنی را مورد بازنمایی قرار می‌دهند (Saukko, 2008:43). در این رابطه سالامون و براون (Salomon & Brown, 2018)، با بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مدیریت بدن نشان می‌دهند که استفاده از این رسانه‌های مجازی برای نقد خود به احساس نارضایتی بیشتری از بدن در بین جوانان می‌انجامد و در نتیجه افراد نظارت بر بدن را افزایش می‌دهند، رفتاری که در بین دختران از پسران شایع‌تر است. طبق تجربیات و ادراک مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت که رسانه‌ها و به خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی به مثابه فضای مبدل گشته‌اند که تناقض‌ها و تضادهای زیادی برای نوع مدیریت بدن و نوع فرم بدن و اینکه چه تعریفی از چاقی و تناسب اندام در جوامع شکل گیرد به شدت اثرگذار هستند و فرم‌های بدنی مختلفی را مورد بازنمایی قرار می‌دهند که از نظر مشارکت‌کنندگان در خیلی از این موارد نکات مثبت و در موارد دیگر به نکات و پیام‌های منفی اشاره می‌کند و افراد را در دو راهه‌های مختلف و بسترهای چالش‌آمیز مختلف قرار می‌دهند و در این شرایط تصمیم‌گیری بی‌نهایت سخت می‌شود و انتخاب یک فرم بدنی مطلوب هم بی‌نهایت سخت خواهد شد. یکی از مشارکت‌کنندگان به صورت مفصل ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«من بیشتر پیچ‌ها لباس مد، بلاگرها و اینفلونسرها را دارم و خیلی پیگیری می‌کنم غذاهای آن‌ها را می‌بینم لباس‌هاشون می‌بینم اندامشون می‌بینم و تغذیوشون بررسی

می‌کنم این باعث شده حس بدی نسبت به خودم داشته باشم و خودمو با آنها مقایسه می‌کنم که چقدر آنها خوش‌هیكل و خوش‌اندام هستند و باعث ناامیدیم می‌شود در واقع بلاگرها هم تأثیر مثبت بر روی من گذاشته‌اند و هم تأثیر منفی. یک بلاگر هست به نام اشیگرام که باعث شده بدنم را همین جوری که هست دوست داشته باشم و بپذیرم و در واقع نشون می‌دهد با تلاش و در نظر گرفتن استایل بدن خودت می‌توانی به فرم ایده‌آل برسی و باعث افزایش اعتماد به نفس فرد می‌شود و باعث می‌شود و بدن خودتو همون جوری که هست با ترک چاقی که داری بپذیری و دوست داشته باشی و این بلاگرهایی که می‌بینی هستند مشکلی مثل تو دارند به این نتیجه می‌رسند که دیگران این معضلات دارند ولی دارن با آن کنار می‌آیند و سعی می‌کنند بهترش کنند ولی بعضی از بلاگرها رو می‌بینی فکر می‌کنی همه مردم دنیا اینجوری هستند لاغر، خوش‌اندام و فقط خودت جدا مانده‌ای و تو هستی که این هیكل را داری و فکر می‌کنی مشکل از خودت هست».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان نیز به اثرات هم‌زمان مثبت و منفی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره می‌کند و اثرات مثبت را به مثابه تسریع‌کننده انگیزه فرد برای انجام مستمر ورزش بدنسازی و مدیریت مطلوب بدن می‌داند و از سوی دیگر اثر منفی این شبکه‌ها به این برمی‌گردد که واقعیت‌ها را مورد بازنمایی قرار نمی‌دهند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«شبکه‌های اجتماعی هم می‌توانند اثرات مثبتی داشته باشند و هم اثرات منفی. من بیشتر به بعد مثبت آن‌ها توجه می‌کنم خودم پیچ فیت نس‌ها و باشگاه‌ها رو دنبال می‌کنم که چی کار می‌کنند و اندامشون را می‌بینم و انگیزه می‌گیرم که من هم می‌توانم. ورزش‌های که انجام می‌دهند تلاش مستمر و مداومشون می‌بینم که ناامید نمی‌شوند و به تلاششون ادامه می‌دهند و اینکه شدنی هست همین‌طوری که بقیه توانستند منم هم می‌توانم. در کل فقط اینستا کل واقعیت نمایش نمی‌دهد و واقعاً دنیای مجازی و غیر واقعی در مقابل اثرات دنیای واقعی چند برابر بیشتر هستند».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان در مورد فضای مجازی معتقد است که در شبکه‌های اجتماعی مجازی و به خصوص اینستاگرام صفحات زیادی در مورد نحوه حرکات ورزش بدنسازی وجود دارد و در این صفحات به آموزش این حرکات ورزشی پرداخته شده است، اما در این فضا، فرم‌های بدنی زیادی مورد بازنمایی قرار می‌گیرد که تفاوت‌های زیادی با نوع ایده‌آل فرم بدنی که مد نظر من هست وجود دارد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«در اینستا پیج باشگاه‌های زیادی دارم که ببینم چه حرکتی باید انجام بدهم برای اندام بدن. ولی بیشتر دنبال دنیای واقعی هستم. گاهی اوقات خودم را با مدل‌ها مقایسه می‌کنم اما بعدش می‌گم استایل بدن من با آنها فرق داره. بیشتر دنبال مدل لباس‌ها هستم.»

مشارکت‌کننده دیگری اعتقاد دارد که اطلاعاتی که در این فضا و در شبکه‌های اجتماعی مجازی رد و بدل می‌شود با واقعیت‌های موجود فرسنگ‌ها فاصله دارد و به خاطر همین در این زمینه تلاش می‌کند به منابع موثقی‌تری رجوع کند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«فضای اینستا و واتساپ برام صد در صد نیستند چون حس می‌کنم اطلاعاتی که در آنها رد و بدل می‌شود دور از واقعیت و به دنبال منبع‌های واقعی‌تر هستم و از آنها استفاده می‌کنم.»

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان به تأثیرات زیاد این شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که زمانی با بازنمایی انواع فرم‌های بدنی در صفحات مختلف فضای مجازی مواجه می‌شود باعث انگیزه و تحریک بیشتر می‌شود و باعث می‌شود که مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی افزایش پیدا کند و از سوی دیگر می‌تواند در این فضا با مربیان و افراد حرفه‌ای در ارتباط باشد و تا برنامه‌های تغذیه‌ای مناسب‌تری برای کاهش وزن انتخاب کند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«خیلی زیاد تأثیر دارد و من الان بک گراند گویشیم چیزی هست که وقتی می‌بینمش تحریک بشوم و انگیزه بگیرم. در اینستاگرام هم دنبال پیج‌هایی هستم که دوست دارم دنبال فیت‌نس و مربی‌های حرفه‌ای و با تجربه هستم و دنبال ورزشکارهای حرفه‌ای نوع برنامه‌ها و تغذیه‌ها هستم و این باعث تحریک و انگیزه من می‌شود.»

اولویت سبک زندگی بر دارو

مشارکت‌کنندگان ابراز علاقه نسبت به برنامه‌های کاهش وزن مبتنی بر انجام انواع ورزش‌های بدنسازی را داشتند و باشگاه‌های بدنسازی را به مثابه مکانی در نظر می‌گرفتند که در این مکان امکان اینکه با سایر زنان باشند، فراهم می‌شود و می‌توانند با یکدیگر ملاقات کنند و مهارت‌های آشپزی و خوردن سالم به همراه افزایش فعالیت بدنی منظم و تغییر سبک زندگی سالم را بیاموزند. آن‌ها همچنین درباره برنامه‌های ورزشی حرف می‌زنند و اعتقاد داشتند که در این مکان به انواع زیادی از مهارت‌ها آشنا شده‌اند. از سوی

دیگر آن‌ها به‌طور کلی مخالف رژیم‌های غذایی زود هنگام بودند و این را دریافتند که کاهش وزن زمان و تلاش نسبتاً زیادی را می‌برد؛ بنابراین ترجیح آن‌ها برای برنامه کاهش وزن بلندمدت و حداقل یک ساله بوده است. آن‌ها این داروهای کاهش وزن را تحت عنوان «غیر طبیعی» به حساب می‌آوردند. همچنین نسبت به عوارض جانبی این داروها و عوارض پیش‌بینی نشده داروها بی‌اعتماد بودند. بسیاری از زنان نیز نگران وابسته شدن به این داروها بوده‌اند.

یکی از مشارکت‌کنندگان به درمان سریع نسبت به چاقی توسط متخصص و فرد مبتلا به چاقی اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده‌ها ادراک خود را بدین شکل بیان می‌کند: «فقط یک نکته در جامعه و در نزد برخی از متخصصان وجود دارد، همه دنبال راه حل‌های سریع و فوری هستند مثل کوچک کردن معده و پیکرتراشی که متأسفانه عوارض زیادی دارد. دنبال ورزش مداوم و پیوسته نیستند؛ و اینکه همه باید آن هیکل و فرم بدنشون را بپذیرند و خودشون دوست داشته باشند و برای سلامتی‌شون ورزش کنند و به فکر تغذی‌شون باشند».

یکی از مشارکت‌کنندگان به الکترودرمانی به مثابه یکی از روش‌های کنترل چاقی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که بعد از مدتی به سراغ انجام ورزش‌هایی برای کنترل چاقی مراجعه کرده است. این مشارکت‌کننده به این صورت اظهار نظر می‌کند:

«زمانی که راهنمایی بودم خیلی چاق شدم الکترودرمانی رفتم ولی بعدش من سعی کردم هر روز برنامه ورزشیم داشته باشم یوگا، پیاده‌روی و بدنسازی رفتم».

یکی از مشارکت‌کنندگان به‌عنوان رژیم‌های غذایی که زیر نظر متخصصان این امر انجام داده است به مثابه درمان چاقی اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده تجربه زیسته خود را به این صورت شرح می‌دهد:

«یک دوره رژیم کتوژنیک گرفتم که راضی نبودم و این نوع رژیم مواد نشاسته‌ای و قندی ندارد فقط مواد چربی پروتئینی مشخصی هست، تو این دوره می‌تونستم کلی مواد چربی بخورم یک عالمه کره بخورم، روغن حیوانی مصرف کنم و این حجم زیاد مصرف چربی حس خوبی به من نمی‌داد حالم خوب نبود (احساس شادی و سبکی و لذتی که بعد از غذا می‌خوری نداشتم و احساس سنگینی می‌کردم از نوع غذاها بوی غذاها خوشم نمی‌آمد) اما کاهش وزن داشتم و رژیمم را عوض کردم و رژیم جدیدم اسمش روزه دوره‌ای هست یک زمانی در روز می‌تونی غذا مصرف کنی محدودیت نوع غذایی نداری ولی محدودیت ساعتی داری ۱۶ ساعت غذا نمی‌خوری ۸ ساعت غذا می‌خوری».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان که خودش از مربیان ورزش بدنسازی می‌باشد اعتقاد دارد که در برخی از مواقع خانم‌هایی که به باشگاه‌های بدنسازی مراجعه می‌کنند در وهله اول تمایل دارند که خود را با دیگران مقایسه کنند، اما به این افراد یادآور می‌شوم که به دنبال سبک زندگی سالم باشند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«خانم‌ها گاهی اوقات حتی خودشون را با دیگران مقایسه می‌کنند. من به هنرجو هام می‌گویم سبک زندگیشان را سالم کنند و مهم است که بدن سالم و قوی داشته باشند و سعی می‌کنم دیدگاهشان را اصلاح کنم و امروزه اولویت اول بیشتر خانم‌ها خوش‌اندامی شده.»

تأیید اجتماعی دیگری

زنان سعی می‌کنند که تأیید اجتماعی دیگری را به دست بیاورند. این دیگری هم می‌تواند جنس مخالف به‌عنوان شریک زندگی باشد و همجنس موافق و سایر زنانی باشد که می‌تواند تسریع‌کننده جایگاه فرد در بین این گروه باشد. از سوی دیگر زنان پیام‌ها و واکنش‌های دیگران را تعبیر یا تفسیر به رأی می‌کند و آنچه را که دوست دارند از آن برداشت می‌کنند. از سوی دیگر زنان در برخی موقعیت‌ها سعی می‌کنند بیشتر دریافت‌کننده پیام‌های دیگران باشد و در این وضعیت عینیت بخشیدن به زنان و اظهار نظر درباره بدن آن‌ها به‌عنوان یک رفتار طبیعی، حتی مورد انتظار مردان پذیرفته شود، به چالش کشیدن و شروع تغییر دشوار است. با پذیرش عینیت به‌عنوان «امر طبیعی»، زنان ممکن است احساس عاملیت خود را کاهش دهند و آسیب‌پذیر در برابر نظرات مردان باشند. آسیب‌پذیری زنان در برابر اظهار نظرهای دیگران ممکن است ناشی از تمایل آن‌ها برای تأیید اجتماعی و ارزشی باشد که برای روابط فردی برای رشد و توسعه خود قائل هستند. بعلاوه، نظرات مردان پیام‌های فرهنگی - اجتماعی موجود را تداوم می‌بخشند. یافته‌ها نشان می‌دهد که با انتقال پیام‌های فرهنگی اجتماعی، فشار اجتماعی موجود برای بدن زنان را تقویت می‌کنند تا راه خاصی برای اظهار نظر در مورد بدن دیگری باشد. همان‌طور که در نقل قول بعدی نشان داده شده است، نظرات شریک زندگی مشترک، در مورد بدن زنان نیز می‌تواند به‌عنوان نوعی کنترل اجتماعی تفسیر شود. یک نظر بالقوه خیرخواهانه که نشان می‌دهد فعالیت بدنی به دلایل سلامتی به‌عنوان بخشی از تأثیر خارجی بر توانایی و انگیزه این زن در کنترل وزن خود تفسیر شده است.

تفسیر مجدد در یک زمینه مثبت ممکن است فرصتی را برای زنان فراهم کند تا احساس عاملیت داشته باشند و در برابر پیام‌های منفی مقاومت کنند و یک محیط حمایت‌کننده‌تری برای ایجاد تصویر بدنی مثبت ایجاد کنند. با این حال، در حالی که زنان چنین نظراتی را تفسیر می‌کنند و به مثابه پیام‌های دلسوزانه و دوستانه، تلقی می‌کنند، وقتی با دقت بیشتری مورد بررسی قرار می‌گیرند، این اظهار نظرها را می‌توان به‌عنوان اشکال مختلف کنترل اجتماعی برای حفظ وضع موجود نیز تعبیر کرد. به معنای تأثیرگذاری بر دیگران، نظارت بر پیشرفت و کنترل یکدیگر و تلاش برای کسب تأیید اجتماعی است. در میان خود، زنان نیز خود پیام‌های اجتماعی - فرهنگی را در مورد بدن خود پذیرفته و آن را تقویت می‌کنند. زنان در این مطالعه بیشتر در مورد تأثیر خواهران، دوستان و همکاران صحبت می‌کردند.

یکی از مشارکت‌کنندگان به افکار عمومی جامعه و نگرش عامه مردم در جامعه نسبت به افراد چاق اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که افراد چاق با کلیشه‌هایی مثل تنبل، شلخته و عدم موفق شناخته می‌شوند. این مشارکت‌کننده نظر خود را به این شکل بیان می‌کند:

«جامعه فکر می‌کند کسانی که دارای اضافه وزن هستند به خودشان نمی‌رسند تنبل هستند شلخته هستند و در جامعه و زندگی موفق نیستند کسانی که اندام متناسبی دارند بدون هیچ دستاوردی به موفقیت می‌رسند و افراد فکر می‌کنند در جامعه موفق‌تر هستند». یکی از مشارکت‌کنندگان به تأیید اجتماعی جنس مخالف و اهمیت آن اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده نظر خود را به این نحو بیان می‌کند:

«در حد جمله‌های کوتاه که به من می‌گفتند تپل شدی. برای من مهم بود که اینکه، من را بعد از مدت‌ها می‌خواهد ببینم، به من میگه تپل شدی یا لاغر شدی؛ کمی ناراحت می‌شدم».

یکی از مشارکت‌کنندگان به واکنش‌های همسرش به‌عنوان شریک زندگی‌اش اشاره می‌کند و معتقد است که در مقابل اظهار نظرهای همسرش در وهله اول واکنش‌هایی منفی نشان داده و اعتقاد دارد که بعد از درگیری با اضافه وزن متوجه اظهار نظر درست همسرش شده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

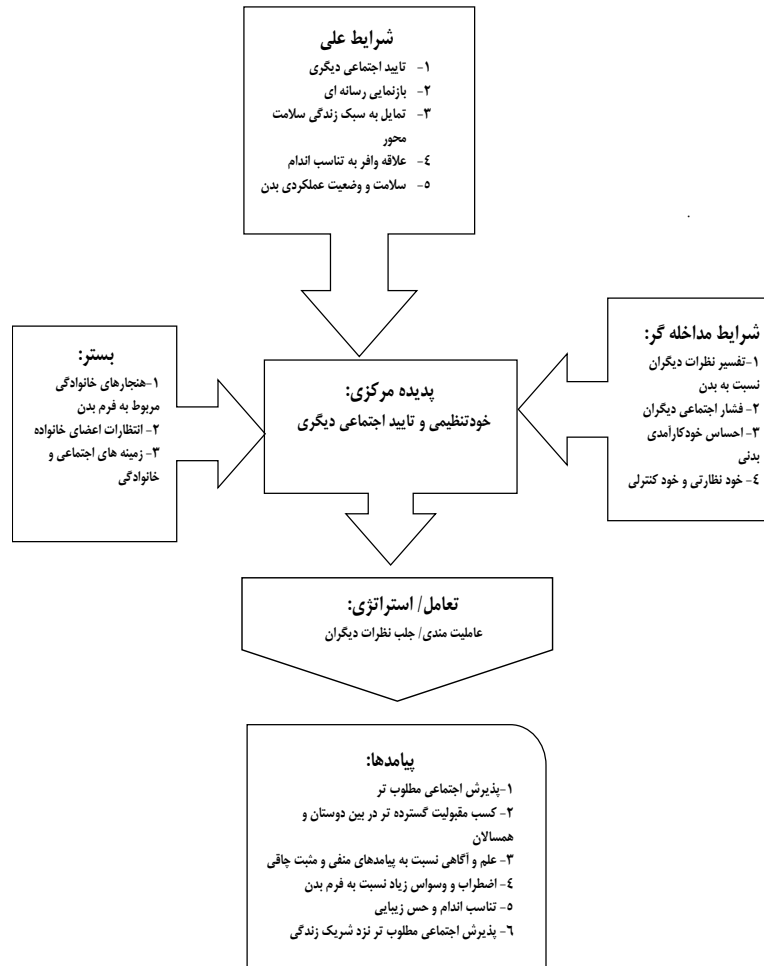
«همسرم از اول مخالف چاقی من بود و واکنش نشان می‌داد می‌گفت داری وزن اضافه می‌کنی و هیکتل دارد به هم می‌ریزد و دیگر بر نمی‌گردد به قبل. اوایل نمی‌پذیرفتم و با آن برخورد می‌کردم اما بعدش دیدم درست می‌گوید و حق با او هست. حتی تو روابط زناشویی تأثیر گذاشته بود اکثراً تو خونه دعوا می‌کردم و من قهر می‌کردم».

یکی از مشارکت‌کنندگان به ارتباط مطلوب با جنس مخالف اشاره می‌کند و به مثابه عاملی در نظر می‌گیرد که این روابط را بهبود می‌دهد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«در ارتباط با آقایون این قضیه خیلی تأثیر دارد به خاطر هیکل خوبم بوده، چون برجستگی دارم. یک جاهای دوست داشتم این چربی نباشد چون احساس می‌کردم در مقابل آقایان اعتماد به نفسم را می‌گیرد. گاهی دوست ندارم برم پارتنی، زمانی که شکم دارم اما زمانی که شکم ندارم دوست دارم برم و لباس قشنگ بپوشم. این قضایا تو ذهنم هست و نمی‌شود کتمان کنم».

مقوله هسته و مدل پارادایمی

همان‌گونه که در مدل نیز اشاره شده است، مقوله هسته یا پدیده مرکزی عبارت است از خودتنظیمی و تأیید اجتماعی دیگری می‌باشد. بر این اساس می‌توان اشاره کرد که مشارکت‌کنندگان تلفیقی از کنشگری و عاملیت‌مندی و جلب نظر دیگران را مد نظر قرار داده‌اند؛ یعنی می‌توان اهداف زنان چاق و اضافه وزن را به همین دو موضوع یعنی سلامت فردی و دستیابی به تناسب اندام و تلاش در جهت بهبود سلامت عملکردی بدن ربط داد که این موارد را می‌توان تحت عنوان کنشگری فردی قرار داد؛ چرا که در این موارد فرد بیشتر به اختیار و با توجه به بستر جامعه و جلب نظرات فردی تلاش می‌کند و در این تلاش رضایت کامل‌تری دارد، چرا که در فرد این حس وجود دارد که تلاشش در جهت بهبود وضعیت خودش هست و در این زمینه تلاش‌های بیشتری هم انجام می‌دهد و رضایت کاملی هم از وضعیت دارد. قسمت دوم مقوله هسته که موضوع و عامل دوم در مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی هم می‌باشد، تلاش در جهت تأیید اجتماعی به وسیله دیگران می‌باشد، یعنی اینکه فرد تلاش می‌کند به صورت مطلوب‌تر در نزد دیگران مورد پذیرش قرار گیرد و مطلوبیت اجتماعی بالاتری از خود در بین دوستان و همسالان و به خصوص شریک زندگی خود نشان دهد. در این وضعیت فرد بیشتر تلاش می‌کند تا نظرات دیگران را جلب کنند و چندان اهمیتی به نظرات و دیدگاه‌های خود در مورد تناسب اندام و فرم بدنی نمی‌دهد. بر این اساس فرد در این وضعیت کنشگری خود را از دست می‌دهد یا کمتر در وضعیت کنشگری قرار دارد، بلکه سعی می‌کند با پذیرش و تأیید اجتماعی توسط دیگری، نظرات دیگران را بیشتر اهمیت دهد و در دستیابی به این نظرات و به خصوص شریک زندگی تلاش می‌کند.



شکل ۱: مدل پارادایمی پژوهش

بحث و نتیجه گیری

در جامعه امروز که زنان اهمیت زیادی به تناسب اندام و برازندگی می دهند و همواره توسط دیگران قضاوت و ارزش گذاری می شوند، توجه به قیافه و ظاهر اهمیت فزاینده ای پیدا کرده است؛ در واقع، زیبایی ظاهر خصیصه ای است که بهره مندی از آن امتیاز بزرگی

محسوب می‌شود. زنان با مدیریت بدن و ورزش به نظارت بدن و شرم بدن ناشی از تطابق نداشتن با معیارهای فرهنگی بدن مطلوب، واکنش نشان می‌دهند؛ در واقع، برآوردن هنجارهای مورد انتظار جامعه درباره زیبایی و ظاهر برازنده موجب توجه فزاینده زنان به بدن می‌شود؛ و در این بین آنچه از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد، مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی برای مدیریت بدن و دستیابی به تناسب اندام می‌باشد. بر این اساس نتایج پژوهش منجر به مدل پارادایمی زیر شده‌اند که به تفکیک به شرایط علی، بستر و شرایط مداخله‌گر اشاره شده است. همچنین به استراتژی‌های مشارکت‌کنندگان و پیامدها هم پرداخته شده است.

از جمله شرایط علی می‌توان به دوگانگی بازنمایی رسانه‌ها اشاره کرد. در این وضعیت و با توجه به گستردگی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی، این بازنمایی، از جمله اصلی‌ترین رسالت این شبکه‌ها و رسانه‌ها می‌باشد. در تحقیق احسانی و شمسی‌پور (۱۳۸۴)، راد و بیلان (۱۳۹۴) و محسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)، هم به این نتیجه رسیدند که رسانه‌ها به شدت بر فرم بدنی و نوع مدیریت بدن اثرگذار می‌باشد. تناسب اندام از جمله موارد دیگری می‌باشد که این مشارکت‌کنندگان اشاره کرده‌اند و تناسب اندام را به مثابه یکی از اصلی‌ترین معیارهای زیبایی در نظر گرفته‌اند و یکی از اصلی‌ترین دلایل مراجعه به باشگاه‌های بدنسازی را همین امر یعنی دستیابی به تناسب اندام بیان کرده‌اند. در پژوهش اسچوی و همکاران (۲۰۱۷) و راد و بیلان (۱۳۹۴)، هم به تناسب اندام به مثابه یکی از معیارهای زیبایی زنان اشاره شده است و هم‌راستا با نتایج این پژوهش می‌باشد. از جمله شرایط علی دیگر می‌توان به تأیید اجتماعی به وسیله دیگران و به خصوص شریک زندگی اشاره کرد که این موضوع در بین زنان این پژوهش هم برجسته می‌باشد. در پژوهش آلواردو و همکاران (۲۰۱۵)، نیز به این شرایط پرداخته شده است.

در مورد راهبرد و استراتژی مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت که اکثریت این مشارکت‌کنندگان دو راهبرد به کار برده‌اند. راهبرد اول مشارکت‌کنندگان کنشگری و عاملیت‌مندی بوده است. این استراتژی به نوعی نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان در آن وضعیت از نوع فرم بدنی و وزن خود رضایت دارند و در این زمینه بیشتر تلاش می‌کند تا آنچه را که خودشان دوست دارند دست پیدا کند. برای این گروه چند مورد از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد، تناسب اندام، سلامت فردی، عملکرد مطلوب‌تر بدن و ...؛ یعنی اینکه فرد در این راهبرد حداکثر تلاش خود را در جهت برآورده ساختن اهداف و چشم‌اندازی پیش‌بینی شده فردی انجام می‌دهد. راهبرد دیگر مشارکت‌کنندگان، راهبرد

جلب نظرات دیگران بوده است. در این راهبرد حداکثر تلاش فرد جلب نظرات دیگران و پذیرش و مطلوبی فرم بدنی او در نظر دیگران و به خصوص شریک زندگی فرد بوده است. واکاوی داده‌ها نشان داد که روش‌های تفسیر، تلفیق و مقاومت در برابر فرهنگ اجتماعی در شکل‌گیری تصویر بدن از زنان، نگرش نسبت به چاقی را روشن می‌سازد. از دیدگاه این زنان، تصویر بدن سازه ایستایی نیست، بلکه دارای عناصر متعددی است، پویا و متغیر است. به نظر می‌رسد این نمایشگر «سیال» تصویر بدن در تجارب و درک زنان از این تجربیات نهفته است. روایت‌های زنان چندین مضمون مشترک را نشان می‌دهد که متن فرهنگی و اجتماعی متقابل تصویر بدن را نشان می‌دهد. با این حال، زنان ممکن است پیام‌های فرهنگی - اجتماعی را که توسط کسانی که با آن‌ها رابطه دارند به آن‌ها منتقل می‌شود، دوباره تفسیر کنند. تفسیر مجدد در یک زمینه مثبت‌تر ممکن است فرصتی را برای زنان فراهم کند که احساس عاملیت کنند و در برابر پیام‌های منفی مقاومت کنند.

مشارکت‌کنندگان به پیامدهای زیاد این موضوع یعنی خود تنظیمی و تأیید اجتماعی توسط دیگری که پدیده مرکزی پژوهش بوده است، اشاره کرده‌اند. قابل ذکر هست که از نظر این مشارکت‌کنندگان برخی از این پیامدها مثبت و برخی از این پیامدها منفی می‌باشند، اما آنچه از اهمیت برخوردار می‌باشد این مشارکت‌کنندگان با وجود این پیامدها اعم از منفی و مثبت این شیوه زندگی را به مثابه شیوه زیست خود برگزیده‌اند و تمایل داشته‌اند در این شیوه زیست باقی بمانند و زیست‌جهان خود را با وجود این پیامدها، دوست داشته‌اند. برخی از این پیامدها عبارت‌اند از: پذیرش اجتماعی مطلوب‌تر، کسب مقبولیت گسترده‌تر در بین دوستان و همسالان، علم و آگاهی نسبت به پیامدهای منفی و مثبت چاقی، اضطراب و وسواس زیاد نسبت به فرم بدن، تناسب اندام و حس زیبایی و پذیرش اجتماعی مطلوب‌تر نزد شریک زندگی.

Reference:

- Alvarado, M., Murphy, M. M., &Guell, C. (2015). "Barriers and facilitators to physical activity amongst overweight and obese women in an Afro-Caribbean population: A qualitative study", *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1), 1-12.
- Brewis, A. A. (2014). "Stigma and the perpetuation of obesity", *Social Science & Medicine*, 118, 152-158.
- Cash, T. F. (2004). *Body image: Past, present, and future*. *Body Image*, 1, 1- 5.
- Ehsani, M. & Shamsipoor, S. (2005). "A survey of customers' opinions of women's gym in Isfahan", *Harakat Magazine*, pp: 149-135. (Persian).
- Franco, J. (2008). "Extreme Makeover: The Politics of Gender, Class, and Cultural Identity", *Television &New Media*, Vol: 9, No: 6, 471-468.
- Hassanipour, S., Fath Alipour, M., Daryabeigi Khutbehsara, R. and Soheili Azad, A. (2016). "Study of overweight and obesity in medical students in Tehran in 2015", *Tanin Salamat Journal*, 4 (4): pp:45-40. (Persian)
- Heidari Cherodeh, M and Kermani, M (2011). "The Relationship between Aesthetic Beliefs and Mental Image of Body and How to Manage Appearance in the Study Youth: 18 to 30-year-old youth living in Mashhad", *Iranian Journal of Social Studies* (4). (Persian).
- Luszczynska, A., Sobczyk, A., & Abraham, C. (2007). "Planning to lose weight: Randomized controlled trial of an implementation intention prompt to enhance weight reduction among overweight and obese women", *Health Psychology*, 26(4), 507.
- Mohsenzadeh, R., Atabak, M. and Arabpour, E. (2016). "Representation of identity through body in bodybuilding clubs in Tehran" (Case study of five bodybuilding clubs in Tehran)", *Cultural Studies and Communication*, 11 (39): pp: 60-37. (Persian)
- Nowruzi, A., Maleki, A., Parsamehr, M. and Ghasemi, H. (2019). "Investigating the effect of body image and body

management on women's sports participation in Ilam province", *Applied Sociology*, 29 (4): pp: 122-99.

Parsamehr, M. & Nikonejad, M. & Madahi, J. & Karimi, Y. (2015). "Investigating the factors related to body image dissatisfaction among bodybuilding athletes in Yazd", *Strategic Studies of Sports and Youth*, 15: pp: 108-99. (Persian).

Poundehnejadan, A, Attari, Y. and Dardaneh, H. (2019). "Predicting quality of life based on conscious eating mediated by body image and eating behaviors in overweight and obese - married women", *Journal of Culture of Counseling and Psychotherapy*, 9 (34): PP:170-141. (Persian).

Rad, Fand Bilan, G. (2016). "Assessing the social factors related to the tendency towards body beauty ideals among women in Tabriz, *Women in Development and Politics*", 14 (3): pp:378-361. (Persian).

Rostami, N. and Rad, F. (2020). "Sociological Explanation of Body Management among Female Athletes", *Social Psychological Studies of Women*, 17 (1): pp: 94-63. (Persian).

Salomon, I., & Brown, C. S. (2019). "The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image", *The Journal of Early Adolescence*, 39(4), 539-560.

Saukko, P. (2008). "I Feel Ridiculous about Having Had It Critical Readings of Lived and Mediated Stories on Eating Disorders", In *Critical Bodies* (pp. 43-59). Palgrave Macmillan, London.

Schvey, N. A., Sbrocco, T., Bakalar, J. L., Ress, R., Barmine, M., Gorlick, J., ... & Tanofsky-Kraff, M. (2017). "The experience of weight stigma among gym members with overweight and obesity", *Stigma and Health*, 2(4), 292.

Shahbazi, M., Choobineh, S. and Ezzati, R. (2020). "Psychological pathology and the prevalence of sports supplement use in female athletes", *Sports Psychology Studies*, 8 (30): pp: 76-57. (Persian).

Strauss, A. & Corbin, J. (2013). "Fundamentals of Qualitative Research, Techniques and Stages of Production of Background

Theory”, translated by Ebrahim Afshar, Tehran: Ney Publishing. (Persian).

Vaidya, V. (2006). Psychosocial aspects of obesity. In V. Vaidya (Eds). Health and Treatment Strategies in Obesity. (pp. 73-85). Basel Press.

Wang, S. S., Brownell, K. D., & Wadden, T. A. (2004). “The influence of the stigma of obesity on overweight individuals”, International journal of obesity, 28(10), 1333-1337.

Zakai, M and Sedighi, S. (2016). “Femininity and Sports, Social Psychological Studies of Women”, 13 (2): pp: 92-67. (Persian).

Zare Ahmadabadi, M. and Pondehnejadan, A. (2012). “Comparison of the effectiveness of three methods of diet therapy, diet therapy with exercise and diet therapy with cognitive behavioral therapy on weight loss and improving life satisfaction of obese and overweight male employees of the National Iranian Drilling Company”, Journal of Counseling Culture and Psychotherapy, 3 (12): pp:93-123. (Persian).

Bodybuilding Clubs as Creators of Fit Bodies: A Case Study of Women Members of Shiraz Bodybuilding Clubs

Esfandiar Ghafarinasab (Ph.D)¹, Maryam Sadat Delavar²

DOI: 10.22055/qjsd.2022.36336.2377

Abstract:

Although fatness is a medical issue, it strongly adheres to cultural logic. Nowadays, cultural logic dictates weight loss and sends a lot of people to weight loss and fitness centers. In the meantime, women and their bodies have been judged more. Therefore, the present study has tried to answer the question of why and under what conditions women go to sports clubs and what strategies they adopt. In this regard, the qualitative approach of grounded theory was used. The participants were twelve women who referred to the clubs of Shiraz. Data were collected through semi-structured in-depth interviews. After the presence of the researcher in the research field, based on the data obtained from the field, in-depth interviews were conducted with the individuals and the interviews continued until the theoretical saturation was reached. Data analysis was performed by open, axial and selective triple coding method. Analysis of the findings led to the creation of six axial categories and one core category. Key categories include: fitness as a measure of beauty, important others' expectations, body empowerment, media representation duality, lifestyle priority over medication, and other social endorsements. The core category is: self-regulation and other social validation.

Key Concepts: *Fatness, Overweight, Bodybuilding, Fitness, Shiraz Women*

¹ PhD student in sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran, (Corresponding Author), m_dlv@yahoo.com

² Assistant Professor of Sociology Department, Shiraz University, Shiraz, Iran, ghafari.na@gmail.com

