

مطالعه جامعه‌شناختی تأثیر ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی بر تصور بدنی

مورد مطالعه: زنان بالاتر از ۱۵ سال شهر تبریز

محمد عباس‌زاده، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز*

محمدباقر علیزاده‌اقدام، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز

رعنا پورمحمد، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز

نیر محمدپور، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز

چکیده

تصور بدنی، پدیده پیچیده‌ای است که شامل مؤلفه‌های فیزیولوژیک، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی می‌باشد. در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای در پژوهش‌های مربوط به تصور از بدن انجام شده است. این مفهوم در دهه‌های اخیر بسیار نقد و بررسی شده است. تصور بدن برای نخستین بار به وسیله شلدر و با چشم اندازی روان‌شناسانه، به صورت «تصویری از بدن که ما در ذهنمان شکل می‌دهیم و شیوه‌ای که بدن برایمان آشکار می‌شود» تعریف شده است. در هر جامعه‌ای مجموعه‌ای از الگوها و ایده‌آل‌های فرهنگی در ارتباط با خصوصیات زیبایی اندام و چهره در مورد زنان تبلیغ و اشاعه می‌شود. نمونه مشخصی از این ارزش‌ها که امروزه در مورد زنان در اکثر جوامع مورد توافق قرار گرفته، باریک اندامی است. با توجه به اینکه، بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته، رسانه‌های جمعی و ارزش‌های غربی از منابع مهم و تأثیرگذار بر تصور بدنی هستند، لذا در این پژوهش به بررسی رابطه دو سازه ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی بر تصور بدنی پرداخته شده است. روش: این پژوهش به روش پیمایشی و با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای در بین زنان بالاتر از ۱۵ سال شهر تبریز، با تعداد نمونه ۳۱۶ نفر انجام گرفته است. نتایج: نتایج گویای این نکته است که بین تأثیر ارزش‌های غربی و تأثیر رسانه‌های جمعی با تصور بدنی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و دو متغیر درونی‌سازی ارزش‌های غربی و استفاده از اینترنت در مجموع ۱۹ درصد از واریانس تصور بدنی را تبیین کرده است.

واژه‌های کلیدی: تصور بدنی، درونی‌سازی از الگوی بدنی ایده آل، آگاهی از الگوی بدنی ایده آل، رسانه‌های جمعی.

مقدمه

تصور بدنی مفهومی است که تا حدی در کشور ما ناشناخته است. این مفهوم به معنای ذهنیتی است که هر فرد در رابطه با ظاهرش دارد. بخش بزرگی از این ذهنیت مثبت و یا منفی، در جامعه و ارزش‌هایی ریشه دارد که در آن ترویج می‌شود. این ارزش‌ها عمدتاً از کانال رسانه‌های جمعی، منتقل می‌شوند. امروزه شبکه‌های تلویزیونی که در کشورهای سرمایه‌داری در جهت منافع سرمایه‌داران فعالیت می‌کنند، به گونه‌ای ساخته و پرداخته شده‌اند که هم صدایشان به همه برسد و هم سیمایشان. ایجاد هم‌طرزای فرهنگی از لوازم ذاتی فرهنگ رسانه‌هاست و در این مسیر به گونه‌ای عمل کرده‌اند که جوانان در سرتاسر جهان معیارهای جذابیت غربی را برای خود الگو قرار داده‌اند؛ به طوری که جذابیت فیزیکی و ظاهری را نوعی ارزش اجتماعی قلمداد کرده و در این مسیر، زنان برای کسب لاغری افراطی، به شیوه‌هایی مانند استفاده از مکمل‌های غذایی، رژیم‌های دارویی و غذایی، جراحی پلاستیک و مواردی مانند آن مبادرت ورزیده‌اند که دارای هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی بسیاری است. این الگوهای بدنی ایده آل به گونه‌ای است که تنها معدودی از افراد می‌توانند به آن دست یابند و در نتیجه آن، عده کثیری دارای تصور بدنی منفی و نارضایتی از تصور بدنی خود، خواهند بود. تأثیرپذیری بدن و معیارهای زیبایی مرتبط با آن از جامعه و ارزش‌های آن، نشان از آن دارد که ظاهر، مفهوم گسترده‌تری یافته و تنها از بعد فیزیولوژیک مورد توجه نیست، بلکه از بعد اجتماعی نیز برخوردار است و متعاقب آن به پدیده روان‌شناختی نیز تبدیل شده است. در واقع، این جامعه است که ظاهر متناسب را بر فرد دیکته می‌کند. اکنون به میزانی که فرد به این ظاهر متناسب دست یابد، از سوی جامعه پذیرفته می‌شود.

جامعه و فرهنگی که یک شخص، در آن رشد می‌کند، به فرد می‌آموزد که چگونه بسیاری از تغییراتی را که در بدن خودش و دیگران رخ می‌دهد، را تعبیر و تفسیر کند. تصور ما

از بدنمان، اینکه بدنمان را چگونه می‌فهمیم، ممکن است در توانایی ما در تثبیت روابطمان با دیگران و همچنین، در پاسخ‌هایی که از دیگران دریافت می‌کنیم تأثیر بگذارد (Alizadeh & Soltani, 2010: 70). همچنین، تصور بدنی منفی دارای پیامدهای روان‌شناختی بسیاری، نظیر عزت نفس پایین، اعتماد به نفس پایین و اضطراب اجتماعی بالا خواهد بود، بنابراین، می‌تواند به گریز فرد از جمع و داشتن یک زندگی منزوی منجر شود.

به همین جهت، در این پژوهش در صدد بررسی تأثیر ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی بر تصور بدنی زنان شهر تبریز هستیم. پرسش این است که آیا ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی تأثیری بر تصور بدنی در زنان شهر تبریز دارند یا خیر؟

نظریه اجتماعی - فرهنگی^۱

نظریه اجتماعی - فرهنگی روی تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر ارزش‌های فردی متمرکز می‌شود. مسأله اساسی در این نظریه این است که افراد چگونه خود را درک کرده و چگونه به وسیله دیگران که متأثر از ارزش‌های فرهنگی هستند، درک می‌شوند. بر اساس این نظریه، وقتی جامعه، جذابیت فیزیکی را ارزش‌گذاری می‌کند، اعضای آن جامعه نیز این ویژگی‌ها را هم در مورد خود و هم در مورد دیگران ارزشمند تلقی می‌کنند. همچنین، ویژگی‌هایی را که جامعه آنها را بی‌اهمیت می‌پندارد، در قضاوت‌های افراد از خودشان و دیگران فاقد نفوذ و قدرت خواهد بود. درباره تصور بدنی فرض بنیادی نظریه اجتماعی - فرهنگی این است که افراد بر حسب ایده‌آل‌های فرهنگی به صورت جذاب ظاهر می‌شوند. طبق این نظریه، جامعه برخی از ویژگی‌های فیزیکی را که با ارزش هستند، دیکته می‌کند که پیامدهایی از مجسم شدن یا نشدن آن ویژگی‌ها به وجود می‌آید. جامعه همچنین ویژگی‌های فیزیکی خاصی را بر اساس جنسیت مطرح می‌کند؛ برای مثال،

^۱ Sociocultural Theory

فرهنگ غربی الگوهای لاغری عرضه می‌شود و زنان و دختران از آنها تأثیر می‌پذیرند، چراکه به طور پیوسته به آنها گفته می‌شود که لاغری زیباست (Sparhawk, 2003: 14).

این نظریه، همچنین به اهمیت رسانه‌های جمعی در رساندن پیام در خصوص انتظارات درباره بدن ایده‌آل توجه می‌کند. خلق تصویری کامل در رسانه‌ها اغلب دستکاری می‌شود، ولی متأسفانه افراد زیادی از این تکنیک‌های ویرایشی آگاه نیستند و ممکن است تصاویری را که می‌بینند، واقعی تلقی کنند. رسانه‌های گروهی همچنین میزان زیادی از راهکارها را به این منظور که چگونه به بدن ایده‌آل دست یابیم، ارائه می‌کنند؛ برای مثال رژیم، ورزش و استعمال مکمل‌ها. در نتیجه، افراد ممکن است سهواً معتقد باشند که تصویر ایده‌آل به آسانی دست‌یافتنی است. رسانه‌ها همچنین بدن ایده‌آل را با شادی، وضع اجتماعی و شرایط مطلوب مرتبط می‌کنند. نظریه اجتماعی - فرهنگی بیان می‌کند که فشار زیادی که برای دستیابی به شکل ایده‌آل بدن وجود دارد، بر سطوح نارضایتی بدنی تأثیر می‌گذارد و ناتوانی در دستیابی به فیزیک ایده‌آل اغلب با پیامدهای رفتاری، شناختی و عاطفی منفی همراه خواهد بود. بنابراین، در جامعه‌ای که یک مقیاس بدنی غیر قابل دستیابی ارائه می‌شود، اختلال تصور بدنی گسترش می‌یابد (Peterson, 2007: 6). اکثریت ادبیات درباره متغیرهای اجتماعی - فرهنگی، بر روی زنان متمرکز شده است. این تمرکز روی زنان، به این علت است که میزان بروز نارضایتی بدنی و اختلالات خوردن در بین زنان و دختران نوجوان بیشتر است. بر اساس پژوهش‌ها صورت گرفته، نمایش بدن ایده‌آل زنانه در رسانه‌ها، با افزایش نارضایتی بدنی مرتبط می‌باشد. همچنین تحقیقات نشان داده‌اند که، آگاهی و درونی سازی الگوی بدنی ایده‌آل، یک پیش بین در نارضایتی بدنی، پرخوری^۳، نشانگان بازدارنده خوردن^۴ و کاهش عزت نفس است. زنان با درونی سازی و آگاهی از

لاغری مربوط به زنانگی و عضلانی بودن مربوط به مردانگی است (Peterson, 2007: 6). نظریه اجتماعی - فرهنگی بیان می‌کند که، استانداردهای غیرواقعی برای جذابیت، به وسیله جوامع غربی تعیین می‌شود و اکثریت عظیمی از افراد نمی‌توانند این استانداردها را به دست آورند. نهایتاً افراد نارضایتی از ظاهرشان را تجربه می‌کنند و این می‌تواند به اعمالی در جهت تغییر دادن شکل بدنیشان منجر شود، که ممکن است شامل اختلالات خوردن نیز باشد (Halliwell & Martin, 2006: 236). بر اساس نظریه اجتماعی - فرهنگی، بر استانداردهای اجتماعی از زیبایی بیش از حد تأکید می‌شود و همین موجب توسعه و حفظ اختلالات تصور بدنی می‌شود (Agliata & Tantleff-dunn, 2004:9). اختلال تصور بدنی به صورت پیوستاری از رضایت و نارضایتی از ظاهر فیزیکی است که با احترام به نفس پایین، افسردگی و اضطراب اجتماعی مرتبط است. نارضایتی بدنی به عنوان عامل و انگیزه‌ای برای رژیم گرفتن شناسایی شده است (Agliata & Tantleff-dunn, 2004:8). نظریه اجتماعی - فرهنگی، بیشترین حمایت تئوریک را از سطوح بالای اختلال تصور بدنی، نارضایتی بدنی و اختلالات خوردن، که به وسیله بسیاری از افراد در جوامع غربی تجربه می‌شود، فراهم می‌آورد. این مدل مدعی است که استانداردهای اجتماعی جاری برای زیبایی، بیش از حد، بر شرایط مطلوب لاغری تأکید می‌کنند، این در شرایطی است که، دستیابی به لاغری در یک سطح، برای بسیاری از زنان، به وسیله ابزارهای سالم، امکان‌ناپذیر است. امروزه، درحقیقت شکاف بین متوسط اندازه بدن زنان و متوسط وزن ایده‌آل، بیشتر از قبل است؛ با این وصف، این ایده‌آل‌ها به وسیله بسیاری از زنان پذیرفته و درونی شده‌اند (Tiggemann & et al. 2004:23-24). دیویس^۱ و کاتزمن^۲ (۱۹۹۹)، توضیح داده‌اند که، فرهنگ بر آنچه مردم می‌خورند، آنچه می‌پوشند و حتی در نوع آرایش موهایشان تأثیر می‌گذارد. در

³ bulimic

⁴ restrictive eating symptomatology

¹ Davis

² Katzman

دریافته‌اند که، ۹۴ درصد از شخصیت‌های زنان در برنامه‌های تلویزیونی، لاغرتر از متوسط زنان آمریکا هستند (Yamamiy & 75 : et al. 2005). رسانه‌ها همچنین راهنمایی می‌کنند که چگونه بدن‌های لاغر را به وسیله رژیم، ورزش و جراحی‌ها به دست آوریم و زنان را تشویق می‌کنند که باور کنند، می‌توانند و باید لاغر شوند. به هر حال، ایده‌آل‌های لاغری رابطه مثبتی با نارضایتی تصور بدنی دارند که اغلب با اضطراب فیزیکی اجتماعی، افسردگی، اختلالات خوردن و عزت نفس پایین همراه هستند (Yamamiy & et al. 2005 : 75). مطالعه‌ها نشان می‌دهند که تصور بدنی، عزت نفس و الگوهای خوردن، به وسیله آنچه افراد از رسانه‌ها می‌بینند و می‌شنوند، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. هنبرگ و تامسون (۱۹۹۵)، دریافتند زنانی که در معرض رسانه‌های مرتبط با ظاهر بودند، دارای رضایت کمتری از شکل بدنی خود بودند، نسبت به آنهایی که در معرض این‌گونه رسانه‌ها قرار نداشتند و زنانی که رضایت کمتری درباره بدنشان داشتند، دارای تصور مثبت و عزت نفس پایین‌تری نسبت به زنانی بودند که از فیزیکی خود رضایت داشتند. ارتباط بین رسانه‌ها و تصور بدنی مهم است؛ به خاطر اینکه، تصور بدنی پایین برخی اوقات منجر به اختلالات خوردن^۸ (بی‌اشتهایی، وسواس خوردن^۹ و زیاده روی در خوردن) می‌شود که می‌تواند در نهایت منجر به مرگ شود (Sparhawk, 2003: 1). گارنر^{۱۰} (۱۹۸۰) بر این باور است، که رسانه‌ها تأثیر مهمی بر تصور بدن در میان زنان دارند و تصور بدنی لاغر را ترویج می‌کنند. ویزمن^{۱۱} و همکارانش (۱۹۹۲) نیز در مطالعه خود بر نقش برخی مجلات آمریکایی در تغییر تصور بدن جوانان آمریکایی تأکید نمودند. همچنین، پتری^{۱۲} و همکارانش (۱۹۹۶) و نمروف^{۱۳} و همکارانش (۱۹۹۴) نیز در مطالعات خود بر نقش رسانه‌ها

الگوهای ایده‌آل، سطوح بالاتری از تصور بدنی منفی را گزارش می‌کنند (Peterson, 2007 : 7).

هنبرگ^۱ و تامسون^۲ دریافته‌اند که، زنان، زمانی که در معرض آگهی‌های تلویزیونی مرتبط با لاغری و ظاهر قرار می‌گیرند، بیشتر افسرده و عصبانی می‌شوند و نیز درجات بالاتری از اختلالات تصور بدنی را تجربه می‌کنند. آگهی‌های تلویزیون همچنین ممکن است، از طریق ارائه پیام‌هایی که به ادراکات قالبی^۳ ایده‌آل و خود ارزیابی‌های^۴ منفی منجر می‌شود، روی تصور بدنی تأثیر بگذارد (Agliata & Tantleff-dunn , 2004:10).

کینگ^۵ و تسیاناس^۶ (۲۰۰۱)، نظریه اجتماعی - فرهنگی را به این صورت تعریف کردند که: زنان غربی فشارهایی را از منابعی چون والدین، همالان و رسانه‌ها که معتقد به لاغری هستند دریافت می‌کنند. آنها مطرح می‌کنند که درونی‌سازی پیام‌های اجتماعی - فرهنگی بر تخریب تصور بدنی تأثیر می‌گذارد (۱۴: بی تا، Sparhawk).

استیک^۷ (۲۰۰۲)، بیان کرد که «تأثیرات اجتماعی - فرهنگی»، تخریب تصور بدنی و نیز اختلالات خوردن را در طولانی مدت متحمل کرده‌اند. این فشارهای اجتماعی - فرهنگی اطراف ایده‌آل‌های لاغری و فیزیکی متناسب و نکوهش چاقی متمرکز است و اساساً از رسانه‌های همگانی، خانواده و همالان آغاز می‌شود. جامعه بر مردم و به ویژه زنان فشار می‌آورد که لاغر باشند. زنانی که لاغر هستند، به خاطر لاغریشان پاداش می‌گیرند و زنانی که چاق هستند، به خاطر نرسیدن به لاغری ایده‌آل، نکوهش می‌شوند (Sparhawk, np:14). تصور بدنی ویژگی ثابتی نیست، بلکه یک حالت متغیر است که از وقایع زمینه‌ای خاص تأثیر می‌پذیرند، مانند قرار گرفتن در معرض تصاویر و پیام‌های رسانه‌ای. محققان

⁸ Disordered eating

⁹ Bulimia

¹⁰ Garner

¹¹ Wiseman

¹² Petrie

¹³ Nemeroff

¹ Heinberg

² Thompson

³ Stereotyped

⁴ Self-appraisals

⁵ King

⁶ Tsiantas

⁷ Stice

تأکید نموده‌اند (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۸۸: ۵).

یافته‌ها نشان می‌دهند که، درونی‌سازی افراد از استانداردهای اجتماعی - فرهنگی در مورد زیبایی، یک فاکتور مهم است که با میزان قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها و نارضایتی بدنی مرتبط است. اما باید توجه داشت که، بین آگاهی از استانداردهای فرهنگی زیبایی و درونی‌سازی آنها به عنوان یک سیستم باور شخصی تمایز قائل شویم (Clay, 2005: 456). در این راستا، همبرگ، تامسون و استورمر^۱ (۱۹۹۵)، پرسشنامه نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی به ظاهر را توسعه دادند. این پرسشنامه، درجه‌ای که افراد الف) از الگوی بدنی ایده‌آل موجود در جامعه، آگاه هستند و ب) هنجارهای مربوط به زیبایی و اندازه بدن را درونی می‌کنند، اندازه می‌گیرد. آگاهی و درونی‌سازی از این هنجارها به نظر می‌رسد پیش‌بین‌های خوبی از رضایت بدنی متعاقب آن باشند. اگرچه اغلب افراد، آگاهی از این هنجارهای اجتماعی را ابراز می‌کنند، اما همه آنها را درونی نمی‌کنند. درونی‌سازی بهتر از آگاهی نارضایتی بدنی را پیش‌بینی می‌کند (Clay, 2005: 456).

بنابراین، یک شیوه برای ارزیابی ارزش‌های فرهنگ غربی روی توسعه نارضایتی بدنی، اندازه‌گیری میزانی است که یک فرد: الف) از اهمیت ظاهر و لاغری در فرهنگ غربی آگاه است؛ ب) این ارزش‌ها را به وسیله تأیید و میل به تقلید از استانداردهای اجتماعی مرتبط با ظاهر درونی‌سازی می‌کند (Warren & et al. 2005: 240-241). یکی از نقایص نظریه اجتماعی - فرهنگی، این است که در توضیح اینکه، چرا برخی از مردم بیشتر از دیگران تحت تأثیر رسانه‌ها قرار می‌گیرند، ناتوان است. پژوهشگران در نظر می‌گیرند که، افراد شکل بدنی را که از دیگران دریافت کرده‌اند، قابل قبول‌تر ارزیابی می‌کنند و خودشان را برخلاف این ایده‌آل دریافت شده می‌بینند (Agliata & Tantleff-dunn, 2004: 9). رابطه بین رسانه‌های همگانی و تصور بدنی، پیچیده و دوسویه است و به وسیله بسیاری از متغیرهای میانی تعریف شده است. به رغم تأثیر ظاهری که رسانه‌ها

روی تصور بدنی زنانه دارند، تأثیرات دیدن تلویزیون روی تصور بدنی تنها اخیراً مورد توجه قرار گرفته است (Agliata & Tantleff-dunn, 2004: 10).

پیشینه تجربی

تحقیقی توسط وال^۲ و همکارانش (۲۰۰۷) با عنوان «نارضایتی نارضایتی بدنی و مقایسه بدنی با تصاویر رسانه‌ای در مردان و زنان» صورت گرفته است. شرکت کنندگان متشکل از ۱۳۸۶ نفر زن و ۱۱۳۰ نفر مرد بودند. بر اساس نتایج به دست آمده، فراوانی مقایسه بدنی در دختران، مرتبط با خود ارزیابی منفی بوده و تمایل به مقایسه بدنی همبستگی مثبتی با نارضایتی بدنی داشته است. نگرش‌های فردی مانند عزت نفس پایین و نیز شاخص حجم بدنی بالاتر (BMI) فاکتورهای خطرناک برای افزایش نارضایتی بدنی هستند. به علاوه فشارهای اجتماعی - فرهنگی مانند ویژگی‌های رسانه‌ای ایده‌آل شده، فاکتور خطرناکی برای افزایش نارضایتی بدنی هستند (Wall, et al. 2007).

پژوهشی توسط اسملک و استین^۳ (۲۰۰۶) با عنوان «رابطه بین میل به عضلانی بودن، با فاکتورهای اجتماعی - فرهنگی، عزت نفس، نگرش‌های فیزیکی نقش جنسی و مقایسه اجتماعی» در پسران مقطع متوسطه انجام گرفته است. این مطالعه رابطه بین سه فاکتور اجتماعی - فرهنگی (تأثیر رسانه‌ها، تأثیر والدین و همالان) و سه متغیر تعدیل‌کننده قوی (عزت نفس، مقایسه اجتماعی و نقش جنسی) را با میل به عضلانی بودن بررسی کرده‌اند. بر اساس بخشی از نتایج به دست آمده، رسانه‌ها و مقایسه اجتماعی از متغیرهای تأثیرگذار در این پژوهش بوده‌اند. تأثیر والدین و همالان تا حدی معنادار بود (Smolak & Stein, 2006).

پژوهشی توسط چریک پیترسون^۴ (۲۰۰۷) با عنوان «تصور

² Wall

³ Smolk & Stein

⁴ Cheric Peterson

¹ Stormer

پژوهشی است که توسط خان و همکارانش (۲۰۱۱) انجام شده است. این پژوهش مطالعه‌ای مقطعی است که در بین هفت دانشگاه خصوصی و در طی دو هفته در شهر کراچی که بزرگترین و پر جمعیت‌ترین شهر پاکستان است، انجام شده است. حجم نمونه را ۷۸۳ نفر از دانشجویان دختر و پسر مقطع کارشناسی واقع در سنین ۱۸ تا ۲۵ سال تشکیل داده‌اند. نتایج نشان داد که ارتباط معنی‌داری بین قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها و نارضایتی تصور بدنی وجود داشت (Khan & et al. 2011).

کینالی و ونودرین (۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان «تأثیر رسانه‌ها روی تصور بدنی: آزمون نمایش رسانه‌ها در کنار فاکتورهای اجتماعی» انجام داده‌اند. این مطالعه به منظور بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌ها و نارضایتی بدنی با کنار هم نهادن رسانه‌ها با فاکتورهای درونی نظیر اعتماد به نفس و دیگر عوامل اجتماعی نظیر همالان و نگرش‌های پدر و مادر، انجام شده است. نمونه‌ای از ۲۸۵ نفر از دانشجویان دوره کارشناسی در این پژوهش شرکت کردند. نتایج نشان داد که درونی‌سازی الگوی بدنی لاغری مرتبط با چهره‌های رسانه‌ای بود، اما ارتباط قویتری با نگرش‌های همالان و عزت نفس داشت (Van voder & Kinnally, 2012: 41).

جمع‌بندی: بر اساس پیشینه تجربی و نظری این پژوهش، ارزش‌های غربی از کانال رسانه‌های جمعی انتقال می‌یابد. افراد از طریق رسانه‌های جمعی، نسبت به ارزش‌های غربی آگاهی می‌یابند و در مرحله بعد، به میزان اهمیتی که برای آنها قابل می‌شوند، آن ارزش‌ها را درونی می‌کنند. به عبارت بهتر، درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل، بهتر از آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل، می‌تواند نارضایتی از تصور بدنی را تبیین نماید. لذا با توجه به نتایج پیشینه نظری و تجربی مدل تحلیلی زیر ارائه می‌شود.

بدنی در مردان^۱» با نمونه ۲۱۴ نفری از دانشجویان مرد مقطع لیسانس دانشگاه‌های ساسکاچون^۲ و جنرال^۳ انجام گرفته است. این مطالعه، بعد نگرشی تصور بدنی را به وسیله بررسی پیوستگی بین «میل به عضلانی بودن^۴» و «سرمایه‌گذاری^۵» و «ارزشیابی تصور بدنی^۶» آزمون کرده است. بر اساس بخشی از نتایج این پژوهش، رابطه مثبتی بین میل به عضلانی بودن و متغیرهای اجتماعی - فرهنگی (درونی‌سازی، آگاهی) وجود دارد (Peterson, 2007: 84-85). بوت^۷ (۲۰۰۳) در مطالعه خود، بر این باور است که زنان نیاز روان‌شناختی قوی برای حفظ و تعقیب زیبایی و ارتقای جذابیت خود دارند. آنها در مقایسه با مردان نسبت به تصویر بدن حساس‌تر هستند. به باور وی، این وضعیت در فرهنگ‌ها و نژادهای مختلف یکسان است و ایده‌های خاص درباره جذابیت در این فرهنگ‌ها وجود دارند. همچنین، این ایده‌آل‌ها در طول زمان تغییر می‌کنند. وی با تمرکز بر جامعه آمریکا مدعی است که در طول پنجاه سال گذشته، ایده زیبایی، استاندارد لاغرتر بودن را برای بدن زنانه دیکته کرده است (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۸۸: ۴).

گروسیز و همکارانش (۲۰۰۱) پژوهشی با عنوان «اثر تجربی ارائه تصاویر لاغر بر روی رضایت بدنی: مروری فرا تحلیلی» انجام داده‌اند. این پژوهش به بررسی تأثیر تصاویر ایده‌آل لاغر از رسانه‌های جمعی بر روی تصور بدنی، با استفاده از تجزیه و تحلیل متا پراخته است. نتایج نشان‌دهنده این است که تصور بدنی به صورت معناداری پس از دیدن تصاویر رسانه‌ای لاغر منفی می‌شود. این تأثیر در بین شرکت‌کنندگان کمتر از ۱۹ سال بیشتر و قویتر بوده است (Groesz & et al. 2001).

«تأثیر رسانه‌ها بر روی تصور بدنی دانشجویان پاکستان»

¹ Body Image in Men

² Saskachewan

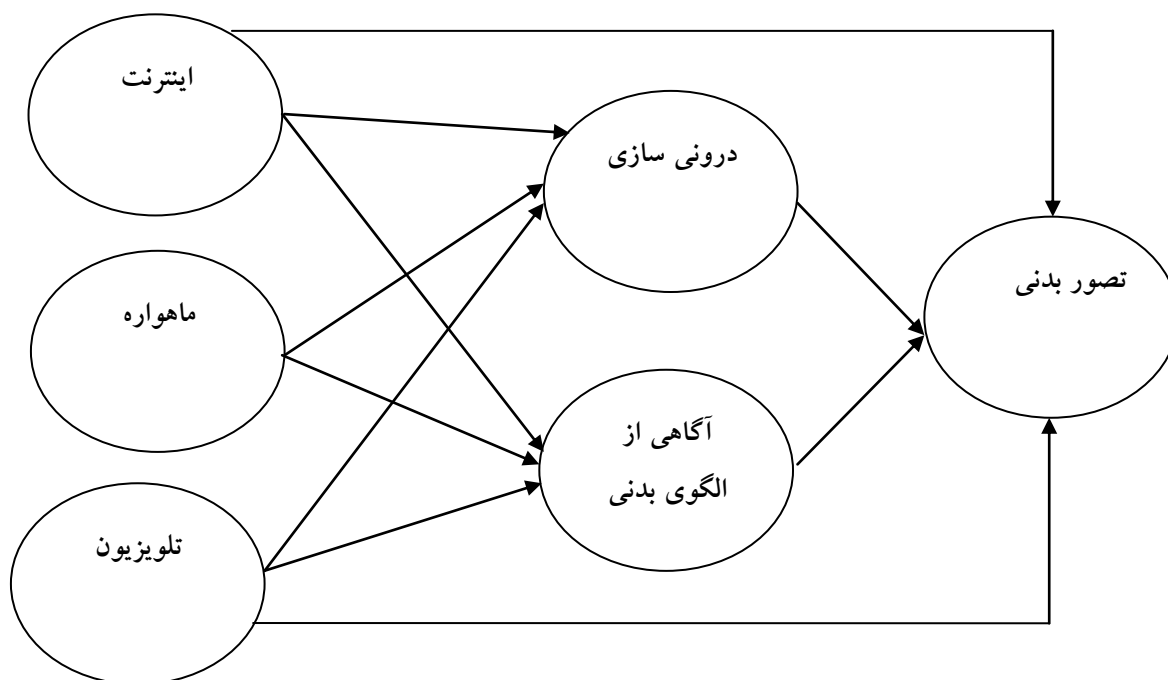
³ Genral

⁴ Drive for Muscularity (DfM)

⁵ Investment

⁶ Body Image Evaluation

⁷ Botta



مدل نظری پژوهش

بین آگاهی از الگوی بدنی و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی

جامعه آماری در این پژوهش زنان بالاتر از ۱۵ سال شهر تبریز را در بر می‌گیرد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۱۶ نفر برآورد شد. این پژوهش به روش پیمایشی انجام شده و برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای و واحد تحلیل، فرد است. نهایت امر اینکه داده‌های جمع‌آوری شده توسط نرم‌افزارهای SPSS تجزیه و تحلیل شد.

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

رسانه‌های جمعی

صاحب‌نظران در مورد تأثیرپذیری بدن از رسانه‌ها، معتقدند: زنان و مردان همواره می‌کوشند تا بتوانند با بالا بردن کیفیت

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های اصلی

بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

بین تأثیر ارزش‌های غربی و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های اختصاصی

بین میزان استفاده از اینترنت و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

بین میزان استفاده از ماهواره و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

بین میزان استفاده از تلویزیون و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

بین درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل و تصور بدنی رابطه وجود دارد.

الگوی بدنی ایده آل را اتخاذ می‌کنند (Karazsia & Crowther, 2009:106). به عبارتی، درونی‌سازی مربوط به درونی‌سازی نگرش‌های موجود در رسانه‌ها در مورد شکل بدنی ایده‌آل زنان و مردان، توسط پاسخگویان است (Giles & Close, 2008:1612). این متغیر در قالب طیف ۶ درجه‌ای لیکرت و با استفاده از پنج گویه سنجیده شد.

برای سنجش این متغیر از معرف‌های ذیل استفاده شده است: ۱- لباس‌ها در تن افرادی که دارای فرم بدنی خوبی هستند، بهتر دیده می‌شوند؛ ۲- نمایش فیلم‌هایی با افراد دارای فرم بدنی خوب، این آرزو را در فرد ایجاد می‌کند که همانند آنها باشد؛ ۳- من بدنم را با بازیگران فیلم و تلویزیون مقایسه می‌کنم؛ ۴- تصاویر افراد دارای تناسب اندام، این آرزو را در فرد ایجاد می‌کند که همانند آنها باشد؛ ۵- دوست دارم، همانند افرادی که در مجلات، لباس مد می‌پوشند، دیده شوم.

آگاهی^۳ از الگوی بدنی ایده‌آل: مربوط به آگاهی مردان و زنان از وجود الگوی بدنی ایده‌آل مردانه و زنانه است (Lenjenbauer & et al. 2009: 230). آگاهی مربوط به پذیرش استانداردهای مرسوم در رسانه‌ها در مورد الگوی بدنی ایده‌آل زنان و مردان، توسط پاسخگویان است (Giles & Close, 2008:1612). این متغیر در قالب طیف ۶ درجه‌ای لیکرت و با استفاده از پنج گویه، مورد سنجش قرار گرفت. برای سنجش این متغیر از معرف‌های ذیل استفاده شد:

۱- اگر افراد می‌خواهند در فرهنگ امروزی موفق باشند، باید جذاب باشند؛ ۲- اغلب مردم فکر می‌کنند که با لباس بهتر دیده می‌شوند؛ ۳- در جامعه امروزی، جذاب بودن همیشه، اهمیت دارد؛ ۴- افراد دارای تناسب فیزیکی بیشتر مورد احترام هستند؛ ۵- در فرهنگ ما، فردی با اندام مانکن،

تظاهر (نمایش) بدنی، خود را با انتظارات اجتماعی و فرهنگی جامعه که از سوی رسانه‌ها ترویج می‌شود، هماهنگ سازند. همچنین، روزنامه‌ها، مجلات و تلویزیون همگی سرشار از ویژگی‌هایی هستند که چگونگی تصور بدنی، جراحی پلاستیک و نیز جذاب‌سازی و نمایش جنسی بدن را ترویج می‌کنند (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷). در این پژوهش، منظور از رسانه‌های جمعی، وسایل ارتباط جمعی شامل، تلویزیون، ماهواره و اینترنت است. به همین علت، از پاسخگویان خواسته شد که میزان استفاده خود را از هر کدام از وسایل ارتباط جمعی، نظیر تلویزیون، ماهواره و اینترنت مطرح کنند.

تأثیر ارزش‌های غربی

منظور از تأثیر ارزش‌های غربی، تأثیرپذیری پاسخگویان از الگوهای ایده‌آل مربوط به ظاهر است که در جوامع غربی وجود دارد. یک شیوه برای ارزیابی ارزش‌های غربی روی تصور بدنی، اندازه‌گیری میزانی است که یک فرد (الف) از اهمیت ظاهر و الگوی بدنی ایده‌آل در فرهنگ غربی آگاه است؛ (ب) این ارزش‌ها را به وسیله تأیید و میل به تقلید کردن از استانداردهای مرتبط با ظاهر درونی‌سازی می‌کند. برای سنجش تأثیر ارزش‌های غربی، از «پرسشنامه نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی به ظاهر^۱» استفاده شده است. این پرسشنامه، شامل دو خرده‌مقیاس درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل و آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل است. (Lenjenbauer & et al. 2009 : 230).

درونی‌سازی^۲ الگوی بدنی ایده‌آل: در این مطالعه درونی‌سازی مربوط به درجه و میزانی است که پاسخگویان

¹ Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-mail version (SATAQ-M)

² Internalization

³ Awarnes

شانس بیشتری برای موفقیت دارد.

مفهومی متغیرهای مورد بررسی را پوشش دهند. پس از کدگذاری و استخراج نتایج، آزمون آلفای کرونباخ برای تعیین میزان پایایی سؤال‌های پرسشنامه استفاده شد. میزان پایایی به دست آمده برای تصور بدنی (بیست گویه)، درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل (پنج گویه)، آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل (پنج گویه) و تأثیر ارزش‌های غربی به ترتیب برابر با ۰/۸۲، ۰/۸۵، ۰/۸۰ و ۰/۸۵ است.

تصور بدنی

تصور بدنی، واژه‌ای انتزاعی است که دربرگیرنده احساسات، اطلاعات و ادراکات آگاهانه و نا آگاهانه شخص در مورد بدنش است. این مفهوم متشکل از احساسات فردی در مورد اندازه، جنس، عملکرد و توانایی بدن است. اگرچه تصویر ذهنی از بدن، ساختار چند بعدی دارد، غالباً به صورت درجه‌ای از رضایت از ظاهر فیزیکی (اندازه، شکل و ظاهر عمومی) تعریف می‌شود (عمیدی، ۱۳۸۵: ۵۹). اصطلاح تصور بدنی، نخستین بار به وسیله شیلدر^۱ (۱۹۲۰) به عنوان تصویر ذهنی ما از بدن و جسممان و نحوه ظهور آن در نظر خودمان، تعریف شد (زنجان و گودرزی، ۱۳۸۷: ۱۴۹).

وتینگ^۲ (۱۹۷۳)، تصور بدنی را این گونه توصیف می‌کند: تجربه ذهنی یا احساساتی که فرد از بدن خود دارد و برگرفته از احساسات درونی و تأثیراتی است که او از واکنش افراد دیگر نسبت به خودش به دست آورده است (زنجان و گودرزی، ۱۳۸۷: ۴۹).

برای سنجش تصور بدنی از بیست گویه که همگی در مقیاس ۶ درجه‌ای لیکرت بوده‌اند، استفاده شده است. برای سنجش تصور بدنی از معرف‌های ذیل استفاده شده است: ۱- احساسات خوشایند یا ناخوشایند در رابطه با ظاهر؛ ۲- رسیدگی به ظاهر؛ ۳- تمرکز و توجه به اهمیت ظاهر.

کیفیت ابزار اندازه‌گیری (اعتبار و پایایی)^۳

برای سنجش اعتبار سؤال‌ها، از اعتبار محتوایی استفاده شد؛ به طوری که کوشش شد سؤال‌های در نظر گرفته شده فضای

یافته‌های پژوهش

وضعیت عمومی پاسخگویان

بر اساس تحلیل‌های توصیفی صورت گرفته، میانگین سنی نمونه مورد بررسی، ۳۲/۵۷ است. همچنین، ۲۵/۹ درصد از آنها مجرد، ۷۰/۶ درصد متأهل، ۱/۳ درصد بدون همسر به دلیل فوت و ۲/۲ درصد بدون همسر به دلیل طلاق هستند. ۶ درصد از نمونه مورد بررسی دارای تحصیلات ابتدایی، ۴/۴ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۴۳ درصد دارای تحصیلات متوسطه، ۱۵/۸ درصد فوق دیپلم، ۳۲ درصد لیسانس و ۳/۵ درصد فوق لیسانس بوده‌اند. میانگین قد زنان مورد بررسی ۱۶۱/۳۶ و میانگین وزن آنها ۶۴/۷۲ بود.

بر اساس آماره‌های توصیفی جدول ۱، میانگین استفاده از تلویزیون ۲/۲۰ ساعت، ماهواره ۱/۹۶ ساعت، اینترنت ۱/۶۷ ساعت و در نهایت، میانگین استفاده از مجموع رسانه‌های جمعی ۵/۷۸ ساعت است. همچنین، نمونه مورد بررسی، بیشترین میزان استفاده را از ماهواره دارد.

^۱ Shilder

^۲ Veiting

^۳ Validity and Reliability

جدول ۱- نمایش آماره‌های توصیفی مربوط به گویه‌های وسایل ارتباط جمعی

وسایل ارتباط جمعی	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم	دامنه تغییرات	چولگی	تعداد مشاهدات	گم شده	کل
تلویزیون	۲/۲۰	۱/۹۲	۰	۱۰	۱	۱/۶۷	۳۱۳	۳	۳۱۶
ماهواره	۱/۹۶	۲/۶۰	۰	۲۰	۲۰	۲/۴۸	۳۱۳	۳	۳۱۶
اینترنت	۱/۶۷	۲/۰۸	۰	۱۲	۱۲	۱/۸۶	۳۱۰	۶	۳۱۶
مجموع رسانه‌های جمعی	۵/۷۸	۳/۳۱	۰	۱۸	۱۸	۱/۲	۳۱۰	۶	۳۱۶

نمونه مورد بررسی می‌باشد. همچنین، نمونه مورد بررسی در این پژوهش هم آگاهی کمی از الگوی بدنی ایده‌آل دارند و هم به میزان کمی الگوی ایده‌آل را در خود درونی می‌کنند.

بر اساس آماره‌های توصیفی مندرج در جدول ۲، میانگین آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل ۱۸/۸۴، میانگین درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل ۱۸/۹۶ و میانگین تأثیر ارزش‌های غربی است. نتایج حاکی از تأثیر پایین ارزش‌های غربی در

جدول ۲- نمایش آماره‌های توصیفی مربوط به گویه‌های ارزش‌های غربی

ارزش‌های غربی	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم	دامنه تغییرات	چولگی	تعداد مشاهدات	گم شده	کل
آگاهی از الگوی بدنی	۱۸/۸۴	۵/۴۴	۵	۳۰	۲۵	-/۱۷۷	۳۱۲	۴	۳۱۶
درونی‌سازی از الگوی بدنی	۱۸/۹۶	۵/۳۴	۶	۳۰	۲۴	-/۰۵۱	۳۱۱	۵	۳۱۶
مجموع ارزش‌های غربی	۳۶/۴۱	۹/۷۹	۱۱	۶۰	۴۹	-/۰۳۸	۳۰۷	۹	۳۱۶

نتایج استنباطی

الف) نتایج تحلیل دو متغیره

برای بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر تصور بدنی، میزان استفاده از تلویزیون، ماهواره و اینترنت را در بین پاسخگویان بررسی کرده و رابطه آن را با تصور بدنی با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون به آزمون گذاشتیم. نتایج نشان داد که:

الف) بین میزان تماشای تلویزیون و تصور بدنی، در نمونه مورد بررسی هیچ رابطه‌ای وجود ندارد ($\text{sig} = /۱۶۱$)؛ لذا میزان تماشای تلویزیون هیچ تأثیری در تصور بدنی افراد نمی‌گذارد. این مسأله با توجه به اینکه، تلویزیون وطنی در رابطه با ظاهر و معیارهای تناسب اندام حالت خنثی دارد، تا اندازه‌ای قابل پیش بینی بود؛ ب) بین میزان تماشای ماهواره و تصور بدنی، رابطه معناداری مشاهده شد ($\text{sig} = /012$).

مقدار این رابطه برابر با ۱/۴۷ است. پ) با اطمینان ۹۹/ درصد و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ بین میزان استفاده از اینترنت و تصور بدنی، رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد. مقدار این رابطه برابر با ۱/۱۹ است. در واقع، با افزایش میزان استفاده از اینترنت، سطح تصور مثبت از بدن نیز افزایش می‌یابد و بالعکس؛ ت) در نهایت، برای بررسی رابطه بین تأثیر رسانه‌های جمعی و تصور بدنی، نمرات گویه‌های مرتبط میزان استفاده از ماهواره، اینترنت و تلویزیون در راستای ساخت شاخص میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، تجمیع شدند. با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ماتریس همبستگی، می‌توان گفت که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و تصور بدنی، هیچ رابطه‌ای وجود ندارد ($\text{sig} = /074$).

جدول ۳- آزمون همبستگی تأثیر رسانه‌های جمعی و تصور بدنی

تعداد	سطح معنی‌داری	همبستگی پیرسون	تصور بدنی
۲۹۳	/۱۶۱	-/۰۸۲	تلویزیون
۲۹۳	/۰۱۲	/۱۴۷	ماهواره
۲۹۲	/۰۴۱	/۱۱۹	اینترنت
۲۹۲	/۰۷۴	/۱۰۵	مجموع رسانه‌های جمعی

۹۹ درصد و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱ بین درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل و تصور بدنی، رابطه‌ای معنادار و مستقیم وجود دارد ($r = /415$, $Sig = /000$). به عبارت دیگر، با افزایش میزان درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل، تصور مثبت از بدن نیز، در بین افراد مورد مطالعه افزایش می‌یابد؛ پ) در نهایت، بعد از تجمیع نمرات گویه‌های مربوط به ابعاد آگاهی و درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل، به بررسی رابطه بین ارزش‌های غربی و تصور بدنی پرداخته شد. نتایج حاصل از جدول همبستگی بین این دو متغیر نشان می‌دهد که بین ارزش‌های غربی و تصور بدنی با اطمینان ۹۹٪ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱ رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد؛ در واقع، با افزایش تأثیر ارزش‌های غربی، سطح تصور مثبت از بدن نیز افزایش می‌یابد و بالعکس ($r = /409$, $Sign = /000$).

برای آزمون تأثیر ارزش‌های غربی بر تصور بدنی، از مقیاس نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در مورد ظاهر استفاده شده است که دارای دو خرده مقیاس آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل و درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل، است که رابطه هر کدام از این خرده مقیاس‌ها با تصور بدنی از طریق همبستگی پیرسون آزمون شده است. نتایج حاصل از آزمون پیرسون نشان می‌دهد که:

الف) با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچکتر از ۰/۱ بین آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل و تصور بدنی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد ($r = /329$, $Sig = /000$). به عبارت دیگر، با افزایش میزان آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل، تصور مثبت از بدن نیز، در بین افراد مورد مطالعه افزایش می‌یابد؛ ب) همچنین، نتایج همبستگی رابطه بین درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل و تصور بدنی حاکی از این است که: با اطمینان

جدول ۴- آزمون همبستگی تأثیر ارزش‌های غربی و تصور بدنی

تعداد	سطح معنی‌داری	همبستگی پیرسون	تصور بدنی
۲۹۳	/۰۰۰	/۳۲۹	آگاهی
۲۹۲	/۰۰۰	/۴۱۵	درونی‌سازی
۲۸۹	/۰۰۰	/۴۰۹	ارزش‌های غربی

رگرسیون، پیش فرض‌هایی لازم است که عبارتند از: ۱- خطی بودن؛ ۲- توزیع نرمال داده‌ها؛ ۳- استقلال داده‌ها. هدف از کاربرد تحلیل رگرسیون چند متغیره، پیش‌بینی و تبیین تغییرات واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای

ب) نتایج تحلیل چند متغیره

رگرسیون چند متغیره روشی است برای تحلیل مشارکت جمعی و فردی دو یا چند متغیر مستقل (X_i) در تغییرات یک متغیر وابسته (Y) (صفری و حبیب‌پور، ۱۳۸۸: ۴۸۰). در تحلیل

تیین کننده تأثیر متغیرهای مستقل مورد بررسی در پژوهش، از شکل رگرسیونی به روش گام به گام (Stepwise) استفاده شده است.

با توجه به اطلاعات به دست آمده در جدول ۵، نتایج حاصله حاکی از آن است که از مجموع متغیرهای مستقل مورد استفاده در این پژوهش، در مجموع ۱۹ درصد از متغیر وابسته تصور بدنی تبیین می‌شود و بقیه به عواملی بر می‌گردد که در این پژوهش سنجش نشده‌اند.

مستقل است. به عبارت دیگر، تغییر در متغیر وابسته معمولاً نتیجه اثرهای متغیرهای مستقل متعددی است که همزمان عمل می‌کنند. در این پژوهش نیز تصور بدنی خود از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد. هر یک از این متغیرهای مستقل عاملی برای برآورد جنبه‌های متفاوتی از متغیر وابسته به شمار می‌رود و می‌توان انتظار داشت که هر یک از عوامل و متغیرها، سهمی در شکل‌گیری تصور بدنی داشته باشد. در تحلیل رگرسیون چند متغیری، برای پیش‌بینی متغیر وابسته از متغیرهای مستقل استفاده می‌شود. برای پردازش شکل‌های

جدول ۵- آماره‌های مربوط به تحلیل رگرسیونی بعد ارزشیابی تصور بدنی

ضریب همبستگی R	ضریب تبیین	ضریب تبیین تصحیح شده	اشتباه معیار	دوربین واتسون
۰/۴۳۷	۰/۱۹	۰/۱۹	۱۱/۴۳	۲/۰۷۴

میزان واریانس بیشتری از متغیر وابسته را تبیین کنند، به همان صورت آماره F بزرگتر می‌شود. جدول مزبور همچنین نشان می‌دهد که روابط خطی بین متغیرهای مستقل و متغیر تصور بدنی به شدت معنادار است.

خروجی جدول ۶، حاوی تحلیل واریانس رگرسیون، به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه خطی بین متغیرهاست. در جدول زیر از آنجا که سطح معناداری به دست آمده ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ است، پس فرض خطی بودن رابطه بین متغیرهای مستقل، تأیید می‌شود. هر چه متغیرهای مستقل

جدول ۶- تحلیل واریانس رگرسیون چند متغیره تصور بدنی

Model	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
اثر رگرسیونی	۸۷۸۰/۳۶۵	۲	۴۳۹۰/۱۸۲	۳۳/۵۹۶	۰/۰۰۰
باقیمانده	۳۷۲۴۲/۳۵۴	۲۸۵	۱۳۰/۶۷۵		
کل	۴۶۰۲۲/۷۱۹	۲۸۷			

درونی‌سازی الگوی بدنی ایده‌آل با $Beta = ۰/۴۰۹$ بیشترین و متغیر اینترننت با $Beta = ۰/۱۴۷$ کمترین مقدار واریانس تصور بدنی را تبیین کرده است.

جدول ۷، بیانگر ضرایب b و بتا متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته است و نشان می‌دهد که ورود هر یک از متغیرهای جدید چه تأثیری بر ضرایب سایر متغیرها دارد. با توجه به جدول زیر، به این نتیجه می‌توان رسید که متغیر

جدول ۷- آماره‌های متغیرهای باقی‌مانده در مدل رگرسیونی نهایی

Sig	T	ضرایب		Model	
		استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		
		Beta	B	خطای استاندارد	
/۰۰۰	۲۳/۴۲۰		۵۷/۹۹۷	۲/۴۷۶	عرض از مبدأ
/۰۰۰	۷/۶۸۰	/۴۰۹	/۹۴۹	/۱۲۴	درونی سازی الگوی بدنی ایده آل
/۰۰۶	۲/۷۶۸	/۱۴۷	/۷۵۶	/۲۷۳	ایتترنت

و بنابراین، تأثیری در تبیین تصور بدنی ندارند و از شکل رگرسیونی خارج می‌شوند.

مقدار معناداری به دست آمده جدول ۸ برای متغیرهای تلویزیون، ماهواره، آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل، نشان می‌دهد که این مقادیر سطح معناداری شان از ۰/۰۵ بیشتر است

جدول ۸- آماره‌های مربوط به متغیرهای خارج شده از مدل رگرسیونی نهایی

آماره‌های همخطی	Partial Correlation	Sig.	T	Beta In	Model
Tolerance					
/۹۷۸	-/۰۵۷	/۳۳۹	-/۹۵۷	-/۰۵۲	تلویزیون
/۸۸۸	/۰۱۸	/۷۶۷	/۲۹۷	/۰۱۷	ماهواره
/۶۰۳	/۰۷۴	/۲۱۰	۱/۲۵۷	/۰۸۶	آگاهی از الگوی بدنی ایده‌آل

نتیجه‌گیری

شناخت عوامل مؤثر در تصور بدنی مثبت و منفی است، لذا در این پژوهش به بررسی دو متغیر مهم و تأثیرگذار بر تصور بدنی؛ یعنی ارزش‌های غربی و رسانه‌های جمعی در بین زنان بالای ۱۵ سال شهر تبریز پرداخته می‌شود.

بر اساس نظریه اجتماعی- فرهنگی، رسانه‌های جمعی تأثیر غیر قابل انکاری در شکل‌گیری تصور بدنی افراد دارند. بر اساس پژوهش‌های انجام شده که در پیشینه تجربی پژوهش و همچنین، در بخش پیشینه نظری به آنها اشاره شده است و بیشتر در کشورهای غربی انجام گرفته‌اند، بین رسانه‌های جمعی و تصور بدنی، رابطه‌ای معکوس وجود دارد. علت این امر بر اساس نظریه اجتماعی- فرهنگی این‌گونه مطرح شده

در سال‌های اخیر بدن انسان به موضوع اساسی و مهمی در جامعه‌شناسی تبدیل شده است، به گونه‌ای که این علاقه، امروزه در حوزه جامعه‌شناسی بدن قابل پیگیری است. از جمله مسائلی که در رابطه با بدن و ظاهر بررسی شده، تصور بدنی است. تصور بدنی به این معناست که یک فرد ظاهر خود را چگونه ارزیابی می‌کند. از آنجایی که تصور منفی از بدن، دارای پیامدهای منفی چون بی نظمی در تغذیه، مشکلات روحی و روانی نظیر عزت نفس پایین، اضطراب فیزیک اجتماعی و ... خواهد بود، لذا لازم است راهکارهایی را برای مقابله با آن پیدا کرد، اما موفقیت در این امر در گرو

بدنی ایده‌آل ارائه شده از رسانه‌های جمعی را درونی‌سازی نکرده باشند و در نتیجه، خیلی تحت تأثیر منفی فرهنگ غربی در مورد ظاهر قرار نگیرند. رابطه مثبت بین تصور بدنی با رسانه‌های جمعی و ارزش‌های غربی، نشان‌دهنده آن است که این پژوهش، توانسته است تفاوت‌های فرهنگی بین کشورهای اروپایی و ایران را در رابطه با اهمیت ظاهر و تناسب اندام، به خوبی نشان دهد. اکنون با لحاظ موارد یاد شده پیشنهادها کاربردی زیر قابل استنباط است:

پیشنهادهای کاربردی

با توجه به رابطه معنی‌دار بین تصور بدنی با عملکرد ماهواره و اینترنت، و با توجه به اینکه توجه به ظاهر و تناسب اندام نامطلوب نیست، پیشنهاد می‌شود که رسانه‌های موجود در کشور از حالت خنثی در رابطه با ظاهر و تناسب اندام خارج شوند و شیوه‌های صحیح رسیدن به اندام و ظاهر متناسب را آموزش دهند.

وجود رابطه بین ارزش‌های غربی و تصور بدنی، نشان از تأثیر ارزش‌های غربی بر معیارهای زیبایی جامعه آماری دارد. با توجه به اینکه درونی‌سازی این ارزش‌ها در طولانی مدت می‌تواند اثرهای ناخوشایندی به دنبال داشته باشد (مثلاً استفاده از شیوه‌های نامناسب برای رسیدن به ظاهر ایده‌آل)، پیشنهاد می‌شود خطرها و زیان‌های استفاده از روش‌های نادرست، مانند مصرف داروهای مختلف و مواردی مانند آن به مردم گوشزد شود.

محدودیت‌های پژوهش

کمیبود منابع فارسی مورد بررسی، از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر بود که کوشش شد از طریق برگردان مقالات لاتین مورد یاد شده پوشش داده شود.

دومین محدودیت پژوهش، نبود ابزار استاندارد بود که از طریق ترجمه برخی منابع لاتین و با بررسی اعتبار و پایایی ابزار لازم ساخته شد.

که: الگوهای بدنی ایده‌آل ارائه شده از رسانه‌ها برای زنان، لاغری و باریک اندامی است. در ارائه این تصاویر، رسانه‌ها از اصول ویرایشی استفاده می‌کنند، در حقیقت، این تصاویر در اغلب موارد در دنیای واقعی حتی با استفاده از داروهای خاصی برای کسب اندام متناسب، قابل دسترس نیستند، اما از آنجا که مخاطبان از این مسأله آگاهی ندارند، آنها را می‌پذیرند و چون در اغلب موارد شکاف بین وضعیت بدنی واقعی و ایده‌آل زیاد است، به تصور بدنی منفی و نارضایتی بدنی منجر می‌شود. این نتایج بر اساس تحقیقات صورت گرفته در جوامع غربی به دست آمده است، لذا لازم است که این نظریه در ایران نیز بررسی شود. نتایج نشان‌دهنده این امر است که، میزان استفاده از تلویزیون داخلی تأثیری در تصور بدنی نمونه مورد بررسی نداشته است، توضیح اینکه، اصولاً در تلویزیون داخلی به مسأله بدن و الگوی بدنی ایده‌آل چندان پرداخته نمی‌شود. نتیجه جالب توجه اینکه، بر خلاف پژوهش‌های خارجی، بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره با تصور بدنی رابطه مثبت وجود داشته است، در واقع، در این پژوهش، رسانه‌هایی که بیشتر بعد جهانی داشتند، بر تصور بدنی پاسخگویان تأثیرگذار بودند. این نتیجه، همسو با فرضیه دیگر پژوهش است که از همین نظریه اخذ شده است و آن تأثیر ارزش‌های غربی در تصور بدنی افراد است. لازم است این مسأله را مد نظر داشته باشیم که، ارزش‌های غربی از کانال رسانه‌های جمعی و به ویژه ماهواره و اینترنت انتقال می‌یابند و برخلاف انتظار، بین ارزش‌های غربی و تصور بدنی نیز یک رابطه مثبت وجود دارد. در این امر چندین عامل می‌تواند دخیل باشد: اول اینکه ممکن است شکاف بین الگوی بدنی ایده‌آل و الگوی بدنی واقعی در جامعه مورد بررسی زیاد نباشد و همین عامل باعث شود که این افراد با تماشای رسانه‌های جمعی، دچار نارضایتی بدنی و تصور بدنی منفی نشوند؛ دوم اینکه، ممکن است الگوی بدنی ایده‌آل در جامعه مورد بررسی در این پژوهش و در کشورهای غربی با هم متفاوت باشند و در نتیجه افراد جامعه مورد بررسی، الگوی

Social and Clinical Psychology, Vol . 23 , No .1, p 7-2.

- Alizadeh Aghdam, M. B. & Soltani Bahram, S. (2010) "Sociological Study: The Relationship between Social Capital and Body Management Case Study: Tabriz University Students." *Journal of Applied Sociology University of Isfahan*, 21th year, Vol. 39, No.3, p:69-88.
- Clay (2005) They argue that the observed decline with age adolescent girls's perceptions of their attractiveness may be attributable to increasing social comparison with media models, np .
- Giles, C.D. & Close, J. (2008) Exposure to "lad magazines" and drive for muscularity in dating and non- dating young man. *personality and Individual Differences*, np ,44,pp: 1610-1616.
- Groesz .L.M & et al. (2001) The effect of experimental of thin media on body satisfaction: A Meta-Analytic Review, np, 1-16.
- Halliwel, E. & Harvey, M. (2006) "Examination of a Sociocultural Model of Disordered Eating Among Male and Female Adolescents, *British Journal of Psychology*, 11, pp: 235-248.
- Karanzsia, B. T. Crowther, J.H. (2009) "Social Body Comparison and Internalization : Mediators of Social Influences on Men Smuscularity – Oriented Body Dissatisfaction", *Body Image*, pp:6,105-112.
- Khan, A.M. & et al. (2011) "Impact of Today's Media on University Student's Body Image in Pakistan: a Conservative, Developing Country's Perspective", *BMC Public Health*, 11: 379.
- Moschk, S. (2008) Effects of tine- ideal vs.natural- ideal media images on body dissatisfaction in young adult females, np.
- Legenbauer. T. et al. (2009) "Preference for Attractiveness and Thinness in a Partner : Influence of Internalization of the Thin Ideal and Shape Weight Dissatisfaction in Heterosexual Women, Hetrosexual Men, Lesbians, and Gay Men". *Body Image*, p. 6 228- 234.
- Peterson, C. (2007) *Body Image in Men : Drive for Muscularity and sociall Influences*, *Body Image Evaluation and Investment and psychological well Being*, University of Saskatche:1-195.
- Smolak, L. & Stien, J. A. (2006) "The Relationship of Drive for Muscularity to Sociocultural Factors, Self – Esteem Physical Attributes Gender Role and Social Comparison in Midll School Boys". *Body Image*, 3, pp: 121-129.
- Sparhawk, J.M. (2003) *Body image and media, the media's influence on body image*, np .
- Tiggeman, M. Slater, A. (2003) Thin ideals in music television: A source of social comparison and body dissatisfaction, School of Psychology, Flinders University, Adelaide, Australia, pp: 48-58.
- Van Voderen. K.E. & Kinnally, W. (2012) "Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the

پیشنهادهای پژوهشی برای پژوهش‌های آینده

- ۱- بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر تصور بدنی؛
- ۲- مطالعه تطبیقی تصور بدنی در بین زنان و مردان در سطح استان آذربایجان شرقی و مقایسه آن با نتایج تحقیق حاضر.

منابع

- خواجه نوری، بیژن و مقدس، علی اصغر. (۱۳۸۸). «رابطه بین تصور از بدن و فرایند جهانی شدن، مطالعه موردی زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیستم، ش ۱، ص ۱-۲۴.
- زنجانی، زهرا و گودرزی، محمد علی. (۱۳۸۷). «بررسی پایایی و پایایی مقیاس محرک‌های تصویری استاندارد در گروهی از دانشجویان شیراز، جنوب ایران»، *مجله علمی پژوهشی اصول بهداشت روانی*، سال دهم، ش ۲، ص ۱۴۹-۱۵۵.
- صفری، رضا و حبیب‌پور، کرم. (۱۳۸۸). *راهنمای جامع Spss در تحقیقات پیمایشی*، تهران: متفکران.
- عمیدی، مریم، غفرانی‌پور، فضل الله و حسینی، رضوان. (۱۳۸۵). «رابطه نارضایتی از تصویر ذهنی بدنی و نمایه توده بدنی در دختران نوجوان»، *دو فصلنامه تحقیقات علوم رفتاری*، دوره ۴، ش ۱ و ۲، ص ۵۹-۶۵.
- فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی ابراهیم. (۱۳۸۷). «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن: مطالعه موردی زنان شهر شیراز»، *مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان)*، ش ۱۱، ص ۹-۴۲.
- محمدی، نورالله و سجادی‌نژاد، مرضیه‌السادات. (۱۳۸۶)، «ارزیابی شاخص‌های روان‌سنجی پرسشنامه نگرانی درباره تصویر بدنی، نارضایتی از تصویر بدنی و عزت نفس در دختران»، *مطالعات روان‌شناختی*، دوره ۳، ش ۱، ص ۸۵-۱۰۱.
- Agliata, D. & Tantleff- dunn, S. (2004) "The Impact of Media Exposure on Males' Body Image", *Journal of*

- Protective Factor Against Internalization of a Thin Ideal and Body Dissatisfaction", (*Int) Eat Disord*, p. 37: 241-249.
- Yamamiya, Y. Cash, T. F. & et al. (2005) "Women's Exposure to Thin- and- Beautiful Media Images: Body Image Effects of Media- Ideal Internalization and Impact- Reduction Interventions", *Body Image*, p. 2:74-80.
- Broader Context of Internal and other Social Factors". *American Communication Journal*, Vol 14, Issue 2: 41-57.
- Wall, M. & Guo, G. & Neumark, S. D. & Paxton, S. J. & Keery, H. (2007) "Body Dissatisfaction and Body Comparison with Media Images in Males and Females", *Body Image*, p. 4: 257-268.
- Warren, C. S & Gleaves, D.H. & et al. (2005) "Ethnicity as a