

عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری تصویر بدن (مطالعه موردی زنان شهر اصفهان)

محمود کیوان آرا، دانشیار گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان
منصور حقیقتیان، استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان
عادله کاوه‌زاده، دانشجوی کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان*

چکیده

دنیای کنونی، دنیای روابط کوتاه و مقطعی است و لذا افراد بیش از آنکه خود را به سبب تفاوت‌ها یا شباهت‌هایی در ویژگی‌های انتسابی و اکتسابی بشناسند، خود را با ویژگی‌های ظاهری و آشکار می‌شناسند و ظاهر هر فرد نشان‌دهنده هویت فردی اوست. به عبارتی، منبع اصلی و اولیه شکل‌گیری ارتباط و تفسیر معنای هر چیزی ظواهر خواهد بود. زنان به عنوان نیمی از جامعه، دارای ادراک، احساس و تصوراتی‌اند که به شناخت نیاز دارد. با توجه به اینکه آموخته‌های انسانی می‌تواند در پیدایش تصویر ذهنی بدن زنان عامل تعیین‌کننده باشد، بر این اساس هدف کلی انجام این تحقیق، شناخت عوامل اجتماعی و منابع جامعه‌پذیری مؤثر بر شکل‌گیری تصور ذهنی زنان از بدن خودشان است. این پژوهش از نوع پیمایشی است که به شکل توصیفی - تحلیلی انجام شده است. جامعه آماری در این تحقیق زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله شهر اصفهان بودند که از بین آنها ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. آزمون مقدماتی بین ۳۰ نفر از افراد جامعه مورد مطالعه انجام شد. از ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه بهره گرفته شد. بر این اساس، پایایی گویه‌های مربوط به تصویر بدن، دیدگاه اطرافیان، مدیریت بدن و رسانه بالای ۰/۷ مقبول بوده و در حد خوب ارزیابی گردید. برای تحلیل‌های آماری مورد نیاز از بسته نرم‌افزاری SPSS استفاده شده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد زنان تحصیل کرده و مجرد و کم سن‌تر، نمره تصویر بدنی بالاتر و نگاه مثبت‌تری به بدن خود دارند. رسانه، خانواده، مدرسه و اطرافیان از عناصر تأثیرگذار بر تصویر بدن بودند و از میان این عناصر، رسانه قدرت تبیین بیشتری داشته است. به نظر می‌رسد جامعه‌پذیری فرد در طول زندگی می‌تواند در شکل‌گیری تصویر ذهنی بدن مؤثر واقع شود. مطالعات دیگر داخلی و خارجی یافته‌های این پژوهش را تأیید می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: تصویر بدن، جامعه‌پذیری، زنان.

مقدمه

تصویر ذهنی در برگیرنده عقاید، احساسات آگاهانه و غیرآگاهانه در مورد بدن است (Amidi, et.al., 2006)، تصویر ذهنی، تصویری روانی است که فرد از ظاهر فیزیکی خود دارد، به عبارت دیگر، احساسات منفی و مثبتی است که فرد درباره شکل و اندازه بدن خود دارد. (Gromel, et.al., 2000) تصویر ذهنی منفی از خود می‌تواند به نارضایتی از بدن و احساس جذاب نبودن و در نهایت مشغولیت فکری نسبت به وضعیت ظاهری قسمتی از بدن در حد اختلال منجر عملکرد شود (Richardson, et.al., 2000). اگر چه تصویر ذهنی از بدن ساختاری چند بعدی است، ولی غالباً به صورت درجاتی از ظاهر فیزیکی (اندازه، شکل، و ظاهر عمومی) تعریف می‌شود (Boyd, 2002). درک اشتباه از تصویر ذهنی می‌تواند به مشکلات جسمی و روحی منجر شود (Levine, et.al., 2004). عده‌ای شکل‌گیری تصویر ذهنی فرد از بدن خویش را ذاتی و غریزی می‌دانند. در این دیدگاه جنسیت اهمیت پیدا می‌کند، بنابراین عواملی مانند قد، وزن و دیگر عوامل بیولوژیک با توجه به جنس مهم تلقی می‌شود. در مقابل، برخی تفاوت را نتیجه نحوه جامعه‌پذیری دانسته، نوع رفتار جامعه و عناصر اجتماعی را موثر در تفاوت‌ها می‌دانند (ابوت، والاس، ۱۳۸۰:۲۸۸). در این دیدگاه افراد در طول فرآیند جامعه‌پذیری با انتظارات متفاوتی در مورد «خود» روبه‌رو می‌شوند و به مرور فرا می‌گیرند که بدن بخشی از خود است که با آنکه یک هستی زیست‌شناختی و روان‌شناختی است، پدیده‌ای است که به صورت اجتماعی ساخته می‌شود (آزاد ارمکی، چاووشیان، ۱۳۸۱:۵۹). بدین سبب است که عده‌ای از پژوهشگران معتقدند بدن و نگرانی در مورد آن، یکی از مهمترین نگرانی‌ها و یکی از بزرگترین دل‌مشغولی‌ها در زندگی

افراد در جوامع مدرن، به ویژه برای زنان است. بسیاری از زنان از بدو نوجوانی یک حس خود بی‌زاری را در خود، درونی و ملکه ذهن می‌کنند (واتکینز، ۱۳۸۴) و با توجه به ابدال‌های مطلوب جامعه همواره از بدنشان احساس نارضایتی می‌کنند. ناخشنودی زنان می‌تواند نتیجه شکاف بین تصور ذهنی فرد از خود که در فرایند جامعه‌پذیری حاصل شده و ویژگی‌های زن آرمانی جامعه که بر اساس فرهنگ و جامعه در هر دوره تاریخی متفاوت است، به وجود آید. گاهی چنین شرایطی می‌تواند زنان را به درگیری‌های ذهنی و روحی، اضطراب، عدم اعتماد به نفس و افسردگی سوق دهد. با توجه به اینکه آموخته‌های انسانی می‌تواند در پیدایش تصور بدنی زنان عاملی تعیین کننده باشد، بررسی رویه جامعه‌پذیری و چگونگی شکل‌گیری تصویر بدنی براساس جامعه‌پذیری و دیگر عوامل اجتماعی می‌تواند به فهم گرایش زنان به بدن کمک کند. پر واضح است که ظاهر آرایشی و زیباسازی بدن از پیچیده‌ترین گفتمان‌های دهه‌های اخیر جامعه ما به شمار می‌رود (اخلاصی، ۱۳۸۶؛ آقیاری، ۱۳۸۲؛ احمدنیا، ۱۳۸۵؛ کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۸۹). ضرورت پرداختن به این مسأله زمانی نمود می‌یابد که بدانیم دل‌مشغولی و دغدغه ذهنی و روحی، تصویر نامطلوب ذهنی از بدن و عدم رضایت از وضعیت جسمانی، زنان را درگیر مشکلاتی می‌سازد تا تمامی انرژی، هزینه و وقتشان را به خود معطوف نموده، از دستیابی و حتی توجه به مسائل و موضوع‌های حیاتی‌تر زندگی باز داشته شوند. این موضوع همچنین می‌تواند بر میزان اعتماد به نفس زنان و سلامت روانی و اجتماعی آنان بسیار مؤثر باشد.

تحقیق پیرامون رابطه مدیریت بدن و تصویر بدن در داخل کشور انجام شده است که به برخی از آنها اشاره می‌شود: اخلاصی (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان

یائسگی رسیده‌اند، بین متغیرهای سن، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، سطح تحصیلات، محل سکونت، درآمد ماهانه، تعداد فرزندان، بیرون آوردن رحم و نهایتاً معالجه از طریق هورمون و تصور از بدن رابطه معناداری پیدا نکرده‌اند (Khorshid, et al. 2007). همچنین بوت‌ا در مطالعه خود به این نتیجه رسیده است که مطالعه مجلات و مقایسه‌های اجتماعی، از عوامل مؤثر در تصور بدن و اختلالات غذایی است (Botta, 2003). مطالعه لوینستون و همکارانش نیز نشان می‌دهد که جنسیت و نژاد در تصویر بدن در میان نوجوانان مؤثرند، اما آنها بر این باورند که ارزیابی والدین نقش مهمتری در تصویر بدن در بین فرزندان و به ویژه در بین دخترها دارد (Levinson, et al. 1986). نتایج بسیاری از این تحقیقات تا حد زیادی به بدن و مفاهیم آن مربوط می‌شود، ولی وجه تمایز پژوهش حاضر با تحقیقات دیگر این است که در تحقیقات پیشین، نقش جامعه‌پذیری در شکل‌گیری تصویر بدن بررسی نشده است و این مقاله به بررسی دلایل توجه به بدن و عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری تصویر بدن در زنان پرداخته، در این راستا تعیین رابطه بین عوامل جامعه‌پذیری مانند مدرسه، خانواده، رسانه‌ها، دوستان و اطرافیان و تصویر ذهنی زنان از بدن خویش مورد توجه قرار می‌گیرد.

چارچوب نظری

زمینه‌های مبحث مربوط به بدن را باید در رویکردهای کنش متقابل نمادی جستجو نمود. در این رهیافت بدن که قسمتی از «خود» است، از رهگذر تبادل فرد با دیگران رشد می‌یابد. آگاهی یک شخص از خودش، بازتاب افکار دیگران درباره خودش است؛ پس به هیچ روی نمی‌توان از خودهای جداگانه سخن به میان آورد.

«مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن» نشان داده است که توجه زنان به بدن در همه وجوه از حیث آرایشی، مراقبت و نگهداری شدت یافته است. بر مبنای این پژوهش بین عوامل مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی-اجتماعی با مدیریت بدن رابطه معناداری وجود دارد و رابطه متغیرهای دینداری و مدیریت بدن معکوس و معنادار است (اخلاصی، ۱۳۸۶). رضایی و همکارانش در تحقیقی پیرامون مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی نشان می‌دهند که مصرف‌گرایی، فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای ۸۳ درصد تغییرات متغیر وابسته (مدیریت بدن) را تعیین می‌کند. پهلوان‌زاده و همکارانش نیز در سال ۱۳۸۴ طی تحقیقی به بررسی رضایت از تصویر ذهنی بدن و شاخص توده بدن در نوجوانان پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که ۳۹/۵ درصد نوجوانان پسر و ۳۹ درصد نوجوانان دختر دارای شاخص توده بدن غیر طبیعی بودند و ارتباط معنی‌داری بین رضایت از تصویر ذهنی و شاخص توده بدن در دانش‌آموزان وجود داشت. یافته‌ها همچنین نشان داد که میانگین رضایت از تصویر ذهنی از بدن در دختران کمتر از پسران بود. خواجه نوری و مقدس در سال ۱۳۸۸ به بررسی رابطه جهانی شدن و تصور بدن پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان دهنده آن است که مدل نهایی تحقیق، به ترتیب با استفاده از شش متغیر نوگرایی، آگاهی نسبت به جهانی شدن، شیوه زندگی، گفتگو در خانواده، سرمایه فرهنگی و وضعیت تأهل، نزدیک به ۴۰ درصد از تغییرات تصور بدن در زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان را تبیین می‌کند.

تحقیقات دیگر پژوهش‌ها در خارج از کشور بدین قرار بودند: خورشید و همکارانش در مطالعه خود بر روی تصور بدن در میان زنان ترکی که به مرحله

کولی برای روشن کردن موضوع به خصلت انعکاسی خود اشاره می‌کند؛ بدین ترتیب مفهوم «خود» ابتدا در دوران کودکی شکل می‌گیرد و سپس در طول زندگی هر زمان که شخص وارد موقعیت اجتماعی جدیدی می‌گردد فرد را قادر می‌سازد تا تصور «خود» را رشد دهد (کوزر، ۱۳۷۳). هربرت مید نیز به «دیگری تعمیم یافته» اشاره می‌کند که در آن فرد مطابق ترکیبی از انتظاراتی که گمان می‌کند دیگران از او دارند، رفتار نموده، با فرایند «نقش‌پذیری» و «بازی کردن نقش» از دیگری تعمیم یافته خود آگاهی پیدا می‌کند و فرایند جامعه‌پذیری را طی می‌کند. گافمن (۱۳۸۶) در زمینه مبحث «داغ اجتماعی» یا «لکه‌ننگ» موضوع موقعیت بدن و تعاملات اجتماعی را بررسی می‌کند. از نظر هافمن، مدیریت بدن در حفظ و نگهداشت آشنایی بین افراد، نقش‌ها و روابط اجتماعی محوریت اساسی دارد و به عنوان یک حلقه واسط بین هویت فردی و هویت اجتماعی افراد به ایفای نقش می‌پردازد. در اینجا، بدن به عنوان منجی قلمداد می‌گردد که می‌توان آن را به شیوه‌های گوناگون در جهت شکل‌دهی گونه‌ای خاص از خود مدیریت نمود (Shilling, 1993). به هر حال، به دنبال افزایش مفهوم خود در جامعه‌شناسی و اینکه بدن بخشی از خود است، بدن به منزله یک محصول اجتماعی که می‌تواند در تعامل فرد با دیگران ادراک صحیحی از خود داشته باشد، مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفت.

گرچه چارچوب تئوریک در نظریه‌های تعاملی بر محور کنش متقابل فرد و جامعه است و بدن به عنوان یک واقعیت اجتماعی در این تعامل ساخته می‌شود، اما ساخت‌گرایانی چون ترنر و فراساخت‌گرایانی مانند فوکو نیز بدن را محصول شرایط اجتماعی قلمداد می‌کنند. ترنر بدن را محصول پیامدهای اساسی و تغییرات جوامع

صنعتی غرب قلمداد می‌کند که گرچه به لحاظ تاریخی مذهب به عنوان نهادی نیرومند بیشترین تأثیر را بر بدن داشته است، اما شرایط اجتماعی در جوامع صنعتی غرب امروزه به گونه‌ای است که جامعه‌شناسانی مانند گیدنز معتقدند از مجموع تأثیرات متنوع مدرنیته بر زندگی انسان‌ها می‌توان به کاهش اقتدار دینی در مورد تعریف و تنظیم بدن اشاره کرد (گیدنز، ۱۳۸۶). ترنر علاوه بر آن رابطه بین نظم اجتماعی و بدن را مورد توجه قرار می‌دهد و مسأله نظم را برای هر تئوری اجتماعی اساسی‌ترین مسأله می‌داند و به دنبال این موضوع است که نظم جامعه‌ای خاص از طریق انضباط بدن‌ها به وجود آمده است. او معتقد است که واژه رژیم^۱ به معنی شیوه زندگی و به عنوان تنظیم زندگی، معنای ویژه‌تری از خوردن بر طبق قواعد تجویز شده دارد. معنای دیگری که از واژه رژیم وجود دارد، حکومت است. بنابراین، می‌تواند هم برای حکومت بر بدن و هم حکومت بر جامعه کاربرد داشته باشد و از این نظر می‌تواند جالب باشد. ترنر به ارتباط متقابل بین بدن، فرهنگ و جامعه نیز می‌پردازد و معتقد است احساس، ادراک، چگونگی ایفای نقش و نوع رفتار تا حد زیادی - و نه تماماً - به فرهنگ وابسته است. ترنر خصلت دوگانه‌ای برای بدن قائل است که به اعتقاد وی ممکن است تا حدی متناقض به نظر رسد. وی این‌گونه بیان می‌کند که همه ما دارای بدن‌هایی هستیم، اما در عین حال، ما همچنین در یک معنای خاص، بدن هستیم. بدن ما ابزاری ضروری برای شناسایی اجتماع ماست (همان).

موضوع بدن آدمی در نظریه‌های اجتماعی اخیر قبل از ترنر، به ویژه توسط میشل فوکو مورد توجه قرار گرفته بود. شاید نخستین کسی که پرسش از بدن را وارد

¹ diet

تصور اجتماعی با هر تأثیری از دیگران وجود دارد. نه تنها جامعه بدن‌های درونش را کنترل می‌کند و شکل می‌دهد، بلکه بدن نیز کلکسیون‌ی از نمادهای طبیعی ایجاد می‌کند که از طریق آن جامعه و چگونگی سازمان یافتن آن را می‌توان درک نمود. نکته مورد تأکید داگلاس این است که بدن گیرنده معنای اجتماعی و نمادی از جامعه است. داگلاس ضمن بیان اینکه بدن انسان، آماده‌ترین و مستعدترین تصویر قابل دسترسی از نظام اجتماعی است، تصریح می‌کند که ایده‌های رایج درباره بدن به میزان بالایی با اعتقاد متداول و مرسوم درباره جامعه شباهت دارند (داگلاس، ۱۹۷۰).

گیدنز بدن را در شرایط بازتابی جوامع مدرن، در برابر فعالیت‌های اجتماعی بدن در جوامع سنتی بررسی می‌کند و معتقد است رژیم‌های ویژه بدن‌سازی و توجه به آراستگی و نظافت جسم طی دوره اخیر تجدد بدن را در برابر گرایش‌های بازتابی مداوم، به ویژه در شرایطی که کثرت انتخاب وجود داشته باشد، تأثیرپذیر ساخته است. هم برنامه‌ریزی و تنظیم زندگی و هم پدید آمدن گزینه‌هایی که برای انتخاب شیوه زندگی با رژیم‌های غذایی در آمیخته‌اند، کاملاً کوتاه بینانه خواهند بود. اگر این پدیده فقط به عنوان تغییر الگوهای آرمانی ظواهر جسمانی یا فقط به عنوان تأثیرات بازتابی تبلیغات تجاری تفسیر و تحلیل شود، واقعیت این است که ما بیش از پیش مسؤول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه سنتی بیشتر فاصله گرفته باشد، فشار این مسؤولیت را بیشتر احساس می‌کند (کسل، ۱۳۸۳). گیدنز نظارت دیگران را امری ضروری در کنترل بدن می‌داند و ضمن تصریح به پایان ناپذیری فرایند کنترل شخص روی حرکات بدن خویش، بیان می‌کند که یک عامل با صلاحیت بودن، تنها به معنای آن نیست که چنین کنترل مداومی را بدون

علوم اجتماعی نموده، میشل فوکو باشد. از نظر فوکو یکی از ابعاد اساسی جهان مدرن، انضباط است. همگام با ظهور جوامع مدرن، شیوه‌ها و روش‌هایی به منظور تنظیم رفتار و حالات افراد و روابط میان آنها به وجود آمده است که فوکو آن را با مفهوم "انضباط" بیان کرده است (فوکو، ۱۳۷۸). هدف اصلی انضباط، افزایش تسلط فرد بر بدن خود بود. البته، هدف فقط افزایش مهارت‌های بدن یا تشدید انقیاد آن نبود، بلکه شکل بخشیدن به رابطه‌ای بود که در درون همان سازوکار، بدن را به آن اندازه مطیع‌تر سازد که مفیدتر است و برعکس. بدین ترتیب انضباط، بدن‌هایی فرمان‌بردار، تمرین کرده و بدن‌هایی مطیع می‌سازد. در یک کلام انضباط، قدرت را از بدن جدا می‌کند. از یک سو، این قدرت را به توانایی و قابلیت‌هایی که در پی افزایش آن است، بدل می‌کند و از سوی دیگر، انرژی و قدرتی را که ممکن است از آن نتیجه شود، معکوس می‌کند و از آن مناسبات سفت انقیاد را می‌سازد (فوکو، ۱۳۷۸).

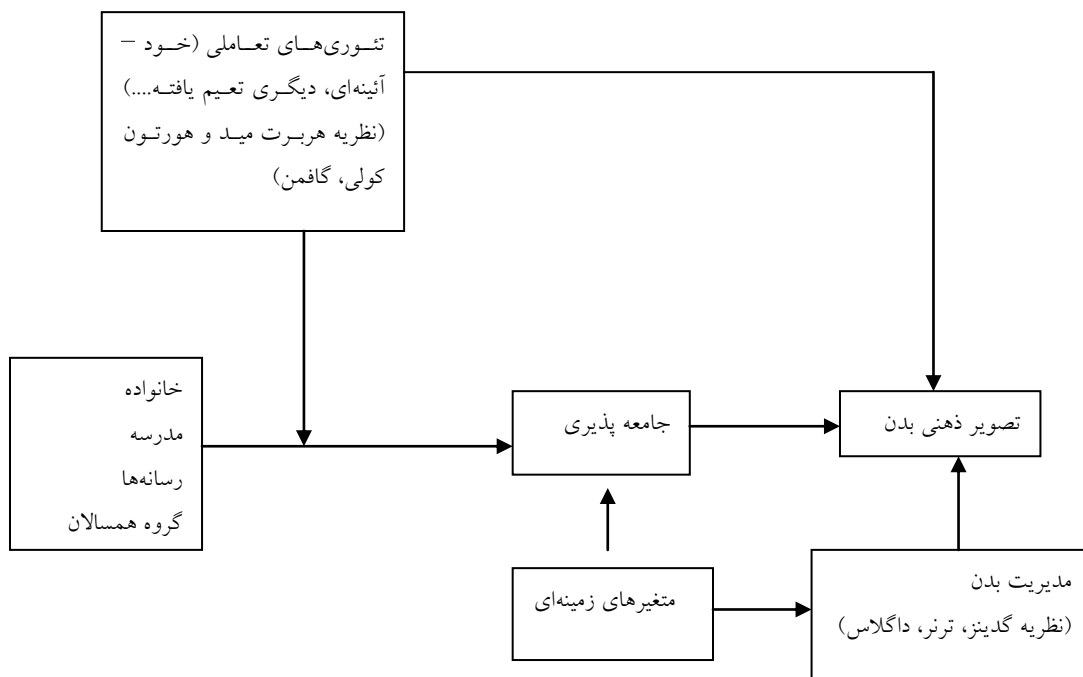
داگلاس یکی از صاحب‌نظران حوزه انسان‌شناسی، بدن را به مثابه یک متن فرهنگی در نظر می‌گیرد که ارزش‌های فرهنگی، اشتغالات و اضطراب‌های یک فرهنگ خاص را منعکس می‌سازد و تجلی عینی بدان می‌بخشد و از طریق آن می‌توان یک نظام را شناخت (ذکایی، ۱۳۸۵). بدن مملو از نمادها و استعاره‌هاست و در آن می‌توان مطابقتی میان استقرار محدودیت‌های جسمانی در یک طرف و نظم اجتماعی در طرف دیگر مشاهده نمود. او بدن انسان را ابزار تفکر در خصوص روابط استعاره‌ای دانسته و معتقد است که بدن انسانی، منبع مهمی از استعاره‌ها درباره سازمان‌یافتگی و سازمان نیافتگی جامعه است. بنابراین، بدن‌های سازمان نیافته، سازمان نیافتگی جامعه را نشان می‌دهد (ترنر، ۱۹۷۸، ۲۲). داگلاس معتقد است دو راه ارتباطی بین بدن و

انضباط اجتماعی، نمادهای اجتماعی، شرایط خاص هر جامعه، تأثیر پذیری از نهادهای اجتماعی و غیره مفهوم سازی نموده‌اند. این پژوهش جامعه‌پذیری بدن را که نقش اساسی شکل‌گیری تصویر ذهنی از بدن دارد، از رهیافت کنش متقابل نمادی و مفاهیم اساسی بدن را از رهیافت‌های نظری مورد بحث اخذ نموده است و در صدد تبیین رابطه بین دیدگاه همسر و شکل‌گیری تصویر بدن، رابطه تصور ذهنی زنان از بدن خویش و چگونگی جامعه‌پذیری از طریق خانواده، مدرسه، دوستان و رسانه، و همچنین تبیین رابطه بین تصور ذهنی زنان از بدن خویش و سن، تحصیلات و تأهل است.

وقفه اعمال کنیم، بلکه دیگران هم باید شاهد باشند که ما چنین کنترلی را اعمال می‌کنیم (ذکائی، ۱۳۸۶). نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه ویژگی‌های سطحی پیکر ماست؛ از جمله طرز پوشش و آرایش که برای خود شخص و برای افراد دیگر قابل رؤیت است، به طور معمول آنها را به عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها به کار می‌گیرد. کردار، مشخص کننده آن است که فرد از نمای ظاهری خود چگونه در فعالیت‌های روزمره استفاده می‌کند

از مجموع مباحث بالا، آنچه به طور کلی می‌توان ادراک نمود، این است که بدن یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی دارد و تئوری‌های مختلف آنرا در زمینه‌های

مدل نظری تحقیق



روش تحقیق

یک خانه انتخاب می‌شد. ابزار تحقیق در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. سؤال‌های پرسشنامه براساس چارچوب نظری تحقیق، مفاهیم و متغیرهای به کار رفته در فرضیه‌های تحقیق و بازبینی پرسشنامه‌های تحقیقات مشابه در داخل و خارج از کشور طراحی گردید. بعد از طراحی پرسشنامه و قبل از اجرای نهایی آن، ابتدا پرسشنامه توسط چندین متخصص در این زمینه، ارزیابی شد و پس از اصلاحات برای پیش‌آزمون آماده شد. آزمون مقدماتی بین ۳۰ نفر از افراد جامعه مورد مطالعه انجام شد. روش به کار رفته برای سنجش پایایی پرسشنامه روش هم‌هنگی درونی گویه‌هاست. از این رو، از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد. بر این اساس، پایایی گویه‌های مربوط به تصویر بدن، دیدگاه اطرافیان، مدیریت بدن و رسانه بالای ۰/۷ مقبول بوده، در حد خوب ارزیابی گردید.

برای تحلیل‌های آماری مورد نیاز از بسته نرم‌افزاری SPSS استفاده شده است. در سطح توصیفی از جداول توزیع فراوانی و در بررسی روابط متغیرها، از آماره‌های توصیفی چون Eta و r پیرسون و در سطح استنباطی از آزمون F، آزمون T، و آزمون معناداری R استفاده شد.

مفاهیم و متغیرها**تصویر بدن**

با توجه به اینکه بدن انسان، تظاهر فیزیکی اوست؛ بنابراین، چگونگی تصور شخصی و احساسات وی در مورد بدنش، تصویر ذهنی را ایجاد می‌کند (Graven, 2003). تصویر ذهنی شامل عقاید و احساسات آگاهانه و غیر آگاهانه در مورد بدن، مفهومی متشکل از احساسات فردی در مورد اندازه بدن، جنس، عملکرد و توانایی بدن برای رسیدن به اهداف است.

این پژوهش از نوع پیمایشی است که به صورت توصیفی - تحلیلی انجام شده است. جامعه آماری در این تحقیق زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله شهر اصفهان بودند. که از بین آنها ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. فرمولی که به وسیله آن حجم نمونه، مشخص و بر اساس آن نمونه‌گیری انجام شد، آزمون کوکران است که در این طرح با سطح اطمینان ۰/۹۸ محاسبه شده است.

$$P=0/5 \quad q=0/5 \quad N=1377107 \quad D=0/5 \quad t= 1/96$$

$$n = \frac{n t^2 p \cdot q}{n d^2 t^2 p \cdot q}$$

P = احتمال وجود صفت در نمونه یا نسبتی از جامعه که فاقد صفت مورد نظر است.

Q = احتمال عدم وجود صفت در نمونه یا نسبتی از جامعه که فاقد صفت مورد نظر است.

D = دقت احتمالی یا درصد خطا را نشان می‌دهد که معمولاً بین ۰/۰۱ تا ۰/۰۵ اختیار می‌شود.

حجم نمونه بر اساس نتایج مطالعه مقدماتی که بر روی ۳۰ نفر از افراد نمونه و با در نظر گرفتن خطای ۰/۵ برآورد گردید. روش نمونه‌گیری، چند مرحله‌ای بود؛ بدین صورت که ابتدا نقشه شهر را با تقسیم بندی شهر به دست آورده، سپس مناطق چهارده گانه اصفهان را بر حسب اطلاعات معاونت امور فرهنگی - اجتماعی شهرداری با توجه به ویژگی‌های اقتصادی منطقه شهری و امکانات رفاهی، به سه منطقه مرفه نشین، متوسط نشین و فقیرنشین انتخاب کرده است. سپس از درون هر منطقه خیابان‌هایی به صورت تصادفی انتخاب شده و در مرحله بعدی از هر منطقه محله‌هایی به شکل تصادفی و در مرحله آخر از هر محله پاسخگویانی از درب منازل به صورت تصادفی انتخاب شدند. در هر بلوک تعداد منازل برآورد می‌شد و بر عدد ۲۰ تقسیم می‌شد؛ عدد حاصل عدد فاصله بود که برای مثال، هر پنج خانه‌ای

جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری فرآیندی است که از طریق آن فرد به عنوان عضوی از جامعه، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای رفتار مصوب جامعه را از دیگران فرا می‌گیرد و به عنوان عضوی از جامعه محسوب می‌شود. جامعه‌پذیری یا اجتماعی شدن به این معناست که انسان‌ها برای بقای خود به دیگران و برای یادگیری شیوه‌های بقا به اجتماعی شدن نیازمندند. اجتماعی شدن خصیصه‌های فردی ما را ایجاد می‌کند (شارون، ۱۳۷۹).

یافته‌ها

از مجموع ۳۸۵ نفر پاسخگو ۴۶ درصد مجرد و ۵۴ درصد متأهل بودند و میانگین سنی پاسخگویان ۳۰ سال بود. سطح تحصیلات ۴۸/۸ درصد از پاسخگویان لیسانس

و پس از آن دیپلم با ۳۵/۱ درصد بود. کمترین میزان تحصیلات نیز متعلق به زیر دیپلم با ۵/۵ درصد بود. جدول شماره ۱ همبستگی متغیرهای مستقل با شکل‌گیری تصویر ذهنی بدن را نشان می‌دهد. همان‌گونه که در جدول ملاحظه می‌شود، با توجه به سطح معناداری بین میزان تأثیرپذیری از رسانه و شکل‌گیری تصویر بدن، بین آن دو متغیر همبستگی وجود دارد و این رابطه منفی و ضعیف است؛ یعنی هرچه تأثیرپذیری از رسانه بیشتر باشد، نمره تصویر بدن فرد کمتر است و او کمتر از بدن خود رضایت دارد. دیدگاه اطرافیان زن، مدرسه و خانواده نیز بر روی شکل‌گیری تصویر بدن تأثیر داشته‌اند و با افزایش میزان تأثیر هر کدام نمره تصویر بدن افراد (رضایت از بدن آنها) کمتر شده است.

جدول شماره ۱- همبستگی متغیرهای مستقل با شکل‌گیری تصویر بدن

متغیرهای مستقل	تصویر بدن	سطح معناداری
میزان تأثیرپذیری از رسانه	-۰/۱۶۹	۰/۰۰۱
دیدگاه اطرافیان زن	-۰/۱۵۶	۰/۰۰۲
مدیریت بدن	۰/۰۹۵	۰/۰۰۶
مدرسه	-۰/۱۴۸	۰/۰۰۴
خانواده	-۰/۱۷۷	۰/۰۰۱
سن	- ۰/۱۳۳	۰/۰۰۹

جدول شماره ۲ میانگین تصویر بدن در بین زنان مجرد و متأهل را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، میانگین نمره تصویر بدن در افراد مجرد برابر ۳/۷۲ و در افراد متأهل برابر ۳/۶۱ است که در واقع تفاوت میانگین آنها ۰/۱۰۹ است؛ یعنی افراد مجرد تصویر بدن بهتری نسبت به افراد متأهل دارند. در

رابطه بین سن و شکل‌گیری تصویر بدن نیز سنجیده شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین سن و شکل‌گیری تصویر بدن رابطه معنادار و منفی وجود دارد، بدین معنا که هرچه سن بالاتر می‌رود، تصویر بدنی نیز ضعیف‌تر شده، میزان رضایت از تصویر بدنی کاهش می‌یابد.

آزمون لوین با توجه به $F=0.04$ و سطح معناداری برابر با 0.95 باید از فرض برابری واریانس‌ها استفاده شود. اکنون بر اساس فرض برابری واریانس با توجه به مقدار $t=1/89$ و سطح معناداری برابر 0.05 فرضیه مورد نظر تأیید می‌شود؛ یعنی بین تصویر بدن و وضعیت تأهل رابطه وجود دارد (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۲- میانگین تصویر بدن در بین زنان مجرد و متأهل

وضعیت تأهل	تصویر بدن	
	فراوانی	میانگین
مجرد	۱۷۹	۳/۷۲۳۳
متأهل	۲۰۴	۳/۶۱۴۰
		تفاوت میانگین‌ها ۰/۱۰۹

جدول شماره ۳- آزمون T وضعیت تأهل و شکل‌گیری تصویر بدن

آزمون T					آزمون لوین
sig	df	t	sig	f	
۰/۰۵	۳۸۱	۱/۸۹۷	۰/۹۵۳	۰/۰۰۴	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۰۵۸	۳۷۵/۴۲۵	۱/۸۹۸			فرض عدم برابری واریانس‌ها

چهار گروه تفاوت معناداری وجود دارد؛ یعنی هرچه تحصیلات بالاتر باشد؛ میزان رضایت از تصویر بدن افزایش می‌یابد. جدول شماره ۵ نیز نتایج را با توجه به Eta موجود نشان می‌دهد 0.2 از منبع تغییرات بدن ناشی از تحصیلات است.

جدول شماره ۴ میانگین تصویر بدن در بین گروه‌های مختلف تحصیلی را نشان می‌دهد. همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، میانگین نمره تصویر بدن افراد زیر دیپلم برابر با $3/49$ ، دیپلم برابر با $3/57$ ، فوق دیپلم و لیسانس برابر با $3/74$ و فوق لیسانس و بالاتر برابر با $3/68$ بود. و این نتایج حاکی از آن بود که بین

جدول شماره ۴- میانگین تصویر بدن در بین گروه‌های مختلف تحصیلی

میزان تحصیلات	میانگین نمره تصویر بدن	فراوانی	انحراف معیار
زیر دیپلم	۳/۴۹۶۲	۲۱	۰/۶۲۷۷۵
دیپلم	۳/۵۷۶۲	۱۳۴	۰/۵۵۵۷۴
فوق دیپلم و لیسانس	۳/۷۴۳۹	۱۸۷	۰/۵۴۹۱۶
فوق لیسانس و بالاتر	۳/۶۸۲۹	۴۱	۰/۵۸۷۰۸
جمع	۳/۶۶۵۱	۳۸۳	۰/۵۶۴۳۶

جدول شماره ۵- آزمون f تحصیلات و شکل‌گیری تصویر بدن

میزان تحصیلات و تصویر بدن	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی‌داری	اتا	اتا اسکوار
بین‌گروهی	۲/۸۳۱	۳	۰/۹۴۴				
درون‌گروهی	۱۱۸/۸۳۸	۳۷۹	۰/۳۱۴	۳/۰۱۰	۰/۰۳۰	۰/۱۵۳	۰/۰۲۳
جمع کل	۱۲۱/۶۶۹	۳۸۲					

در گام اول با ورود متغیر خانواده مقدار R^2 به ۰/۰۳ افزایش یافت. در گام دوم با ورود متغیر تأثیر رسانه مقدار R^2 به ۰/۰۵ افزایش یافت. در گام سوم با ورود سن افراد در کنار دو دیگر متغیرها، مقدار R^2 به ۰/۰۸ افزایش یافت در گام چهارم با ورود مدیریت بدن مقدار R^2 به ۰/۰۹ افزایش یافت. در گام پنجم با ورود میزان تحصیلات مقدار R^2 به ۰/۱۰ افزایش یافت و در نهایت، در گام آخر با ورود متغیر مدرسه مقدار R^2 به ۰/۱۱ افزایش یافت. به این ترتیب، مجموع این شش متغیر به طور کل ۱۱ درصد از تغییرات واریانس شکل‌گیری تصویر بدن در زنان را تبیین می‌کنند. همچنین، متغیرهای وارد شده در تحلیل رگرسیونی هیچ یک با یکدیگر همپوشانی نداشته‌اند.

جدول شماره ۶- تحلیل رگرسیونی چند متغیره

متغیرهای مستقل	R	R^2	بتا	F	سطح معنی‌داری
گام اول: خانواده	۰/۱۷۷	۰/۰۳۱	-۰/۱۲۹	۱۱/۷۶۹	۰/۰۰۱
گام دوم: خانواده، تأثیر رسانه	۰/۲۳۳	۰/۰۵۴	-۰/۱۸۰	۱۰/۳۵۰	۰/۰۰۰
گام سوم: خانواده، تأثیر رسانه، سن	۰/۲۸۳	۰/۰۸۰	-۰/۱۴۵	۱۰/۵۱۱	۰/۰۰۰
گام چهارم: خانواده، تأثیر رسانه، سن، مدیریت بدن	۰/۳۰۹	۰/۰۹۵	-۰/۱۳۱	۹/۵۰۰	۰/۰۰۰
گام پنجم: خانواده، تأثیر رسانه، سن، مدیریت بدن، میزان تحصیلات	۰/۳۲۶	۰/۱۰۶	۰/۱۱۲	۸/۵۱۷	۰/۰۰۰
گام ششم: خانواده، تأثیر رسانه، سن، مدیریت بدن، میزان تحصیلات، مدرسه	۰/۳۴۳	۰/۱۱۸	-۰/۱۱۴	۷/۹۴۵	۰/۰۰۰

در فضای اجتماعی متغیرهای مستقل متعددی بر متغیر وابسته مؤثرند. هدف این قسمت، یافتن میزان و سهم اثر هر کدام از متغیرهای مستقل (به صورت جداگانه) و مجموع متغیرهای مستقل (به صورت کلی) در تبیین شکل‌گیری تصویر بدن در زنان است. جدول شماره ۶- تحلیل رگرسیونی چند متغیره را نشان می‌دهد. با توجه به بخش قبلی متغیرهای تحصیلات، تأهل، سن، خانواده، مدرسه، اطرافیان و رسانه رابطه معناداری با شکل‌گیری تصویر بدن در زنان دارند. در تحلیل رگرسیونی از بین این متغیرها در طی شش مرحله، به ترتیب متغیرهای خانواده، تأثیر رسانه، سن، مدیریت بدن، میزان تحصیلات و مدرسه وارد معادله رگرسیون شدند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی دلایل توجه به بدن و عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری تصویر بدن در زنان و تعیین رابطه بین عوامل جامعه‌پذیری مانند مدرسه، خانواده، رسانه‌ها، دوستان و اطرافیان و تصویر ذهنی زنان از بدن خویش انجام شده است. نتایج حاصل نشان داد که بین میزان تأثیرپذیری از رسانه و شکل‌گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد، اما این رابطه منفی و ضعیف است. نکته حایز اهمیت این است که از بین این چند متغیر مستقل تحقیق رسانه بیشترین قدرت تبیین را در شکل‌گیری تصویر بدن در زنان دارد. نتایج همچنین نشان داد که دیدگاه اطرافیان زن، مدرسه و خانواده نیز بر روی شکل‌گیری تصویر بدن تأثیر داشته‌اند و با افزایش میزان تأثیر هرکدام نمره تصویر بدن افراد (رضایت از بدن آنها) کمتر شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین سن و شکل‌گیری تصویر بدن رابطه‌ای معنادار و منفی وجود دارد و بین وضعیت تأهل و تصویر ذهنی بدن ارتباط وجود دارد. به عبارت دیگر، افراد مجرد تصویر بدن بهتری نسبت به افراد متأهل دارند.

نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات دیگر در کشورهای دیگر در باب تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری تصویر بدن همسو و هم‌جهت است. سوامی و همکارانش (Swami, 2008) در تحقیق خود همچون تحقیق حاضر به این نتیجه رسیدند که بین تصویر بدن و استفاده از رسانه‌ها رابطه معنی‌دار معکوسی وجود داشته است. بوتا (Botta, 2003) در مطالعه خود به این نتیجه رسیده است که مطالعه مجلات و استفاده از برخی رسانه‌ها از عوامل مؤثر در تصور بدن و اختلالات غذایی

است. در این راستا، اخلاصی (۱۳۸۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که بین عوامل رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی و مدیریت بدن رابطه معناداری وجود دارد. خانواده از دیگر عناصر جامعه‌پذیری تأثیر زیادی بر روی شکل‌گیری تصویر بدن دارد؛ بدین معنا که هرچه فرد بیشتر تحت تأثیر خانواده باشد، تصویر منفی‌تری از بدن خود دارد و نمره تصویر بدن او پایین‌تر است. در این راستا، حمزه‌ای (حمزه‌ای و همکاران، ۱۳۸۹) نشان می‌دهد که والدین، اساتید دانشگاه و دانشجویان به ترتیب سه گروه مرجع اصلی و با گرایش بالا هستند که از سوی دختران جوان پذیرفته شده‌اند و در شکل‌گیری و مدیریت بدن خویش به آنان رجوع کرده‌اند. مطالعات در این زمینه در دیگر جوامع حاکی از شباهت نتایج آنها با نتایج تحقیق حاضر بود. یافته‌های هوارث هوانر نشان می‌دهد که محیط بحرانی خانواده، کنترل قهر آمیز والدین، و گفتمان مسلط بر وزن در خانواده، شرایط مهمی هستند و پیکره‌بندی خاصشان در رابطه با مفهوم سازی‌های نظری جاری با توجه به تأثیرات فرهنگ و خانواده در تولید اختلالات تغذیه و شکل‌گیری تصویر بدن مؤثرند (Haworth-Hoepfner, 2004). مطالعه لوینستون و همکارانش نشان می‌دهد که ارزیابی والدین نقش مهمتری در تصویر بدن در بین فرزندان و به ویژه در بین دخترها دارد. آرچیبال و همکارانش، آتی و بروکز-گان نیز در مطالعات خود بر نقش و نفوذ خانواده و به ویژه مادران بر تصویر بدن دختران تأکید کرده‌اند (Levine, et.al., 2004).

نتایج به دست آمده گویای آن است که دیدگاه دوستان و آشنایان نیز از عواملی است که بر شکل‌گیری تصویر بدن زنان مؤثر است؛ یعنی طرز تلقی اطرافیان از

تأثیرپذیری تصویر ذهنی بدن پاسخگویان از مدرسه است که نتایج نشان می‌دهد بین مدرسه (دیدگاه همکلاسی‌ها و معلمان) و شکل‌گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد. به عبارتی، هرچه فرد بیشتر از همکلاسی‌ها و معلمانش تأثیر پذیرد، تصویر بدنی منفی‌تری دارد. می‌توان تأثیرپذیری دانشجویان دختر از اساتید دانشگاه را که در مطالعه حمزه‌ای و همکاران (۱۳۸۹) به آن اشاره شده بود، در راستای یافته‌های این مطالعه تلقی نمود.

طبق نظریه یادگیری اجتماعی در ارتباط سه‌گانه بین فرد، رفتار و محیط علیت متقابل وجود دارد؛ یعنی به همان اندازه که محیط فیزیکی (جنبه‌های مادی میدان رفتار) و اجتماعی (حضور واقعی یا خیالی دیگران و یا مشارکت آنان در زمان یادگیری) بر رفتار فرد اثر گذار است، محیط اجتماعی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. این امر بدین معناست که اقتضای محیط در رفتار فرد مؤثر است. به بیان دیگر، رفتاری که ظاهراً فی البداهه و بدون پشتوانه فکری از فردی سر می‌زند، در واقع اغلب در پی تأثیرات بی‌شمار محیطی است که به طور ناخودآگاه محتوای آن رفتار را از پیش تنظیم کرده است؛ بدین معنا که تصویر بدنی که فرد از خود در ذهن دارد، و نیز تصویر بدن ایده آل وی، بر مبنای القائات و تأثیر و تأثرهای جامعه در ذهن او شکل گرفته است. همچنین، وی به علت تأثیر فراوان از محیط، طبق نظریه مبادله دست به انجام کارهایی می‌زند که تأیید محیط را به همراه داشته باشد.

به طور کلی، پژوهش حاضر دیدگاه‌های مختلف در مورد شکل‌گیری تصویر ذهنی از بدن را در طی فرایندهای جامعه‌پذیری تبیین می‌کند و نشان می‌دهد که

بدن در نحوه شکل‌گیری تصویر بدن در اذهان زنان تأثیر دارد. البته، این تأثیر منفی است؛ یعنی هرچه فرد نظر اطرافیان برای فرد مهمتر باشد، تصور بدنی منفی‌تری از خود دارد. نتایج تحقیقات حمزه‌ای و همکاران نشان می‌دهد که دوستان و اطرافیان یکی از گروه‌های مرجع اصلی هستند که دختران بسیار تحت تأثیر آنها هستند (حمزه‌ای و همکاران، ۱۳۸۹). در این رابطه هافمن بیان می‌کند که انسان‌ها برای نشان دادن جنبه‌ای از خود که مطلوب دیگران باشد و برای اینکه خود را در نظر دیگران مناسب و مطلوب نشان دهند، حرکات و اعمال بدنی خود را به طور دقیق و به دور از هرگونه اختلال و کاستی به انجام می‌رسانند و نیز کردارشان را به طور مدام کنترل می‌کنند و از آنجایی که تأثیرگذاری‌های اولیه مهم هستند، ظاهر نیز که برای شخص و هم برای دیگران قابل رویت و نمایش است، به عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کار گرفته می‌شود.

اشخاص غالباً با آشنایان خود در تماس مکرر هستند و بنابراین، نگرش آنها را به خود محترم شمرده، در پی کسب رضایت آنها هستند. به عبارتی، نگرش‌های دیگران است که من سازمان یافته را به وجود می‌آورد و سپس شخص نسبت به من واکنش نشان می‌دهد. مید اصطلاح "معنی دادن به هویت به وسیله دیگران" را به کار برده است که مقصود از دیگران، اشخاصی هستند که نسبت به رفتار ما واکنش نشان می‌دهند و در تأیید و پذیرش هویتمان کمک می‌کنند. در نتیجه، همسر و اطرافیان، از آشنایان و دوستان گرفته تا همکاران هر فرد، سهم عمده‌ای در شکل‌گیری تصویر بدن وی و نگرشش به این موضوع دارند.

از دیگر عناصر مورد تحقیق در این پژوهش،

۴. آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). «بدن به مثابه رسانه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، شماره چهارم، صفحات ۵۷-۷۵.
۵. آقاپاری، سحر. (۱۳۸۲). *بررسی گرایش زنان به جراحی پلاستیک*، پایان‌نامه مقطع کارشناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۶. پهلوان زاده، سعید و همکاران. (۱۳۸۴). "رضایت از تصویر ذهنی بدن و شاخص توده بدن در نوجوانان، فصلنامه تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۳، ش ۱.
۷. حمزه‌ای، محمدرضا، پاپ زن، حمید و شریفی، محمد امین. (۱۳۸۹). *تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع، مجله زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)*، دوره ۸، ش ۴.
۸. خواجه نوری، بیژن و علی اصغر مقدس. (۱۳۸۸). "رابطه بین تصور از بدن و فرآیند جهانی شدن" *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیستم، شماره پیاپی ۳۳، شماره اول.
۹. ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۷). *فرهنگ مطالعات جوانان*، تهران: موسسه انتشارات آگه.
۱۰. رضایی، احمد و اینالو، مینا. (۱۳۸۹). "مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران، دانشگاه مازندران"، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، سال دوازدهم، ش ۴۷.
۱۱. شارون، جوئل. (۱۳۷۹). *ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی*، منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۱۲. فوکو، میشل. (۱۳۷۸). *سوژه و قدرت در هیوبرت دریفوس و پل رابینو*، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نشر نی.
۱۳. کسل، فیلیپ. (۱۳۸۳). *چکیده آثار آنتونی گیدنز*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ققنوس، چاپ اول.

تصویر ذهنی از بدن در یک دوره طولانی و یک تعامل پیوسته با گروه و جامعه شکل گرفته است. از آنجا که این پژوهش بر اساس نمونه نسبتاً بزرگی از زنان شهر اصفهان اجرا شده است، می‌تواند نقطه قوتی برای آن محسوب گردد. با این وصف، می‌تواند حاوی برخی محدودیت‌ها نیز باشد، از جمله عدم تناسب تصویر ذهنی زنان سنتی و زنان مدرن جامعه که گاهی می‌تواند در پژوهش انحراف ایجاد نماید.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که تأثیر هر یک از عناصر جامعه‌پذیری بر تصویر بدن افراد به طور جداگانه و به صورت عمیق‌تر بررسی گردد، علاوه بر آن، با توجه به اینکه رسانه تأثیرگذارترین عامل شناخته شد، بنابراین، برای بررسی ابعاد مختلف آن پیشنهاد می‌شود تحقیقی کیفی روی آن انجام شود.

این پژوهش می‌تواند حاوی برخی کاربردها نیز باشد، از جمله سوق دادن مسیر حرکت جامعه به سمت جایگزین شدن معیارهای انسانی و اخلاقی بدن و برنامه‌ریزی دقیق برای زنان در خصوص چگونگی احراز هویت بدن بر مبنای فرهنگ بومی جامعه.

منابع

۱. ابوت، پاملا و کلر، والاس. (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی زنان*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.
۲. احمدنیا، شیرین. (۱۳۸۴). «جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان»، *فصلنامه زنان*، ش ۵، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۳. اخلاصی، ابراهیم. (۱۳۸۶). *بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در زنان شهر شیراز*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات دانشگاه اصفهان.

25. Haworth-Hoepfner, S. (2004). The critical shapes of body image: the role of culture and family in the production of eating disorders, *Journal of Marriage and the Family*, 62:212-227.
26. Khorshid, L., Eşer, İ, Denat, Y., Cinar, Ş. (2007). An investigation into the body image of women in menopause, *International Journal of Human Sciences*, Vol. 4, Issue: 2,
27. Levine M, Piran N. (2004) The role of body image in the prevention of eating disorders, *Body Image*. 1(1):57-70
28. Levinson, R., Powell, B., Steelman, L. C. (1986). Social location, significant others and body image among adolescents. *Social Psychology Quarterly*, (4) 49.
29. Richardson E, King T, Forsyth H, Clark M. (2000) Body image evaluations in obese females with eating disorder. *Eating Behaviors*; 1(2)161-171.
30. Shilling, C. (1993) *Body and Social Theory*, London :Sage publication.
31. Swami, V., Hadji-Michael, M., Furnham, A. (2008). Personality and individual correlates of positive body image, *Body Image*, ۵(3) 322-325
32. Urner, B.S, (1978) *Medical power and social knowledge*, London: Saeger publication
۱۴. وزر، لوئیس. (۱۳۷۳). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی سخن.
۱۵. کیوان آرا، محمود، ربانی، رسول و ژیان پور، مهدی. (۱۳۸۹). *قشر بندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی*، *مطالعات راهبردی زنان*، سال ۱۲، ش ۴۷.
۱۶. گافمن، اروینگ. (۱۳۸۶). *داغ ننگ: چاره اندیشی برای هویت ضایع شده*، ترجمه مسعود کیانپور، تهران: نشر نی.
۱۷. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
۱۸. واتکینز. (۱۳۸۴). «فمینیسم»، ترجمه زیبا جلالی نائینی، تهران: نشر شیرازه.
19. Amidi, M. Ghofranipoor, F. Hosseini, R. (2006) Body image dissatisfaction and body mass index in adolescent girls. *Journal of Research in Behavioural Sciences*, 1-2(4):59-65.
20. Botta, R. A. (2003) For Your Health? The relationship between magazine reading and adolescents' body image and eating disturbances, *Sex Roles*, 48.
21. Boyd, M. A. (2002) *Psychiatric nursing*. New York: Lippincott.
22. Douglas, M. (1970) *Natural symbols: explorations in cosmology*, London: The Cresset Press.
23. Graven R, hirnlec. *Fundamental nursing 3 edi*. philadelphia, Lippincott com. 2003
24. Gromel, K. Sargent, R. Wakins, J. Shoob, H. Digioacchino, R. Malian, A. (2000) *Measurements of body image in clinical weight loss participants with and without binge-eating traits*. *Eating Behaviors*; 1, 191.