

بدن‌سازی، خودنمایی بدنی و بازانديشی مدرن در مدیریت بدن^۱

محسن آرامش پور^۲، مجید موحد^۳، علی یار احمدی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۰

چکیده

در ایران با ورود به دنیای مدرن، بدن‌ها فرم سنتی خود را از دست داده‌اند. خروج بدن از چارچوب نگاه طبیعت‌گرایانه و قرار گرفتن در چارچوب فناوری، ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن سبب شده که بدن ایرانی با تبدیل به امری خودآگاه، با مسائل گوناگون مواجه شود. مطالعه حاضر باهدف شناخت زمینه‌ها و پیامدهای ورزش بدن‌سازی در بین مردان جوان انجام گرفته است. روش تحقیق کیفی و با نظریه زمینه‌ای انجام گرفته است. نمونه‌گیری هدفمند و نظری است که با مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر از مردانی که در باشگاه‌های بدن‌سازی شهر شیراز عضو بوده‌اند، انجام گرفته است. مقوله‌های اصلی تحقیق عبارتند از: دغدغه‌های ذهنی و نارضایتی از بدن خود، کسب منزلت و مقبولیت در جامعه، عرضه و نمایش خود، رشد فرهنگ مصرفی، فشار تقاضا از سوی جنس مخالف و حمایت و تشویق در بستر خانواده. همچنین یافته‌ها نشان دادند که بستر و منابعی مانند شرایط و وضعیت منزلتی، شرایط و وضعیت طبقاتی و شرایط و وضعیت خانوادگی در کنار شرایطی از قبیل کسب قدرت و نفوذ اجتماعی و مقبولیت، تمایز و پایگاه خود با دیگران، پذیرش اجتماعی بالاتر در جامعه، خودبرتری جویی، فشار هنجاری اطرافیان، کسب منزلت نزد جنس مخالف و تقاضاها و جذابیت‌های بدنی جنس مخالف پیوند چندجانبه‌ای با گرایش به خودنمایی بدن به‌عنوان مقوله هسته پژوهش ارتباط دارند. **واژگان کلیدی:** بازانديشی مدرن، بدن‌سازی، خودنمایی بدنی، مدیریت بدن، مردان بدن‌ساز.

۱. مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای محسن آرامش پور با عنوان "کاوش فرایندهای اجتماعی مدیریت بدن در بین مردان جوان مراجعه‌کننده به باشگاه‌های بدنسازی شهر شیراز: ارائه نظریه زمینه‌ای" است.

۲. دکترای جامعه‌شناسی، (تغییرات اجتماعی). دانشگاه شیراز، ایران، شیراز: m.arameshpour@shirazu.ac.ir

۳. استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز (نویسنده مسئول)، ایران، شیراز: movahed@rose.shirazu.ac.ir

۴. دانشیار جمعیت‌شناسی، دانشگاه شیراز، ایران، شیراز: ahmadi@rose.shirazu.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

همه انسان‌ها بدن دارند؛ اما این بدن خارج از روابط و تعاملات اجتماعی نیست. بدن انسان عمیقاً تحت تأثیر تجربه وی از هنجارها و ارزش‌های اجتماعی است و از طریق آن شکل می‌گیرد. تعامل اجتماعی در قالب بدن شکل می‌گیرد؛ یعنی دربردارنده انسانی مادی است که از بدنش استفاده کند و زبان بدنی و حالت بدن دیگران را می‌خواند و جهان را به‌عنوان محیطی مادی و همچنین واقعی اجتماعی ادراک می‌کند (گیدنز، ۱۳۹۵: ۵۷۵). بدن انسان به‌طور عام و جدایی جسمانی به‌طور خاص یکی از موضوعاتی که در دنیای امروز تحت تأثیر رسانه‌های ارتباطی جدید، رشد فرهنگ مصرفی و شکل‌گیری گفتمان‌های مدرن و پست‌مدرن اهمیت زیادی پیدا کرده است و از عوامل اصلی تشکیل‌دهنده روابط بین افراد به شمار می‌رود. مدیریت بدن در دوران مدرن از طریق رفتارهای مختلفی مانند بدن‌سازی، رژیم‌های غذایی، تجهیزات ورزشی و آرایشی برای مراقبت از بدن به‌وجود آمده است؛ به‌طوری‌که برایان ترنر از دوره جدید با عنوان جامعه جسمانی^۱ یاد می‌کند (ترنر، ۱۹۹۶) یعنی نظام اجتماعی که در آن مسائل سیاسی و اجتماعی اغلب از طریق بدن اظهار می‌شوند و بیان می‌گردند (ترنر، ۲۰۰۹: ۵۱۴). نحوه پرداختن انسان‌ها به بدنشان امری اکتسابی است، درحالی‌که نحوه برداشت دیگران از آن‌ها، محصول انتظارات مشترک است. بنابراین، ریخت بدن، نحوه پوشش و آرایش آن، و نوع حرکت کردن آن، برای دیگران پیام‌هایی دارد.

از طرفی بدن محلی برای ابراز هویت و نمادی از شخصیت فرد محسوب می‌شود. کنترل بدنی و توجه به ترکیب بدن و هیئت ظاهری و بیرونی آن، ابزاری است که به جوانان امکان حفظ روایت مشخصی از هویت فردی را می‌دهد تا آن را در معرض دید دیگران قرار دهند. استانداردها و معیارهایی که از طریق رسانه‌ها معرفی می‌شود، تصویری ذهنی از وضعیت بدنی افراد به آن‌ها می‌دهد. در نتیجه، ارزیابی افراد از قضاوت‌های هنجاری نسبت به وضعیت فیزیکی بدنشان، بر رضایت یا نارضایتی نسبت به آن تأثیر می‌گذارد. لذا فرهنگ بدن بیانگر اهمیتی است که بدن به‌عنوان کانون تعامل و بازاندیشی فرد نسبت به خودش است (ضیاپور و باقریان، ۱۳۹۲).

^۱. Somatic Society

در ایران با ورود به دنیای مدرن، بدن‌ها فرم سنتی خود، را از دست داده‌اند. خروج بدن از چارچوب نگاه طبیعت‌گرایانه و قرار گرفتن در چارچوب فناوری، ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن، سبب شده است بدن ایرانی در دنیای جدید با تبدیل شدن به امری خودآگاه، با مسائل گوناگون مواجه شود. لذا در دوران جدید، به دنبال تغییرات اجتماعی و فرهنگی عمومی، بدن نیز از حالت صرف جسمانی و بیولوژیکی خارج شده و زیبایی و اصلاح فرم فیزیکی بدن مانند خال‌کوبی، جراحی‌های پلاستیکی و زیبایی و انواع و اقسام رژیم‌های لاغری به‌منزله امر اکتسابی تلقی می‌شود و کسب زیبایی در صورت فقدان، بر عهده خود فرد گذاشته شده است (رستمی و راد، ۱۳۹۸: ۶۵). گرچه به نظر می‌رسد که توجه به بدن عمدتاً موضوعی تأثیرگذار بر زنان و دختران است، اما مردان و پسران نیز به‌واسطه تبلیغات گوناگون و همچنین نقش رسانه‌ها در انتشار تصاویر آرمانی و خارج از عرف، با نوعی نگرانی و اضطراب روبرو شده‌اند و در سال‌های اخیر شاهد مراجعه روزافزون پسران جوان به مراکز زیبایی برای انجام عمل‌های پلاستیکی و زیبایی، رژیم‌های لاغری مدیریت بدن در حوزه بدن‌سازی و تناسب‌اندام، به‌مثابه یکی از معیارهای زیبایی، هستیم. بنا بر گزارش وزارت ورزش و جوانان، حدود ۲۰ هزار و ۴۳۳ باشگاه در سراسر کشور فعال هستند. ۱۵۲۰ باشگاه در بخش مردان، هفت هزار و ۹۰۳ باشگاه در بخش بانوان و ۹ هزار و ۱۰ باشگاه دو منظوره فعال هستند (خبرگزاری ایرنا، ۱۱ دی ۱۳۹۷). طبق آمار اداره ورزش استان فارس، تعداد ۵۵۶ باشگاه ورزشی وجود دارد که حدود ۳۵۰ باشگاه در شهر شیراز مستقر است و حدود ۴۰۰۰۰ نفر در این باشگاه‌ها مشغول ورزش بدن‌سازی هستند (سایت اداره ورزش و جوانان استان فارس، بهمن ۱۳۹۷). اقدام به بدن‌سازی و پرورش‌اندام جهت دستیابی به تناسب‌اندام به دغدغه عده زیادی از پسران و مردان ایرانی تبدیل شده است. بسیاری از اقدامات آنان برای دستیابی به تناسب‌اندام و زیبایی ظاهر پیامدهای وخیم جسمانی و روانی ایجاد می‌کند. آنان خود را در معرض رژیم‌های سخت غذایی مانند مصرف انواع پودر و پروتئین و عدم مصرف ویتامین‌ها و چربی‌ها قرار می‌دهند و خود را از تغذیه سالم محروم می‌سازند (نوری و محسنی تهریزی، ۱۳۹۵: ۳۱).

پژوهش حاضر در حوزه موضوعات اجتماعی مدیریت بدن و برای اولین بار بین پسران جوان شیراز انجام شده است و از دیدگاه‌های زیر جالب‌توجه است: ۱. دستیابی به شناخت و

درک پسران جوان از مدیریت بدن و تمایل به بدن‌سازی ۲. شناسایی بستر، شرایط علی و مداخله و پیامدهای مدیریت بدن و انجام ورزش‌های بدن‌سازی در بین جوانان ۳. ارائه یک نظریه بسترمند از مدیریت بدن در بین جوانان شهر شیراز و پرداختن به مسائل و موضوعات جدید و کمتر پرداخته‌شده در حوزه مدیریت بدن مردان و به‌خصوص جوانان. و همچنین می‌توان به موضوعات و برخی پیامدهای منفی و آسیب‌رسان مدیریت بدن در شرایط فعلی جامعه ایران به‌وسیله جوانان همچون استفاده از پرورش بیش‌ازحد عضلات سینه، بازو و ران و خال‌کوبی‌های 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، اشاره کرد. بر این اساس، از آنجایی که تاکنون پژوهش مستقلی در مورد مردان جوان صورت نگرفته است، مقاله حاضر به دنبال آن است که با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای به ابعاد اجتماعی و فرهنگی این پدیده در بین مردان جوان بدن‌ساز شهر شیراز بپردازد.

پیشینه تجربی

نوری و محسنی تبریزی (۱۳۹۸) پژوهشی را با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن» در بین مردان ۱۸ تا ۴۵ ساله شهر تهران بر اساس نظریات گافمن، گیدنز، الیاس، بوردیو و باندورا انجام داده‌اند. این پژوهش با روش پیمایشی با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته انجام شد. آزمون همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن نشان از رابطه معکوس بین این دو داشت. همچنین بین مدیریت بدن و یادگیری رفتار دیگران در سطح معناداری ۵ درصد ارتباط مستقیم و معنادار بین دو متغیر وجود داشت.

آقایی و خلیلی (۱۳۹۶)، در تحقیقی با عنوان «تحلیل پدیدارشناسانه مدیریت بدن در بین دختران و زنان جوان شهر تهران» با رویکرد تفسیری در پاسخ به این پرسش که زنان و دختران جوان شهر تهران چه فهمی از مدیریت بدن خود دارند و آن را چگونه معنا می‌کنند. یافته‌ها نشان داد که آگاهی مشارکت‌کنندگان از مدیریت بدنشان در مواجهه بدنمند آنان با جهان

زیسته‌شان شکل گرفته و روایتی است که بیش از تمایز در جهت شباهت با دیگران بروز می‌کند و شکل می‌گیرد.

پژوهش احمدی و دیگران (۱۳۹۵) با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز» نشان داد میان متغیرهای پذیرش اجتماعی، احساس فشارهای اجتماعی، سرمایه فرهنگی، وضعیت شغلی، تأهل، طبقه اجتماعی و استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و میان متغیرهای دین‌داری و استفاده از رسانه‌های جمعی داخلی با مدیریت بدن رابطه معکوس برقرار است. متغیرهای ذکرشده در مجموع ۴۱ درصد از تغییرات مدیریت بدن را تبیین کرده‌اند.

محسن زاده و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بازنمایی هویت از طریق بدن در باشگاه‌های بدن‌سازی شهر تهران» بر روی مردان مراجعه‌کننده به این باشگاه‌ها انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که بدن هویت‌ساز است و با زندگی و بسترهای اجتماعی و اقتصادی که فرد در آن‌ها زندگی می‌کند رابطه مستقیم دارد.

امامی غفاری و دیگران (۱۳۹۴) تحقیق را با عنوان «تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن» بر روی دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور تهران انجام دادند. نتایج مطالعه، وجود همبستگی معکوس بین ابعاد سه‌گانه پذیرش عام، پذیرش گروه‌های هم‌سالان و پذیرش سازمانی با متغیر تصور از بدن را نشان می‌دهد که میزان بعد عمومی قوی‌تر از دو بعد دیگر بود. همچنین بررسی‌ها نشان‌دهنده رابطه معنادار متغیرهای سن، مقطع تحصیلی و وضعیت اشتغال با متغیر تصور از بدن بود.

شکریگی و امیری (۱۳۹۰) تحقیقی را با عنوان «مدیریت بدن و مقبولیت اجتماعی: مطالعه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی و پیام نور شهر زنجان» انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که میانگین مدیریت بدن، برای دانشجویان دختر ۸۳/۴۶ و پسر ۷۲/۶۶ درصد بوده که حاکی از میزان مدیریت بیشتر دختران نسبت به پسران بر بدن‌هایشان است. بر اساس نتایج همه فرضیه‌ها معنی‌دار بوده و در مجموع ۸۹/۷ درصد از واریانس یا پراکندگی متغیر مدیریت بدن به‌وسیله متغیرهای مستقل تبیین شده است.

ربانی، کیوان آرا و ژیان پور (۱۳۸۹)، پژوهشی با عنوان «قشربندی اجتماعی و اصلاح بدن/جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی» انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که انجام جراحی زیبایی به عنوان یک رفتار مصرفی منزلت‌بخش مختص به اقشار ممتاز جامعه نیست و در میان اقشار پایین‌تر جامعه نیز فراگیر شده است، اکثریت یافتن اقشار پایین‌تر از متوسط در بین متقاضیان زیبایی کلینیکی می‌تواند بیانگر اهمیت اجتماعی زیبایی و تمایل این افراد جهت کسب موقعیت بالاتر و دستیابی به احترام بیشتر باشد، (۳) رفتارهای معطوف به زیبایی و جذابیت بدنی به عنوان بخشی از یک سبک زندگی می‌تواند تمایزبخش اقشار مختلفی باشد که واجد تعلق طبقاتی و پایگاهی واحدی هستند.

در مورد مطالعات خارجی اگرچه با تنوع بیشتری روبرو هستیم و به بدن‌سازان و ورزشکاران پرداخته‌اند، اما اکثر آن‌ها بر رویکردهای روان‌شناسی و تصور و ایماژ بدنی متمرکز شده‌اند. واتسون^۱ و دیگران (۲۰۱۹) تحقیقی در با عنوان «تفاوت‌های جنسیتی در پاسخ به بدن‌های ایدئال و لاغر، ورزشی و بیش‌ازحد عضلانی» به قضاوت ذهنی ۹۲ زن و ۱۰۶ مرد نسبت به تصاویر بدنی (مانند تصاویر لاغر، ورزشی، نسبتاً چاق و بسیار عضلانی) مختلف پرداختند.

دیوریم^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، در تحقیقی با عنوان «رابطه بین ادراک تصور بدنی، اختلالات خوردن و اختلالات عضلانی در بدن‌سازان مرد» به شناسایی عوامل مرتبط با اختلال تصویر ذهنی خوردن و نارضایتی از بدن در ۱۲۰ ورزشکار بدن‌ساز پرداختند. نتایج تحقیق حاکی از رابطه مثبت نسبت به نارضایتی و اختلال خلقی بدنی در مردان بدن‌ساز بوده است.

تازگول و گوون^۳ (۲۰۱۸)، در تحقیقی با عنوان «مقایسه ادراک بدنی ورزشکاران در ورزش‌های گروهی و انفرادی» در بین ورزشکاران ترکیه‌ای انجام داده‌اند. نتایج مطالعه نشان داد که سطح رضایت از تصور بدنی در بین ورزشکاران کشتی بیشتر از سایرین بوده است.

هلفرت و وارشرگر^۴ (۲۰۱۱)، در تحقیقی با عنوان «مطالعه‌ای آینده‌نگر در مورد تأثیر فشار هم‌سالان و والدین بر نارضایتی بدن در دختران و پسران نوجوان» به بررسی نقش فشار

1. Watson

2. Devrim

3. Tazegül & Güven

4. Helfert & Warschburger

اجتماعی مربوط به ظاهر راجع به تغییرات در تصویر بدنی در دختران نوجوان (۲۳۶ نفر) و پسران (۱۹۳ نفر =) طی یک دوره ۱ ساله را پرداختند. یافته‌های شواهد طولی برای تأثیر اساسی فشار اجتماعی مربوط به ظاهر ارائه نشان داد که ارزیابی دقیق انواع مختلف تأثیرات اجتماعی می‌تواند اهداف مشخصی را برای پیشگیری و درمان مؤثر برای مشکلات مرتبط با وزن در نوجوانان شناسایی کند.

ویلز^۱ و همکاران (۲۰۰۶) تحقیقی را با عنوان «ادراک نوجوانان از بدن‌های خود و دیگران: مطالعه کیفی چاقی، لاغری و تناسب وزن در بین جوانان اسکاتلندی» انجام دادند. یافته‌های تحقیق نشان داد که نوجوانان کمتر به عوامل مرتبط با سلامتی افزایش چربی و چاقی توجه داشتند بلکه بیشتر به پوشیدن لباس و تناسب‌اندام اشاره داشتند.

در جمع‌بندی می‌توان گفت تحقیقات اندکی به مقایسه مدیریت بدن در بین دو جنس پرداخته‌اند. شکرپیگی و امیری (۱۳۹۰). هلفرت و وارشرگر (۲۰۱۱). اکثر تحقیقات مدیریت بدن را در ارتباط با سایر عوامل مانند پذیرش و مقبولیت اجتماعی بررسی کرده‌اند. شامل: امامی غفاری و دیگران (۱۳۹۴) و احمدی و دیگران (۱۳۹۵) و دیوریم و همکاران (۲۰۱۸). به‌رغم اینکه در ایران تحقیقات بسیار زیادی در زمینه ابعاد مختلف مدیریت بدن انجام شده است اما اکثر آن‌ها به مدیریت بدن و اهمیت آن در بین زنان و دختران جوان پرداخته‌اند و تحقیقات بسیار کمی در مورد مردان انجام شده است. با توجه کاستی‌های موجود در مطالعات انجام شده پژوهش حاضر به دنبال آن است که به برخی از ضعف‌های موجود در این حوزه مطالعاتی بپردازد. بر این اساس می‌توان گفت که اکثر مطالعات انجام‌شده بیشتر از نظر گاه خاصی به این موضوع پرداخته‌اند و هرکدام متغیر یا متغیرهای خاصی را مورد مطالعه قرار داده‌اند. از طرف دیگر اغلب این تحقیقات بر روی زنان و به‌ویژه دختران جوان انجام شده است و تقریباً از مردان و پسران جوان غفلت شده است. بر این اساس، این پژوهش با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای انجام شده است و پسران جوان شهر شیراز مشارکت‌کنندگان این پژوهش بوده‌اند.

زمینه نظری

جایگاه نظریه در پژوهش‌های کیفی متفاوت از پژوهش‌های کمی است. پژوهشگران کیفی به‌طور عمده معتقدند پژوهشگر قبل از گردآوری داده‌ها، ذهن خود را از نظریه‌ها خالی نگه دارد و تا

^۱. Wills

حد ممکن، بدون پیش‌فرض‌های نظری وارد میدان شود. باوجوداین، اشترواس و کوربین^۱ (۱۹۷۹) از بنیان‌گذاران نظریه زمینه‌ای، از مفهوم حساسیت نظری^۲ به‌جای چارچوب نظری استفاده می‌کنند. در این رویکرد، پژوهشگر کیفی، مروری کوتاه بر پیشینه نظری مسئله پژوهش دارد تا بر نکات برجسته میدان، حساس شود. در این پژوهش نیز بر برخی از نظریه‌های همخوان با موضوع این تحقیق، مرور شده است.

در پارادایم تفسیری، فرض بر این است که محقق و سوژه تحقیق در تعامل با هم هستند؛ دانش تولیدشده در فرایند تعامل مورد ارزیابی و بازاندیشی قرار گرفته و به توضیح، تشریح و فهم جهان اجتماعی سوژه‌ها کمک می‌کند. انسان به‌مثابه موجودی خلاق، فعال و معنا‌ساز تعریف می‌شود که پیوسته در حال ساخت‌وساز و معنادار کردن زندگی اجتماعی و واقعیت‌های روزمره است. (محمدپور، ۱۳۹۲: ۴۸ - ۵۱). به‌طورکلی نظریه‌های مربوط به بدن را می‌توان در سه دیدگاه کلی طبقه‌بندی کرد.

دیدگاه اول، **طبیعت‌گرایانه**^۳ است. در این دیدگاه بدن یک هستار بیولوژیکی است که فارغ از بستر اجتماعی‌ای که در آن قرار دارد، پدیده‌ای جهان‌شمول تلقی می‌شود. دیدگاه‌های طبیعت‌گرایانه بر این باورند که توانایی‌ها و محدودیت‌های بدنی تعیین‌کننده روابط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی افراد بوده و نابرابری در ثروت مادی، حقوق قانونی و قدرت سیاسی بین انسان‌ها بر ساختن اجتماعی نیست، بلکه توسط قدرت زیستی بدنشان تعیین می‌شود. بنابراین بدن، زیربنای خود و جامعه است و مبنایی برای کنش‌های اجتماعی فراهم می‌کند (شیلینگ، ۲۰۰۳: ۳۷).

دیدگاه دوم، **پدیدارشناسانه**^۴ است. این دیدگاه با مفهوم «بدن زیسته»^۵ سروکار دارد که به بررسی تجربیات زیست‌مند افراد و چگونگی تفسیر جهان پیرامون خود مرتبط است (ترنر، ۱۹۹۵: ۲۴۷). پدیدارشناسان با به چالش کشیدن شکاف بین ذهن و بدن، فرهنگ و طبیعت و دلیل و احساس معتقدند که این دوگانگی‌ها به‌صورت اجتماعی ایجاد شده‌اند. براساس این

1. Strauss & Corbin
2. Theoretical Sensitive
3. Naturalistic
4. Phenomenological
5. Lived Body

ایده، هوشیاری در بدن زیسته جسمیت یافته^۱ و انسان عامل تجسم اجتماعی است؛ بدن هم به‌وسیله دنیای زندگی ساخته می‌شود و هم بدن‌های دیگر را می‌سازد. مرلوپونتی^۲ از صاحب‌نظران این دیدگاه در اثر خود با عنوان پدیدارشناسی ادراک^۳ معتقد است که همه ادراکات انسانی جسمیت‌یافته هستند و احساسات ما نمی‌توانند مستقل از بدنمان کارکرد داشته باشند (کیوان‌آرا، ۱۳۸۶: ۱۰۱).

دیدگاه سوم **برساخت‌گرایی اجتماعی**^۴ است که برخلاف طبیعت‌گرایان معتقدند بدن را نمی‌توان به‌عنوان یک پدیده زیستی صرف تحلیل کرد. فرض اصلی این دیدگاه این است که بدن نه تولیدکننده بلکه گیرنده مفاهیم اجتماعی است و اینکه بدن افراد توسط جامعه شکل می‌گیرد، محدود شده و حتی ایجاد می‌شود. بدن ترکیبی از امر زیستی و امر اجتماعی است که قابلیت آن را دارد که درزمینه‌های اجتماعی متفاوت، جایگزین شده و یا تعدیل گردد. بنابراین بدن، حامل خصوصیات و معناهای جامعه است و تفاوت بدن‌ها، به‌صورت اجتماعی برساخته شده و نیروها و فشارهای اجتماعی بر بدن اثر می‌گذارند (شلینگ، ۲۰۰۳: ۶۲). ازجمله نظریه‌پردازان این گروه را می‌توان فوکو، الیاس، گیدنز، گافمن، ترنر و ... را نام برد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای انجام شده است. میدان مورد مطالعه پژوهش شهر شیراز است. به خاطر تنوع بالای فرهنگی و اقتصادی کلان‌شهر شیراز تلاش بر این شد که مصاحبه‌ها در مناطق مختلف شهر گردآوری شود. تکنیک نمونه‌گیری تحقیق، به‌صورت هدفمند و با حداکثر تنوع انجام گرفته است. یکی از معیارهای گزینش نمونه‌ها باشگاه‌هایی بودند که بیشترین تعداد مراجعه‌کننده را داشتند. در این راستا، باشگاه‌های بدن‌سازی انتخاب شدند که بیشترین تعداد مراجعه‌کننده را داشتند. همچنین با افرادی مصاحبه شد که در دامنه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال بوده و حداقل سابقه ۶ ماه عضویت در باشگاه بدن‌سازی را داشتند. فرایند گردآوری داده‌ها با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌عمیق (ایمان،

1. Embodiment

2. Merleau-Ponty

3. Phenomenology of Perception

4. Social Construction

۱۳۹۲)، تا رسیدن به اشیاع نظری در سایر باشگاه‌ها ادامه یافت و با ۱۵ نفر از مشارکت‌کنندگان مصاحبه انجام شد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	اسامی مشارکت‌کنندگان	سن	تحصیلات	شغل
۱	رضا	۲۳	کارشناسی	آزاد
۲	حسین	۳۵	کارشناسی	آزاد
۳	نوید	۱۹	دانشجو	در حال تحصیل
۴	سعید	۲۵	دیپلم	مربی پرورش‌اندام
۵	حمید	۲۴	دانشجو	در حال تحصیل
۶	علی	۲۲	دانشجو	در حال تحصیل
۷	جواد	۲۸	کارشناسی	بیکار
۸	محسن	۳۳	دیپلم	آزاد
۹	پیمان	۳۰	دیپلم	بیکار
۱۰	محمد	۲۸	کارشناسی	بیکار
۱۱	امید	۲۲	دانشجوی	در حال تحصیل
۱۲	سینا	۳۰	دیپلم	نگهبان
۱۳	سهیل	۲۳	دانشجو	در حال تحصیل
۱۴	مصطفی	۲۱	دانشجو	در حال تحصیل
۱۵	مسعود	۲۲	دانشجو	در حال تحصیل

تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها با استفاده از نظریه زمینه‌ای اشتراس و کوربین (۱۳۹۱) انجام شده است. بعد از انجام هر مصاحبه، یادداشت‌برداری، کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شده است. اولین مرحله، کدگذاری باز است که شامل خرد کردن، تحلیل، مقایسه و مقوله‌بندی داده‌هاست. در کدگذاری محوری، توصیف روابط فرضیه‌ای بین مقولات و خرده مقولات مطرح است. در کدگذاری انتخابی، ساخت پایه‌های نظریه زمینه‌ای بر اساس ارتباط مقولات متعدد با مقوله اصلی و مرکزی حاصل گردید. قابلیت اعتماد یافته‌های تحقیق به وسیله مشارکت و

مشاهده مداوم در میدان تحقیق، تأیید مشارکت‌کنندگان و پیش‌داوری‌های محققان تأیید شد (پاتن^۱، ۲۰۰۲: ۱۶۲).

یافته‌ها

دغدغه‌های ذهنی و نارضایتی از بدن خود

جدول ۲. مفاهیم به‌دست‌آمده از مقوله دغدغه‌های ذهنی و نارضایتی از بدن خود

مقوله	مفاهیم
دغدغه‌های ذهنی و نارضایتی از بدن خود	دستیابی به احساس مطلوب از فرم بدن
	نگاه‌های تمسخرگرایانه دیگران و تسریع مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی
	مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی و کسب اعتمادبه‌نفس
	گفتگوهای روزمره درباره زیبایی
	رؤیایپردازی درباره بدن ایدئال
	نارضایتی وسواس‌گونه از ظاهر و تناسب‌اندام
	اضطراب بد دیده شدن در نگاه دیگران

ادراک و تصور از بدن و آمادگی بدنی، نحوه نگرش فرد از بدن خویش است و هم شیوه‌ای است که فرد با آن شیوه، بدن و توانایی بدنی خود را ادراک می‌کند. مسئله مدیریت بدن برای پسران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است و به‌نوعی نسبت به فرم بدنی خود حالت وسواس‌گونه دارند. فرد برای رسیدن به شرایط ایدئال بدنی اقدام به هر کاری (از جمله استفاده از داروهای نیروزا، پرخوری و استفاده از انواع خوراکی ناسالم) می‌کند.

واکاوی داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که مشارکت‌کنندگان تمایل به بدن‌سازی را به دغدغه‌های ذهنی و همچنین نارضایتی ذهنی از بدن خود پیوند می‌دهند. بر این اساس، مشارکت‌کنندگان به شرایطی مثل گفتگوهای روزمره درباره زیبایی، مقایسه خود با دیگران، رؤیایپردازی درباره بدن ایدئال، نارضایتی وسواس‌گونه از ظاهر و تناسب‌اندام، اضطراب بد دیده شدن در نگاه دیگران و ارزیابی از میزان جذابیت بدن و عواطف مرتبط با آن اشاره می‌کنند و

^۱. Putton

معتقدند این شرایط و عوامل نقش پررنگی در گرایش و تمایل به بدن‌سازی و مدیریت بدن داشته‌اند. نوید یکی از مشارکت‌کنندگانی است که به این موضوع اشاره می‌کند و معتقد است که قبل از تمرین بدن‌سازی و مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی احساس مطلوبی نسبت به بدنش نداشت و معتقد است که این احساس به‌خصوص در نوع پوشش خود را نشان می‌داد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«نمی‌تونستم لباس بگیرم. می‌رفتم لباس بگیرم خیلی اذیت می‌شدم. خب چون چاق بودم چون نرمال نبودم که حالا بگم لاغر باشم سایز مه یا مثلاً عادی باشم سایز مه نه، چاق بودم. مثلاً کمرش، خیلی اوضاع داشتیم، لباس تنم وانمی‌ایستاد».

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان به تمسخر و نوع نگاه بقیه اشاره می‌کند و معتقد است که این نوع نگاه‌ها و تمسخرها هم به‌عنوان عوامل تسریع‌کننده به باشگاه‌های بدن‌سازی بوده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«همان مسخره‌بازی‌های همیشگی جامعه با شکم داشتن استایلمان هم نسبت به یک آدم چاق خیلی فرق می‌کرد لاغر بودیم شکم داشتیم این استایل کلاً خراب می‌شد همچنین مورد خنده و تمسخر بچه‌ها قرار می‌گرفتیم و به این دلیل به باشگاه‌های بدن‌سازی مراجعه کردم».

علی هم از جمله مشارکت‌کنندگانی است که به این موضوع اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده به‌خصوص به بحث اعتمادبه‌نفس اشاره می‌کند و معتقد است که از زمانی که به باشگاه‌های بدن‌سازی مراجعه کرده است اعتمادبه‌نفس بالاتری کسب کرده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«از زمانی که به باشگاه‌های بدن‌سازی رفته‌ام اعتمادبه‌نفس خوبی به دست آوردم. قبلاً آگه بهم می‌گفتم بیا این مبل رو جابجا کن بهونه می‌اوردم چون ضعیف بودم. نمی‌خواستم این ضعف مشخص بشه ولی الان بگن من میگم دست نزنید خودم جابجا می‌کنم. خوب این اعتمادبه‌نفس و احترامیه برای من در خانواده».

کسب منزلت و مقبولیت در جامعه

جدول ۳. مفاهیم به‌دست‌آمده از مقوله کسب قدرت و منزلت

مقوله	مفاهیم
کسب مقبولیت و منزلت	دست‌یابی به مقبولیت اجتماعی بالاتر در جامعه
	کسب نگاه احترام‌گونه دیگران در جامعه
	مقبولیت و ابهت بالاتر در جامعه
	دست‌یابی به ابهت اجتماعی و جذابیت ظاهری
	تمایز و پایگاه خود با دیگران
	کسب پذیرش اجتماعی بالاتر در جامعه

کسب مقبولیت و منزلت یا پذیرش اجتماعی بالاتر در جامعه هم ازجمله مقوله‌های محوری دیگری است که در پژوهش حاضر کشف شده است. پذیرش اجتماعی، برآیندی از نفوذ اجتماعی، همنوایی، قضاوت اجتماعی و نگرش افراد است که بر مبنای آن، افراد به‌جای آنکه خود واقعیشان را بروز دهند، ابتدا از زاویه دید دیگران به خود می‌نگرند و سپس با آن‌ها سازگاری می‌یابند. به‌بیان‌دیگر، پذیرش اجتماعی را می‌توان مجموعه واکنش‌ها و پاسخ‌های افراد به امید پسندیده بودن در اجتماع و کسب مطلوبیت اجتماعی دانست.

تحلیل داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که کسب منزلت و مقبولیت بیشتر هم با مراجعه به بدن‌سازی پیوند چندجانبه‌ای دارد. از نظر مشارکت‌کنندگان یکی از دلایل اصلی که به بدن‌سازی اقدام کرده‌اند، بحث کسب منزلت همان مقبولیت اجتماعی بالاتر است. این مشارکت‌کنندگان اعتقاد دارند که پذیرش اجتماعی و مقبولیت اجتماعی بالاتر، حس خوبی به فرد می‌دهد و این موضوع تمایل به بدن‌سازی در بین افراد را بیشتر می‌کند. پیمان یکی از مشارکت‌کنندگانی است که معتقد است بدن‌سازی و مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی عکس‌العمل زیادی در جمع دارد و ازجمله این عکس‌العمل‌ها می‌توان به احترام و منش بالاتر در بین مردم اشاره کرد. این مشارکت‌کننده معتقد است که از زمانی که به بدن‌سازی اقدام کرده است، در جامعه با پذیرش اجتماعی بالاتری روبرو بوده است و بیشتر در بین مردم تحویل گرفته شده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«اولین گزینه اینکه وقتی حرفه‌ای بشی بحث اقتصادی و درآمدزایی هست که خیلی مهم مهمه. بحث بعدی مقبولیت اجتماعی هست که به‌عنوان یه پدر، کارمند و یا خریدار بیشتر

مورد توجه قرار می‌گیری- حتی بخواهی تخفیف بگیری بیشتر بهت میدان، به جورایی زندگی رو شیرین‌تر میکنه. وقتی می‌بینی بیشتر نکات می‌کنن بیشتر تحویلت می‌گیرن خوشاینده. حتی تو طبقه‌بنای نیازهای مازلو هم اومده که ما نیاز داریم به این حس». همچنین مسعود یکی دیگر از مشارکت‌کنندگانی است که به مقبولیت اجتماعی اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده اعتقاد دارد که از زمانی که به بدن‌سازی شروع کرده است، نوع نگاه سایرین تغییر کرده است و به سمت احترام و مقبولیت بیشتر سوق پیدا کرده است. وی ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«ولی در کل از وقتی بدن‌سازی رو شروع کردم شما وقتی می‌بینی دور بازوت بیشتر شده نگاه‌ها بهت تغییر میکنه- وقتی رزمی کار میکنه بدن ورزیده داری اما از لحاظ ظاهری در جامعه مشخص نیست ورزشکار هستی مگر اینکه لباست رو دربیاری. اما در بدن‌سازی کاملاً واضح- همین‌که چند نفر بهت بگنند پهلون کجا میری؟ یا بگن خوشتیپ از لحاظ روانی روی شما تأثیر می‌ذاره. مثلاً تو تاکسی سوار میشی راننده تاکسی می‌گه پهلون کجا میری؟ تو چشم مردمی وقتی خرید میری». همچنین سعید به احترام بیشتر در جامعه اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند: «خصوصاً رشته ما که مشخصه ورزشکاری. نوع برخوردها احترام‌آمیزتره و توقع دارنند. از گیشه بلیط تا سوپرمارکت و بیمارستان، من خودم این رو به عینه دیدم. شکمم به مدت بزرگ شد وقتی درستش کردم رفتم سوپری آگه قبلاً می‌گفت خوش اومدی بعد می‌گفت به به آقای فلانی چه امری دارید. کلاً نوع برخوردها از زمین تا آسمون فرق داره و شما بیایید به بدن‌ساز و به آدم چاق رو وارد به جای عمومی بکنید نوع برخوردها را می‌بینید. اکثراً فکر میکنن اون آدم چاقه تنبله».

عرضه و نمایش خود

جدول ۴. مفاهیم به‌دست‌آمده از مقوله عرضه و نمایش خود

مقوله	مفاهیم
رضایت‌ناپذیری	تمایل به اثرگذاری مطلوب بر روی دیگران
	فشار هنجاری اطرافیان و هم‌سالان
	بدن محملی برای ابراز هویت و نمادی از شخصیت فرد
	نمایش و بازنمایی خود در جامعه
	خودبسندهی و خودبرترجویی
	فرم بدنی به‌مثابه عامل مهم در نمایش خود

از نظر مشارکت‌کنندگان انجام ورزش‌های بدن‌سازی و مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی به‌مثابه عرصه‌ای برای نمایش خود است و از این طریق فرد می‌تواند خودش را در جامعه تعریف کند و با ویژگی‌های در جامعه تعریف شود که خود فرد دوست دارد، بر این اساس، برای برخی از مشارکت‌کنندگان ورزش‌های بدن‌سازی این شرایط را مهیا می‌کنند.

می‌توان گفت که یکی از انگیزه‌های اجتماعی انجام ورزش‌های بدن‌سازی و مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی، تمایل به اثرگذاری مطلوب بر روی دیگران است. اغلب مردم که ورزشکاران هم از این قاعده مستثنا نیستند؛ ترجیح می‌دهند که با افراد جذاب سروکار داشته باشند و جذاب جلوه کنند. بنابراین، به‌طور معمول به‌سختی تلاش می‌کنند که برداشت‌های دیگران از خود را به‌خوبی مدیریت کنند و بهترین و مطلوب‌ترین تصویر را ارائه کنند.

سینا یکی از مشارکت‌کنندگان است که در این زمینه اظهارنظر می‌کند. این مشارکت‌کننده

ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«مثل هر فردی در جامعه من هم دوست دارم دیگران ازم تعریف و تمجید کنند و همش با ویژگی‌های مثبت من رو تعریف کنند. ورزش بدن‌سازی خیلی تأثیرگذار بوده است. از زمانی که به ورزش بدن‌سازی مراجعه کردم خیلی بهتر این حس رو مدیریت کردم و مردم هم با توجه به این مدیریت بدن، با ویژگی‌های مثبت ازم تعریف می‌کنند.»

بر این اساس و با توجه به تجربه مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت که در مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی، خودنمایی و عرضه بدن خود نقش زیادی دارند و این موضوع نقش پررنگی در بین مشارکت‌کنندگان پژوهش داشته است. این مقوله از چند زیرمقوله تشکیل شده است که عبارت‌اند از تکنیک‌های بازتابی بدن، بدن‌سازی به‌مثابه خودنمایی بدنی، خودبرتری‌جویی به‌مثابه تمایل به بدن‌سازی، خودبسندگی و تسریع‌گرایی به بدن‌سازی، بدن‌سازی و مدیریت نمایشی بدن، نمود خود در زندگی روزانه و فشار هنجاری اطرافیان. حسین یکی از مشارکت‌کنندگانی است که به نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی و به‌خصوص به اینستاگرام اشاره می‌کند و معتقد است که اشتراک عکس در این شبکه‌ها با بدن ورزیده و مناسب هم از جمله شرایطی است که باعث شده است افراد بیشتر به باشگاه‌های بدن‌سازی مراجعه کنند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«به خاطر اینکه مثلاً به جایی میرن یا مخصوصاً از موقعی که این اینستا اومده و عکس گذاشتن و فلان همه به بدن و دوس دارن درست کنن به شکم سیکس پک و عکس بذارن دخترها خوششون بیاد. بیشتر فکر کنم الان».

جواد هم از جمله مشارکت‌کنندگانی دیگری است که به چشم‌وهم‌چشمی اشاره می‌کند و معتقد است که نوع پوشش فرد در زمانی که به باشگاه مراجعه می‌کند در نزد سایر مردم متفاوت با زمانی است که اصلاً به باشگاه نرفته است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«بیشتر به چشم می‌آیم حتی از لحاظ ظاهر و لباس یعنی یک لباسی که شاید در نگاه اول به دیدتان خیلی ساده بیاید وقتی می‌رود به تئاتر قبل و بعد از باشگاه همان لباس خیلی برای شما تغییر ایجاد می‌کند. یعنی یک مثال کوچک بود حتی از لباس تنت هم متفاوت می‌شوی». سعید مشارکت‌کننده دیگری است که به رخ کشیدن اشاره می‌کند و معتقد است که این عامل هم نقش برجسته‌ای در مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی دارد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند: «میگم که میخوان به رخ بکشن ورزش‌شونو، بدن رو به رخ بکشن که الان شده یک عضله‌ای که تو بدن هست که میگن سیکس پک بیشتر هم برای همین هست فقط به نظر من به رخ کشیدنشون هست الان متأسفانه».

از سوی دیگر، می‌توان به خودبسنندگی و خودبرترجویی به مثابه شرایطی اشاره کرد که گرایش به بدن‌سازی را تسریع می‌کنند. منظور از خودبسنندگی یعنی بی‌نیازی و منظور از خودبرترجویی یعنی خود را بالاتر و بهتر از بقیه دانستن است. این دو مورد، یعنی خود را بی‌نیاز دانستن از دیگران و خود را برتر دانستن از دیگران در بین مشارکت‌کنندگان از جمله شرایط عللی بودند که مراجعه به بدن‌سازی را در بین این مشارکت‌کنندگان تسریع کرده است؛ یعنی اینکه در بین مشارکت‌کنندگان این فضا حاکم بوده است که با مراجعه به ورزش‌های بدن‌سازی و داشتن بدن ورزشکار باعث می‌شود که شما بی‌نیاز از دیگران شوید و از سوی دیگر برتر از دیگران می‌شوید و برعکس دیگران نیاز مبرم به شما پیدا می‌کنند. یکی از مشارکت‌کنندگان به نام سعید معتقد است که:

«مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی باعث می‌شود شما بدن ورزشکاری داشته باشید و این بدن ورزشکاری باعث می‌شود که شما نیازی به دیگران نداشته باشید و برعکس دیگران برای

انجام کارهای سخت به شما نیاز داشته باشند و این حس در شما پیدا می‌شود که از بقیه قوی‌تر و برتر هستید».

رشد فرهنگ مصرفی

جدول ۵. مفاهیم به‌دست‌آمده از مقوله رشد فرهنگ مصرفی

مقوله	مفاهیم
رشد فرهنگ مصرفی	همگانی شدن و همه‌گیر شدن ورزش بدن‌سازی
	چشم‌وهم‌چشمی در بین دوستان و رقابت بین دوستان
	استفاده از مکمل‌های غذایی در انجام ورزش‌های بدن‌سازی
	ورزش‌های بدن‌سازی و تبدیل شدن به عادت
	فرایند روزمرگی شدن ورزش بدن‌سازی

بر این اساس می‌توان گفت که از نظر مشارکت‌کنندگان رشد فرهنگ مصرفی هم نقش برجسته‌ای در گرایش به بدن‌سازی و مدیریت بدن دارد و آنان را به سمت بدن‌سازی بیشتر سوق می‌دهد. یکی از موضوعاتی که مشارکت‌کنندگان اشاره می‌کنند، همگانی شدن و همه‌گیر شدن ورزش بدن‌سازی در بین اکثریت و به‌خصوص بین قشر جوان است. نوید از جمله مشارکت‌کنندگانی است که به بحث همه‌گیر شدن ورزش بدن‌سازی اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده معتقد است که از جمله شرایطی که باعث شده است ورزش‌های بدن‌سازی را شروع کنند، همین همگانی شدن ورزش بدن‌سازی به‌خصوص در بین دوستان بوده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«زمانی که وارد دانشگاه شدم همه دوستانم ورزش بدن‌سازی انجام می‌دادند و در هفته حداقل سه مرتبه با باشگاه می‌رفتند و این موضوع باعث شد که من به ورزش‌های بدن‌سازی را شروع کنم و الان حدود سه سال است که به‌صورت مرتب ورزش بدن‌سازی انجام می‌دهم».

همچنین سعید به چشم‌وهم‌چشمی در بین دوستان و رقابت بین دوستان اشاره می‌کند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«والا هر کس که الان بیشتر مثل چشم‌وهم‌چشمی شده که فلانی اینجور هست آگه اینجور هست من هم میتونم اینجور بشم. رقابتش از نظر رقابت خوب میشه یک نقطه مثبت میشه توش پیدا کرد ولی بیشترش چشم‌وهم‌چشمی شده متأسفانه توی جامعه ما».

یکی از مشارکت‌کنندگان معتقد است که این ورزش مثل سایر جنبه‌های زندگی فرد تبدیل به عادت شده است، یعنی اینکه به امری عادی و رایج مبدل شده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«ورزش شده مثل یه اعتیاد برای من؛ یعنی یه روزم که نیم‌انگار مثلاً یه چیزی رو از دست دادم. مته یه، معذرت می‌خوام مته یه آدم معتاد می‌مونه که هر روز باید مصرف کنه. منم همین‌طوری شدم. حتی آگه من جمعه‌ها باشگاه باز بود میومدم.»

مشارکت‌کنندگان دیدگاه‌های مختلفی نسبت به ورزش‌های بدن‌سازی داشته‌اند و یکی از مشارکت‌کنندگان اعتقاد دارد که دلایل قانع‌کننده‌ای نسبت به انجام ورزش‌های بدن‌سازی ندارد و کاملاً به بخش لاینفک زندگی او تبدیل شده است. حمید یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان در مورد فرایند روزمرگی شدن ورزش بدن‌سازی معتقد است که:

«خب یه مدت که بگذره حتی یه سال دو سال که بگذره دیگه آدم خودش خسته می‌شه دیگه اصلاً می‌گم دیگه دوس ندارم بری یه جایی که بخوان ازت سؤال بکنن و فلان. آدم دوس نداره دیگه هی بری یه جایی طرف بیاد مثلاً خب حالا آدم بعضی موقعا حوصله هم نداره طرف میاد می‌گه مثلاً من یه دونه پودر گرفتم از فلان جا چه جوریه، من یه برنامه می‌خوام برای باشگاه. اون؟؟؟ میاد نمی‌دونم کمرم درد می‌کنه باید چیکار کنم. هی سؤالای تکراری دیگه بعد یه مدت آدم برانش همین خسته‌کننده می‌شه.»

فشار تقاضا از سوی جنس مخالف

جدول ۶. مفاهیم به‌دست‌آمده از مقوله فشار تقاضا از سوی جنس مخالف

مقوله	مفاهیم
فشار تقاضا از سوی جنس مخالف	نوع تقاضاهای جنس مخالف
	نوع جذابیت‌های بدنی در نزد خانم‌ها
	بدن به‌مثابه محملی برای جذب جنس مخالف
	کشش و جذابیت‌های بدنی در نزد جنس مخالف
	جذابیت‌های بدنی و کسب پذیرش بیشتر در نزد جنس مخالف

جذابیت جسمانی از جمله موضوعاتی است که در دوران مدرن استانداردهای جدیدی پیدا کرده و از عوامل شکل‌دهنده روابط افراد محسوب می‌شود، به طوری که مدیریت بدن در دوران مدرن اهمیت بیشتری پیدا کرده است و رفتارهای گوناگون بهداشتی نظیر بدن‌سازی، رژیم‌های غذایی، تجهیزات ورزشی و آرایشی مختلف برای مراقبت از بدن پدیدار شده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۵۰). در جامعه امروز مردان هم مثل زنان اهمیت زیادی به تناسب‌اندام و برآزندگی بدنشان می‌دهند و همواره توسط دیگران قضاوت و ارزش‌گذاری می‌شوند، توجه به قیافه و ظاهر اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است؛ در واقع، زیبایی ظاهر خصیصه‌ای است که بهره‌مندی از آن امتیاز بزرگی محسوب می‌شود و این خصیصه و اهمیت به نوعی بر اساس تقاضاهای جنس مخالف برجسته‌تر می‌شود. در جامعه امروز، توجه به خصیصه‌های بدن و زیبایی‌های بدنی بر اساس نوع سلیقه‌ها مشخص می‌شود. بر اساس داده‌های این پژوهش می‌توان گفت که بدن‌سازی و گرایش به بدن‌سازی بر اساس نوع تقاضاهای جنس مخالف و سلیقه‌هایشان تسریع می‌شود، یعنی به‌عنوان شرایطی قلمداد می‌شود که بقیه تمایل بیشتری نسبت به بدن‌سازی داشته باشند. واکاوی داده‌ها نشان می‌دهد که برخی از مشارکت‌کنندگان به موضوع تقاضاهای جنس مخالف اشاره می‌کند؛ این مشارکت‌کنندگان معتقد هستند که نوع تقاضا جنس مخالف و اینکه چه نوع استایلی را دوست دارند هم از جمله شرایطی است که پیوند چندجانبه با ورزش‌های بدن‌سازی و مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی دارد. مسعود از جمله مشارکت‌کنندگانی است که به همین موضوع تقاضاهای جنس مخالف اشاره می‌کند و معتقد است که برخی از خانم‌ها بدن با شانه‌های بلند و بازوهای قوی را بیشتر می‌پسندند و این باعث شده است که برخی از آقایان به سمت این نوع استایل بروند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«کلاً خانمها از مرد با شونه‌ها، بازوها، قد بلند و بدن ورزشکاری بیشتر خوششون میاد و راحت‌تر ارتباط برقرار میکنند - من در بین دوستانم دارم کسانی که میخوان با یه دختر ارتباط برقرار بکنن، گاهی پیش میاد اونی که بدن ورزشکاری داره رو میندازن جلو که تو برو صحبت کن و اون فرد معمولی رو نمی‌فرستن جلو. تو ذهن خودشون فکر میکنن اون فرد شانس بهتری داره».

رضا هم از جمله مشارکت‌کنندگانی است که به جذابیت‌های بدنی در نزد خانم‌ها اشاره می‌کند و معتقد است که این جذابیت‌ها تأثیر زیادی بر مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی دارند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«خب مسلماً نگاه کنید از لحاظ دید مردان خانم‌های خوش‌اندام جذاب‌تر هستند از دید خانوم‌ها می‌تونم بگم حتی بیشتر هست این قضیه یعنی ایقدر که اندام برای خانوم‌ها می‌تونه جذابیت داشته باشه خب من دیدم که بارها اندام‌های خیلی زیباتر با فیس‌های خیلی متوسط‌تر انتخاب‌های خیلی بهتر و به قول معروف دنباله‌روهای بیشتری داشتن یعنی از لحاظ بدنی خیلی چیز مهمی هست جذابیت‌های جنس مخالف و من این رو تجربه کردم بله مثلاً بارها شده با کسانی که مثلاً ارتباط جنسی داشتم».

امید هم از جمله مشارکت‌کنندگانی دیگری است که به این موضوع اشاره کرده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«دوست دخترم این بدنمو دوست داره. از ششم سؤال کردم که دوست داره لاغر بشم گفته نه اتفاقاً همین جوری بهتره. کنارت که راه میرم احساس غرور می‌کنم و یه امنیت بهم دست میده».

حمایت و تشویق در بستر خانواده

جدول ۷. مفاهیم به‌دست‌آمده از مقوله حمایت و تشویق در بستر خانواده

مقوله	مفاهیم
تشویق و ترغیب اعضای خانواده، دوستان و هم‌سالان	تشویق و ترغیب اعضای خانواده، دوستان و هم‌سالان
	مشوق بودن خانواده و تسریع گرایش به ورزش‌های بدن‌سازی
	سابقه انجام بدن‌سازی در خانواده
	دوستان و هم‌سالان به‌مثابه یک محرک مثبت
	تمجیدهای دوستان در مورد بدن و تسریع مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی

از جمله موضوعات دیگری که مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند، تشویق و ترغیب اعضای خانواده، دوستان و هم‌سالان است به نظر مشارکت‌کنندگان برخی از اعضای خانواده و به‌خصوص والدین اصلی‌ترین مانع برای انجام ورزش‌های بدن‌سازی است؛ اما آنچه مشارکت‌کنندگان اظهار کرده‌اند خانواده‌شان با این ورزش مشکلی نداشته و به‌نوعی تشویق کرده است. یکی از

مشارکت‌کنندگان به اسم محمد معتقد است از نظر خانواده‌اش مثبت است، چون که اکثر خانواده‌اش ورزشکار هستند. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«نظرشون همه مثبت هست چون ورزشکار توی خانواده ما هم زیاد هست. نظرشون هم مثبت هست فقط همیشه مخالف هستند با اینکه دارو مصرف کنیم. داروی استروئیدی البته مکمل هم یکم مخالف هستم ولی خب بیشتر با استروئیدها مخالف هستم».

مشارکت‌کننده دیگری به اسم سهیل در این رابطه معتقد است که خانواده‌اش در اوایل شروع این ورزش مانعش می‌شدند، ولی با گذشت زمان این موضوع رفع شده است. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«زمانی که تازه می‌خواستم این ورزش رو شروع کنم اکثر خانواده‌ام و به‌خصوص پدرم مشکل داشت و نمی‌داشت به باشگاه بدن‌سازی بروم ولی من اصرار کردم و الان این موضوع کاملاً برطرف شده است».

مشوق بودن خانواده یکی دیگر از مباحثی است که از نظر مشارکت‌کنندگان پیوند تنگاتنگی با مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی دارد. یکی از مشارکت‌کنندگان به اسم سینا معتقد است که اگر در خانواده فرد تشویق شود که ورزش‌های بدن‌سازی را انجام دهد و موانعی ایجاد نکند تأثیر زیادی در انجام این ورزش دارد. این مشارکت‌کننده ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«خانواده‌ها اصلی‌ترین مشوق برای انجام ورزش‌های بدن‌سازی هستند. اگر خانواده‌ها تشویق کنند که بچه‌شان به باشگاه‌های بدن‌سازی بروند مطمئناً فرد به این باشگاه‌ها می‌رود. خانواده خودم در شروع این ورزش خیلی تأثیرگذار بوده‌اند و به نظرم اصلی‌ترین مشوقم خانواده‌ام بوده‌اند». یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان ادراک خود به این شکل بیان می‌کند *«نظرشان خانواده‌ام در مورد انجام ورزش‌های بدن‌سازی مثبت است و مشکلی ندارند تازه اکثر اوقات مشوق هم هستند».*

مشارکت‌کنندگان همچنین به سابقه انجام بدن‌سازی در خانواده اشاره می‌کنند و معتقد هستند که در خانواده‌های که قبلاً یک عضو یا چند عضو سابقه مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی داشته‌اند، میزان تشویق و ترغیب متفاوت است و در این خانواده‌ها میزان گرایش به ورزش‌های بدن‌سازی هم بیشتر است. در این مورد حمید معتقد هستند که در این خانواده‌های، والدین کمتر

موانعی برای انجام ورزش‌های بدن‌سازی برای فرزندان‌شان ایجاد می‌کند. حمید ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند:

«من دایم اینا بدن‌سازی بودن دیگه به خاطر اینا از بچگی می‌رفتیم باشگاه دیگه از تقریباً بیست سالگی دیگه به‌طور حرفه‌ای کار می‌کردیم و خانواده‌ام به خاطر همین از همان بچگی تشویق می‌کردند که به باشگاه‌های بدن‌سازی بروم». مشارکت‌کننده دیگری به اسم رضا ادراک خود را به این شکل بیان می‌کند: «قبلاً در خانواده‌ام، یکی از برادرم ورزش‌های بدن‌سازی رو انجام داده است و هنوز هم انجام می‌دهد. این موضوع باعث شد که اعضای خانواده‌ام من رو هم تشویق به انجام ورزش‌های کرده‌اند».

مقوله هسته: گرایش به خودنمایی بدن

اشتراوس و کوربین معتقدند که مقوله هسته نهایی، نمایانگر مضمون اصلی پژوهش است. مقوله مرکزی از درون پژوهش بیرون می‌آید، اما به‌صورت یک مفهوم انتزاعی است. با قدری اغراق، مقوله مرکزی حاصل همه تحلیل را در قالب چند کلمه ارائه می‌کند. این چند کلمه به ما می‌گویند که کل پژوهش درباره چیست (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۱: ۱۶۷). برای استخراج مقوله هسته، همه مقولات بررسی شد که مقوله هسته تحقیق استخراج شد به‌صورت زیر است: بازاندیشی مدرن در مدیریت بدن و خودنمایی بدنی.

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد از نظر مشارکت‌کنندگان جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند به‌صورت تدریجی از فضای اولیه خود خارج و وارد دنیای جدیدی شده، که کم‌کم از حالت تولیدی خود خارج گشته و به محیطی خدماتی و مصرفی تبدیل شده است. از این‌رو با رشد روحیه مصرف‌گرایی و نمایش فرهنگ مصرف‌گرایانه که نوعی از مصرف‌زدگی انسان امروزی است، نشانه‌ها و نمادهای تمایز بخش جهان مدرن نیز متعاقباً تغییر کرده‌اند و این نمادهای تمایزیابی از قسمت تولید به قسمت مصرف تغییر کرده‌اند، یعنی اینکه افراد با نوع مصرفی که انجام می‌دهند خود را متمایز با سایر افراد قرار می‌دهند. بر این اساس می‌توان گفت که درگیر و فعال شدن انسان امروزی در حوزه مصرف، مسئله‌گزینش و انتخاب سلاقی و علایق وی یا ذائقه را برجسته‌تر می‌کند. با استفاده از این نوع مصرف، افراد سعی می‌کنند منزلت و مقبولیت بیشتری کسب کنند. از جمله حوزه‌های که در این دنیای جدید، افراد به اختیار خود آن را

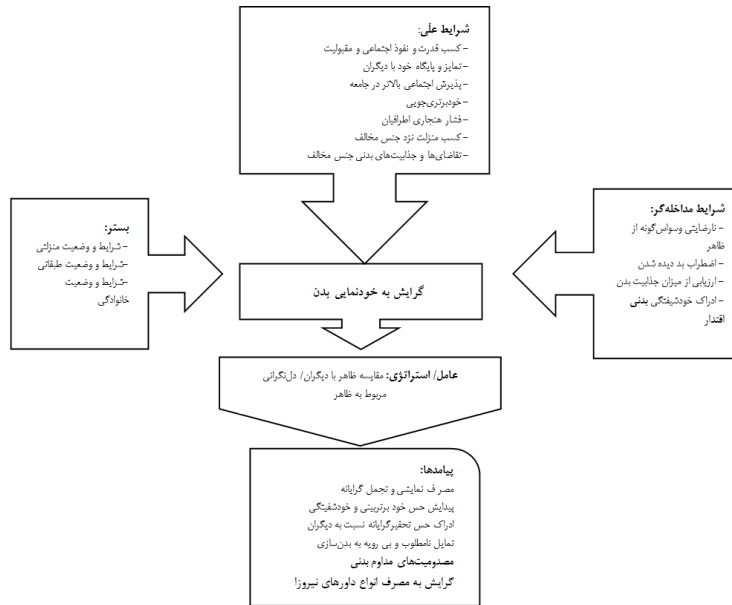
دخل و خرج می‌کنند و به دلخواه آن را تغییر و تحول می‌دهند و یا به عبارت دیگر به دلخواه آن را گزینش و دست‌کاری می‌کنند، حوزه تصویر ظاهر و بدن است که برای تمایز بخشی خود و دیگران از آن بهره می‌گیرند. میل افراد در نمایش ظاهر خود به نحوی که مورد پسند دیگران باشد و انگیزه افراد برای نمایش تمایز خود با دیگران سبب می‌شود احساس نیاز به خودنمایی و عرضه خود در افراد افزایش یابد و انگیزه‌ای برای آنان ایجاد می‌نماید که به مدیریت بدن خود اقدام کنند. افراد جنبه‌ای از خود را که مورد قبول دیگران باشد به نمایش می‌گذارند. بنابراین افراد سعی می‌کنند بهترین تصویر از خود را ارائه کنند. بر اساس تجربه مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت که یکی از هدف‌های اصلی مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی و انجام این ورزش، برای تمایز خود و خودنمایی فرد در جامعه بوده و به دنبال افزایش میزان رضایت از خودنمایی فرم بدنی در جامعه و در بین دوستان بوده است. بر اساس ادراک مشارکت‌کنندگان این نوع خودنمایی و عرضه خود در جامعه با پذیرش اجتماعی بالاتر و نفوذ و مقبولیت بالاتری در جامعه برخوردار است و جامعه استقبال بیشتری از این نوع بازنمایی از خود نشان می‌دهد.

بر این اساس می‌توان گفت که مقوله هسته این پژوهش گرایش به خودنمایی بدن است. با توجه به این موضوع، مشارکت‌کنندگان پژوهش در تعاملات و کنش‌های روزمره خود را با توجه به منابع و اطلاعاتی که در زمینه مدیریت بدن و نوع ایدئال بدن داشته‌اند و همچنین با توجه به بسترهای اجتماعی مختلف، در فرم بدنی و مدیریت بدنشان نوعی بارسنجی و بازانندیشی به وجود آورده‌اند. یعنی اینکه تمایل به نوع بدن و فرم بدنی با توجه به ذائقه‌ها و منش‌هایی که در جامعه وجود دارد، اصلاح و تغییر می‌یابد. این بازانندیشی در جامعه امروزه در عرصه‌های زیادی صورت می‌گیرد، اما با توجه به مصرفی بودن جامعه، مشارکت‌کنندگان معتقد بوده‌اند که در این عرصه یعنی نمایش و نوع مصرف باید بازانندیشی گسترده‌تری صورت گیرد، چراکه به نظر مشارکت‌کنندگان تغییرات بیشتری در این عرصه صورت گرفته و این نوع درک و احساسات باعث شده است که مشارکت‌کنندگان این پژوهش هم تمایل بیشتری در بازانندیشی و مدیریت بدن از خود نشان دهند.

مدیریت بدن یعنی نظارت مستمر و دائم بر نوع بدن و انتخاب نوع ایدئال اعمال و رفتارها. مدیریت و نظارت بدن هم مانند سایر پدیده‌های اجتماعی در دوره‌های مختلف و در جوامع

مختلف و همچنین در بسترهای اجتماعی مختلف، متفاوت بوده است و استراتژی‌های متعدد و متکثری در این زمینه استفاده شکل گرفته است و این متفاوت بودن دلالت بر نحوه نظارت بر بدن و انتخاب اعمال و رفتارهای مناسب با توجه به این جوامع و بسترهای اجتماعی دارد و در هرکدام از این جوامع و بسترهای اجتماعی متغیر و متکثر است. متغیر و متکثر بودن به این امر دلالت می‌کند که سلیق و منش‌های متفاوتی بین افراد جامعه برای نظارت بر فرم بدنی و انتخاب نوع ایدئال فرم بدنی وجود دارد. با توجه به مباحث طرح‌شده و بر اساس ادراک و تجربه مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت که فرم بدنی ورزشکارانه و عدم وجود اضافه‌وزن و چاقی از جمله فرم بدنی است که در جامعه امروزه با پذیرش بیشتری روبرو است و این نوع فرم بدنی در بین عامه مردم و به‌خصوص قشر جوان از مقبولیت اجتماعی بیشتری برخوردار است. با توجه به این پذیرش و مقبولیت بیشتر در جامعه، مشارکت‌کنندگان پژوهش معتقد هستند که برای رسیدن به این فرم بدنی تلاش‌ها و اقدامات زیادی انجام داده‌اند و یکی از این اقدامات، مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی و انجام انواع ورزش‌های بدن‌سازی است. بر اساس ادراک مشارکت‌کنندگان هر نوع انتخاب، یکسری اقدامات و رفتارهای متناسب با آن را می‌طلبند که برای انتخاب فرم بدنی ایدئال، اقدامات و رفتارهای مثل رعایت رژیم‌های غذایی، انجام مستمر ورزش و مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی از اقدامات اولیه و مقدماتی در این زمینه است. برخی از مشارکت‌کنندگان در این زمینه معتقد هستند که مصرف نمایی بدن و خودنمایی بدنی در جامعه امروزه کاملاً رایج و امری متداول است. بر این اساس مشارکت‌کنندگان معتقد بوده‌اند که با توجه به تقاضاهای جامعه و به‌خصوص تقاضاهای جنس مخالف در جامعه و انتخاب و پذیرش این نوع فرم بدنی، سعی می‌کنند فرم بدنی ایدئالی را در جامعه به نمایش بگذارند تا مقبولیت بیشتری در جامعه کسب کنند و از پذیرش اجتماعی بیشتری برخوردار گردند. از سوی دیگر، بتوانند به تقاضاهای جنس مخالف پاسخ مطلوب دهند.

الگوی پارادایمی پژوهش



بررسی مسائل اجتماعی ایران، دوره یازدهم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، ص ۲۵۷-۲۸۷

بحث و نتیجه گیری

در این مقاله سعی شده است در مورد بدن‌سازی و گرایش به باشگاه‌های بدن‌سازی در بین مردان جوان شهر شیراز پرداخته شود. با توجه به داده‌های پژوهش می‌توان گفت که از نظر این مشارکت‌کنندگان مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی و انجام ورزش بدن‌سازی به‌مثابه نوعی بازاندیشی و خودنمایی بدنی است. بر این اساس و با توجه به داده‌های پژوهش می‌توان گفت از ویژگی‌های اصلی دنیای که در آن قرار داریم، ویژگی دیده شدن و در معرض دید بودن یا همان خودنمایی و مصرف نمایشی است. بصری شدن منبع اصلی برقراری ارتباط و به‌کار بستن معناها شده است. در چنین وضعیتی شیوه‌های زندگی اساساً از رهگذر نمایش دائماً در حال تغییر سطح ظاهری ایجاد می‌شوند. بنابراین، اولاً اهمیت قطعی ظواهر و نمادهای تصویری از آنجا ناشی می‌شود که منبع اساسی تعیین معنای هر چیز همان ظاهر آن چیز خواهد بود و دوم اینکه اعضای جامعه جدید که به اهمیت ظواهر وقوف یافته‌اند، اهمیت بسیار زیادی به نظارت و مراقبت از ظواهری خواهند داد که تحت کنترل و در حوزه قدرت آن‌ها قرار دارد. از میان این ظواهر، بدن به‌منزله مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین منبعی است که می‌تواند حامل و خودنمایی و بازنمایی تفاوت‌های شیوه‌های زندگی باشد. پس می‌توان گفت یکی از دلایل اصلی این نوع

خودنمایی، ایجاد تمایز بین خود و دیگران و کسب قدرت، منزلت و مقبولیت بیشتر است. این یافته، با یافته‌های پژوهش کیوان‌آرا و همکاران (۱۳۸۹)، نوری و محسنی تبریزی (۱۳۹۵)، استروبل و پترای (۲۰۱۷) و تازگول و گوول (۲۰۱۸) و واتسون و همکاران (۲۰۱۹) هم‌راستا است؛ یعنی اینکه در این پژوهش‌ها هم به این نتیجه رسیدند که مقایسه ظاهر و کسب مقبولیت اجتماعی از عوامل اصلی گرایش به بدن‌سازی و مدیریت بدن است.

پدیده مرکزی یا مقوله هسته پژوهش تحت تأثیر شرایط علی مختلفی است که می‌توان به کسب قدرت و نفوذ اجتماعی و مقبولیت، تمایز و پایگاه خود با دیگران، پذیرش اجتماعی بالاتر در جامعه، حس خودبرتربینی، فشار هنجاری اطرافیان، کسب منزلت نزد جنس مخالف و تقاضاها و جذابیت‌های بدنی جنس مخالف اشاره کرد. یعنی اینکه این شرایطی که ذکر گردید از جمله عوامل علی می‌باشند که بر پدیده مرکزی یعنی گرایش به خودنمایی بدن تأثیر علی دارند. پس می‌توان گفت که از نظر مشارکت‌کنندگان کسب منزلت و قدرت و نفوذ اجتماعی بالاتر و کسب مقبولیت اجتماعی در جامعه با تمایل به ورزش بدن‌سازی پیوند دارد. همچنین از نظر مشارکت‌کنندگان نوع تقاضاهای که در جامعه وجود دارد و نوع سلیقه و ذائقه‌های بدنی که در جامعه و به‌خصوص در نزد جنس مخالف وجود دارد می‌توان به‌عنوان عوامل تسریع‌کننده و شرایط علی در نظر گرفت که بر تمایل بیشتر به مراجعه به باشگاه‌های بدن‌سازی و انجام دادن ورزش‌های بدن‌سازی نقش دارند. همچنین شرایط مداخله‌گری که بر پدیده هسته پژوهش تأثیر دارند می‌توان به نارضایتی و سواس‌گونه از ظاهر، اضطراب بد دیده شدن، ارزیابی از میزان جذابیت بدن و ادراک خودشیفتگی بدنی اقتدار اشاره کرد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود شرایط مداخله‌گر بر پدیده هسته بیشتر جنبه ذهنی و روان‌شناختی دارند. از سوی دیگر می‌توان به شرایط زمینه‌ای یا بستر اشاره کرد که نقش پررنگی بر پدیده مرکزی دارند. از جمله این شرایط زمینه‌ای می‌توان به شرایط و وضعیت منزلتی، شرایط و وضعیت طبقاتی و شرایط و وضعیت خانوادگی اشاره کرد.

مشارکت‌کنندگان پژوهش نسبت به مقوله هسته پژوهش واکنش‌های متعددی داشته‌اند که از جمله می‌توان به دو واکنش مقایسه ظاهر با دیگران و دل‌نگرانی مربوط به ظاهر اشاره کرد. یعنی اینکه یکی از استراتژی‌های مشارکت‌کنندگان مقایسه بدن و ظاهر خود با افراد برجسته

است. مقایسه ظاهر با دیگران از جمله اصلی‌ترین استراتژی‌های است که مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ذکر کردند. آن‌ها معتقد هستند که در طول بدن‌سازی گرایش روزافزونی به مقایسه با افراد موردنظر داشتند و تمام سعی‌شان این بوده است که بدنی شبیه فرد موردنظر داشته باشند. از سوی دیگر، افرادی که در اطراف این مشارکت‌کنندگان بودند هم همین نوع گرایش را داشتند. پس این مشارکت‌کنندگان تلاش می‌کردند تا به این ایدئال‌های ذهنی یا تیپ‌های ایدئالی که تعریف کرده‌اند برسند. همچنین یکی دیگر این استراتژی‌های می‌توان به دل‌نگرانی‌های مربوط به ظاهر اشاره کرد. بر این اساس می‌توان گفت که مشارکت‌کنندگان نگرانی‌های زیادی در مورد ظاهر و بدن خود داشتند و سعی می‌کردند با انواع استراتژی‌ها مثل رژیم‌های غذایی و تمایل به داروهای نیروزا این نوع دل‌نگرانی‌ها را کاهش دهند. این نوع پدیده پیامدهای متعددی دارد که از جمله می‌توان به پیامدهای مثل مصرف نمایی و تجمل‌گرایانه، پیدایش حس خودبرتربینی و خودشیفتگی، ادراک حس تحقیرگرایانه نسبت به دیگران، تمایل نامطلوب و بی‌رویه به بدن‌سازی، مصدومیت‌های مداوم بدنی، گرایش به مصرف انواع داورهای نیروزا اشاره کرد.

در پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سؤالات و پرسش‌های مختلفی بوده‌ایم برای مثال مردان جوان ابعاد مختلف ورزش بدن‌سازی را چگونه تجربه می‌کنند؟ این پرسش با محوریت تجربه و ادراک مشارکت‌کنندگان بررسی شده است. در این زمینه می‌توان گفت مقوله هسته به‌نوعی پاسخ به این پرسش بوده است. یعنی اینکه تجربه و ادراک مشارکت‌کنندگان از ورزش‌های بدن‌سازی را می‌توان با عنوان بازاندیشی مدرن، مدیریت بدن و خودنمایی بدنی بیان نمود. می‌توان به این نتیجه دست پیدا کرد که مشارکت‌کنندگان با انجام ورزش‌های بدن‌سازی به دنبال بازاندیشی در ابعاد مختلف هویتی و سبک زندگی و فرم بدنی هستند، از سوی دیگر تمایل دارند مدیریت بدن را به‌دلخواه انجام دهند و فرم بدنی ایدئال را به‌صورت دلخواه انتخاب کنند و از سوی دیگر به دنبال بازنمایی و خودنمایی فرم بدنی ایدئال در جامعه هستند. پرسش دیگر این بود، درک و تجربه مردان جوان از انجام ورزش‌های بدن‌سازی چگونه به‌وجود می‌آید؟ و زمینه‌های اجتماعی آن کدام‌اند؟. این پرسش بیشتر حول چند محور اساسی در این پژوهش بیان شده است. از جمله بخش‌های که در پاسخ به این پرسش بوده است می‌توان به شرایط علی

و بستر و شرایط زمینه‌ای اشاره کرد. یعنی اینکه برای شکل‌گیری و تجربه ورزش‌های بدن‌سازی، عوامل زمینه‌ای و علی متعددی دخیل بوده‌اند و این عوامل شرایط انجام ورزش‌های بدن‌سازی و مراجعه به باشگاه بدن‌سازی را مهیا کرده‌اند. همه شرایط علی و شرایط زمینه‌ای در پاسخ به این پرسش مطرح شده‌اند. پرسش دیگر این است، عوامل دخیل در چگونگی روی آوردن مردان جوان به بدن‌سازی کدام‌اند؟ این پرسش هم بیشتر در قسمت‌های که عوامل و شرایط مداخله‌گر توضیح داده شده‌اند، پاسخ داده شده است. به صورت نمونه می‌توان به اضطراب بد دیده شدن و سبک زندگی سلامت‌محور به مثابه عوامل مداخله‌گر اشاره کرد که از جمله عوامل دخیل در چگونگی روی آوردن جوانان به ورزش‌های بدن‌سازی شده است. سایر عوامل مداخله‌گر در بخش شرایط مداخله به صورت مفصل توضیح داده شده‌اند.

جذابیت جسمانی و فیزیکی یک شخص می‌تواند پیوند چندجانبه‌ای با تجربیات اجتماعی او داشته باشد. معمولاً ورزشکاران و به خصوص افرادی که ورزش‌های بدن‌سازی را انجام می‌دهند، اهمیت بیشتری به این موضوع قائل هستند و سعی می‌کنند جذابیت‌های فیزیکی و بدنی را جزء اولویت‌های اصلی کاری خود قرار دهند. این جذابیت‌های جسمانی و فیزیکی بر چندین حوزه تأثیرگذار است. از جمله می‌توان به نگرش‌های مثبت دیگران، موضوع ازدواج، پذیرش اجتماعی، پذیرش آسان‌تر در نزد جنس مخالف و ... اشاره کرد. در این زمینه هم پژوهش‌های زیادی بر همین موضوع تأکید کرده‌اند و نتایج این پژوهش با یافته‌های این پژوهش هم‌سوست. نتایج پژوهش لانگوویز و همکاران در این زمینه نشان داد که افراد جذاب به‌عنوان افراد شایسته و لایق در موقعیت‌های حرفه‌ای‌شان مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و این افراد با مشکلات کمتری در موقعیت‌های شغلی‌شان دست‌وپنجه نرم می‌کنند. همچنین در مورد پیوند جذابیت‌های جسمانی و انتخاب همسر؛ یافته‌های اسوامی و همکاران نشان داد که هم مردان و هم زنان جذابیت‌های ظاهری را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین معیارهای انتخاب همسر دائم معرفی نموده‌اند. بر این اساس و با تأکید بر یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت یکی از اهداف اصلی مشارکت‌کنندگان دست‌یابی به فرم بدنی ایدئال و به دست آوردن جذابیت‌های ظاهری در فرم بدن بوده است؛ چراکه این مشارکت‌کنندگان فرم بدنی ایدئال و کسب جذابیت‌های ظاهری در این زمینه را مساوی با کسب و موفقیت در زمینه‌های زیادی قلمداد می‌کردند.

همچنین طبق یافته‌های پژوهش و ادراک مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت بدن به‌عنوان مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین محلی که می‌تواند حامل نمادهای بصری نمایش‌دهنده صور هویت در فرهنگ‌های نمایشی جوامع مدرن باشد، یک اصل هویتی است و این نمایش شامل مشخصه‌های و خصایصی مختلفی است و در بسترهای اجتماعی مختلف، این خصایص و ویژگی‌ها می‌توانند متغیر و متکثر باشند. از سوی دیگر تنظیم یا انضباط بدن از طریق دست‌کاری و دخل و تصرف در ظواهر جسمانی از مؤلفه‌های اصلی روش‌های تشخیص تفاوت‌های سبک زندگی است. بر اساس ادراک مشارکت‌کنندگان می‌توان گفت که این نوع سبک زندگی هم به‌مانند سایر سبک‌های زندگی می‌تواند پیامدهای مختلفی برای فرد داشته باشد و این پیامدها می‌توانند هم مثبت باشند و هم منفی. مشارکت‌کنندگان معتقدند برای رسیدن به این نوع سبک زندگی باید استراتژی‌های مختلفی به کار ببرند و اگر در انجام این استراتژی‌ها کوتاهی کنند، پیامدهای منفی و ناخواسته می‌توانند چند برابر بر فرد تحمیل شوند.

منابع

- آقایی، عاطفه، و خلیلی، محسن (۱۳۹۶)، تحلیل پدیدارشناسانه مدیریت بدن در بین دختران و زنان جوان شهر تهران، کنفرانس ملی رویکردهای نوین علوم انسانی در قرن ۲۱، رشت، دانشگاه امام صادق (ع) پردیس خاوران.
- احمدی، عزت‌الله و همکاران (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز. فصلنامه پژوهش‌نامه زنان، ۷(۱)، ۲۹-۵۰.
- استراوس، آنسلم و کربین، جولیت (۱۳۹۲). مبانی پژوهش کیفی، ترجمه؛ ابراهیم افشار، تهران، نشر نی.
- امامی غفاری، مهدیه، ملکی، امیر و زاهدی، محمدجواد (۱۳۹۴) تصور از بدن و پذیرش اجتماعی آن (مطالعه‌ای تجربی در میان دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور تهران)، مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۴.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۲) روش‌شناسی تحقیقات کیفی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- رستمی، نیر و راد، فیروز (۱۳۹۸). تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در بین بانوان ورزشکار. مجله مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، شماره ۱. ۶۳-۹۴.

- ربانی، رسول، کیوان آرا، محمود و ژیان پور، مهدی (۱۳۸۹). قشربندی اجتماعی و اصلاح بدن/جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی، مطالعات راهبردی زنان، ۱۲ (۴۷)، ۹۸-۷۳.
- شکریگی، عالیه و امیری، امیر (۱۳۹۰) مدیریت بدن و مقبولیت اجتماعی (مطالعه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی و پیام نور شهر زنجان). فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۲ (۳)، ۱۰۸-۸۵.
- ضیاءپور، آرش و باقریان جلودار، مصطفی (۱۳۹۲). عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در بین جوانان گیلانغرب. مجله جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، ۵، ۱۰۸-۷۹.
- عسگری، پرویز، احتشامزاده، پروین و پیرزمان، سهیلا (۱۳۹۲). «رابطه پذیرش اجتماعی و نقش جنسیتی با بهزیستی روان‌شناختی در دانشجویان دختر»، فصلنامه زن و فرهنگ، شماره ۵، ۱۱۰-۹۹.
- علمی، محمود، صباغ، صمد و افتخاری، سروه (۱۳۸۹). تعیین رابطه بین ابعاد سبک زندگی و مدیریت بدن در میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی بوکان، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی، سال دوم، شماره ۷، ۴۰-۲۳.
- علیزاده، لیلی، حسینی، فاطمه، و محمدزاده، حسن (۱۳۹۴). ارتباط خودشیفتگی و ادراک بدنی در مردان بدن‌ساز»، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، سال یازدهم، شماره ۲۱، ۸۲-۷۵.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- قاسمی، افسانه (۱۳۹۶). مطالعه کیفی نگرش و ادراکات زنان از بدن با تأکید بر جراحی‌های زیبایی، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و هشتم، شماره چهارم، ۱۷۳-۱۹۴.
- کیوان آرا، محمود (۱۳۸۶). اصول و مبانی جامعه‌شناسی پزشکی. اصفهان، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی اصفهان.
- گافمن، اروینگ (۱۳۸۶). داغ‌ننگ، ترجمه مسعود کیانپور، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی. ترجمه: هوشنگ نابی. تهران، ایران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه: ناصر موفقیان. تهران، ایران: نشر نی.
- محسن زاده، رسول، اتابک، محمد و عرب‌پور، الهام. (۱۳۹۴). بازنمایی هویت از طریق بدن در باشگاه‌های بدن‌سازی شهر تهران (مطالعه موردی ۵ باشگاه پرورش‌اندام در شهر تهران)، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۱ (۲۹)، ۳۷-۶۰.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی: ضد روش ۲. تهران، ایران: انتشارات جامعه‌شناسان.

- نوری، علی و محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن با تأکید بر خودنمایی، مورد مطالعه: مردان شهر تهران، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۲، ۵۳-۲۹.
- نوروزی، علی و همکاران (۱۳۹۷). بررسی تأثیر تصویر بدن و مدیریت بدن بر مشارکت ورزشی زنان استان ایلام، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۲۶ (۷۲): ۹۹-۱۲.
- Devrim, A, Pelin, B & Nobuko H. (2018). "Is There Any Relationship Between Body Image Perception, Eating Disorders, and Muscle Dysmorphic Disorders in Male Bodybuilders?". *American Journal of Men's Health*. Volume: 12, Issue: 5, page (s): 1746-1758.
- Helfert, S, & Warschburger, P. (2011). A prospective study on the impact of peer and parental pressure on body dissatisfaction in adolescent girls and boys. *Body Image*, Volume 8, Issue 2, 2011, pp. 126-134.
- Patton, M. (2002). *Qualitative research & Evaluation Methods* (3rd Ed). Thousand Okas, CA: Sage.
- Turner, B. (2009). *The Sociology of the Body*, in, Bryan s. Turner (Eds). In the new Blackwell companion to social theory. Blackwell Publishing.
- Turner, B. S. (1996). *The Body and Society: Explorations in Social Theory* (second edition). London: Sage Publication, Inc.
- Ünsal T, Özbay G. (2018). "Comparison of Body Perceptions of Athletes in the Team and Individual Branches", *Universal Journal of Educational Research*. 6 (5): 1036-1039.
- Watson, R. , Sarah K. Murnen. , S, College, K. (2019). Gender differences in responses to thin, athletic, and hyper-muscular idealized bodies. *Body Image* Volume 30, September 2019, Pages 1-9.
- Wills, W, Kathryn, B, Gregory, S & Lawton, J. (2006). "Young teenagers' perceptions of their own and others' bodies: a Qualitative Study of Obese, Overweight and 'Normal' Weight Young People in Scotland" *Social Science & Medicine*. Vol. 62: 396-40.