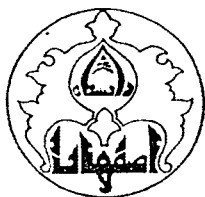


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۵۷۳۶ - ۲. ۲۹ ۶۸۸



دانشگاه اصفهان

دانشکده ادبیات و علوم انسانی

گروه علوم اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات زنان

بررسی تفاوت تصویر بدن بین زنان متأهل شاغل و خانه دار

استاد راهنما:

دکتر بهجت یزدخواستی

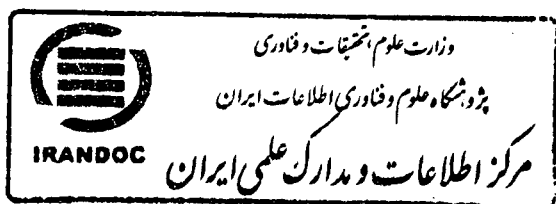
استاد مشاور:

دکتر ثریا معمار

پژوهشگر:

مرضیه شعرباغچی زاده

آبان ماه ۱۳۸۹



۱۵۸۳۳۶

۱۳۹۰/۴/۱۶

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات
و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان است.



دانشگاه اصفهان
دانشکده ادبیات و علوم انسانی
گروه علوم اجتماعی

پایان نامه‌ی ارشد رشته‌ی مطالعات زنان خانم مرضیه شعربافچی زاده تحت عنوان

بررسی تفاوت تصویر بدن بین زنان متأهل شاغل و خانه دار

در تاریخ ۸۹/۸/۹ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

امضاء	با مرتبه‌ی علمی استادیار	دکتر بهجت یزدخواستی	استاد راهنمای پایان نامه
امضاء	با مرتبه‌ی علمی استادیار	دکتر ثریا معمار	استاد مشاور پایان نامه
امضاء	با مرتبه‌ی علمی استادیار	دکتر وحید قاسمی	استاد داور داخل گروه
امضاء	با مرتبه‌ی علمی دانشیار	دکتر فاطمه بهرامی	استاد داور خارج از گروه
امضای مدیر گروه			

تقدیر و تشکر

سپاس بی کران پروردگار را که لحظه به لحظه زندگی را مدیون او هستیم و از به جای آوردن شکرش غافل. همو که رسول ختمی مرتبت (صلی الله علیه و آله) را با کتابی روشن بر ما فرو فرستاد تا چراغ راه دانش اندوزی را برای بشریت به ارمغان آورد و با دوازده نور پرفروغ در پیمودن راه یاریمان نماید.

و اما بعد، در به ثمر رسیدن پژوهش حاضر افراد زیادی همراه اینجانب بودند که در طی این مدت صبورانه و دلسوزانه، مرا مرهون مساعدت های بی دریغ خود ساختند. جا دارد از همسرم که در این مدت مرا از تمامی مسئولیت هایی که بر عهده ام بود فراغت بخشید و رنج تنهایی را به جان خرید و همواره مشوق و راهنمایم بود، و همچنین از فرزند دو ساله ام که ساعات زیادی را از دیدنش محروم بودم، تشکر نمایم. مادر و برادرانم نیز با دلگرمی هایی که به من می دادند و زحماتی که بابت نگهداری فرزندم در غیاب من کشیدند، بر سرم منت نهادند.

از سرکار خانم دکتر یزدخواستی که زحمت راهنمایی این تحقیق را بر عهده داشتند و نیز جناب آقای دکتر علی ربانی مدیر محترم گروه، که با درک موقعیت دشوار اینجانب، کمک های شایان توجهی به من فرمودند کمال تشکر را دارم.

دوستان خوبم خانم ها محبوبه سقایی، لیلا سقایی، زینب موسوی و مرضیه قدیری با دلگرمی ها و مساعدتشان مرا در انجام این مهم یاری کردند. در پایان از خداوند منان برای تمام عزیزانی که دعای خیرشان بدرقه راهم بود، خواهان توفیق روزافزون هستم.

تقدیم بہ

پیشگاہ با عظمت حضرت ولی عصر عجل اللہ تعالیٰ فرجہ الشریف؛

پدر و مادرم کہ حیاتم را دیون آنہایم و تابدین جای زندگیم را مرہون زحماتشان؛

ہمسرم بہ پاس شکیبایی، دلگرمی، ہمراہی و حمایت ہائیش.

چکیده

تصویر بدن برای هر فرد نگرشی است که با توجه به نقطه نظرات دیگران درباره بدن خود دارد. نظر به توجه فزاینده جامعه مصرف‌گرای امروز به بحث بدن، شناختن عوامل تأثیرگذار بر توجه به این مقوله می‌تواند راهگشا باشد. هدف از تحقیق حاضر بررسی تفاوت بدن بین زنان متأهل شاغل و خانه‌دار می‌باشد. بدین معنا که میزان تأثیر امر اشتغال یا خانه‌داری زنان در شکل‌گیری تصویر بدن آنها ارزیابی می‌گردد.

هدف یافتن دلایل گرایش به تفکرات افراطی و سطحی نسبت به بدن در امر زیبایی و صرف وقت و هزینه‌های گزاف برای رسیدن به الگوی ایده‌آل بازار سرمایه‌داری است. اینکه چرا توجه افراد جامعه و به خصوص زنان که عهده‌دار تربیت نسل بشریت‌اند، از اهداف عالی حیات، به امور سطحی و جزئی حیات دنیوی معطوف گشته است.

روش تحقیق پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه در دو بخش به تفکیک برای زنان شاغل و خانه‌دار نوشته شده است. پس از تقسیم مناطق ۱۴ گانه شهر اصفهان به ۷ منطقه، پرسشنامه بین ۲۵ زن متأهل شاغل و ۲۵ زن متأهل خانه‌دار در هر منطقه توزیع شد. بازه سنی زنان پرسش‌شونده بین ۲۰ تا ۵۰ سال بود و زنان شاغل در یکی از ادارات دولتی یا غیردولتی هر منطقه مشغول به کار بودند. پس از وارد کردن داده‌ها در کامپیوتر، با نرم‌افزار spss 13 تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام گرفت.

آمار نشان داد که تمام فرضیه‌ها به اثبات رسید. بدین معنا که هم فرضیه اصلی که تفاوت بین تصویر بدن زنان متأهل شاغل و خانه‌دار بود و هم فرضیه‌های فرعی دارای معناداری بودند و مولفه‌های ذکر شده برای سنجش تأثیر در شکل‌گیری تصویر بدن، همگی در این امر دخیل بودند. همچنین نتیجه نهایی مشخص نمود که تصویر بدن زنان متأهل خانه‌دار مثبت‌تر از تصویر بدن زنان متأهل شاغل است.

کلیدواژه‌ها: جامعه‌شناسی بدن، تصویر بدن، هویت، کلیشه‌های جنسیتی.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسئله	۱
۲-۱- اهمیت و ضرورت	۳
۳-۱- اهداف	۴
۱-۳-۱- هدف کلی	۴
۲-۳-۱- اهداف جزئی	۴
۴-۱- سؤالات	۴
۵-۱- کلید واژه ها	۵
۱-۵-۱- جامعه شناسی بدن	۵
۲-۵-۱- تصویر بدن	۵
۳-۵-۱- هویت	۵
۴-۵-۱- کلیشه های جنسیتی	۵

فصل دوم: ادبیات نظری و چارچوب تحقیق

۱-۲- ادبیات پژوهش	۷
۱-۱-۲- تحقیقات داخلی	۷
۱-۱-۱-۲- زیبایی	۸
۲-۱-۱-۲- پوشش	۸
۳-۱-۱-۲- تناسب اندام	۹
۲-۱-۲- تحقیقات خارجی	۹
۱-۲-۱-۲- رضایت از بدن	۹
۲-۲-۱-۲- جذابیت و زیبایی	۱۰
۳-۱-۲- مروری بر مفهوم تصویر بدن	۱۳
۲-۲- مبانی نظری	۱۵
۱-۲-۲- جامعه شناسی بدن	۱۵

۱۷	۲-۲-۲- مفهوم شناسی بدن
۲۲	۳-۲-۲- صاحب‌نظران مطرح در بحث بدن
۲۲	۱-۳-۲-۲- اورینگ گافمن
۲۴	۲-۳-۲-۲- میشل فوکو
۲۶	۳-۳-۲-۲- برایان ترنر
۲۷	۴-۳-۲-۲- نوربرت الیاس
۲۸	۵-۳-۲-۲- آنتونی گیدنز
۲۹	۶-۳-۲-۲- پیر بوردیو
۳۰	۷-۳-۲-۲- مری داگلاس
۳۲	۸-۳-۲-۲- دیگر صاحب‌نظران
۳۵	۴-۲-۲- هویت
۳۵	۱-۴-۲-۲- مفهوم شناسی و اهمیت هویت
۳۹	۲-۴-۲-۲- صاحب‌نظران بحث هویت
۳۹	۱-۲-۴-۲-۲- آنتونی گیدنز
۴۱	۲-۲-۴-۲-۲- جرج هربرت مید
۴۲	۳-۲-۴-۲-۲- اورینگ گافمن
۴۳	۴-۲-۴-۲-۲- جنکینز
۴۶	۵-۲-۲-۲- کلیشه‌های جنسیتی
۴۶	۱-۵-۲-۲- مفهوم شناسی کلیشه‌های جنسیتی
۴۷	۲-۵-۲-۲- نظریه‌های مربوط به کلیشه‌های جنسیتی
۴۷	۱-۲-۵-۲-۲- نظریه طر‌حواره جنسیت
۴۸	۲-۲-۵-۲-۲- نظریه یادگیری اجتماعی
۴۹	۳-۲-۵-۲-۲- نظریه جامعه‌پذیری جنسیت
۵۰	۴-۲-۵-۲-۲- نظریه مبادله
۵۱	۳-۲-۲- چارچوب نظری
۵۵	۴-۲-۲- فرضیه‌های تحقیق

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

مقدمه	۵۷
۱-۳-۱- تعریف مفاهیم و نحوه سنجش متغیرها	۵۷
۱-۳-۱-۱- متغیرهای مستقل	۵۷
۱-۳-۲- متغیر وابسته	۶۱
۲-۳- روش تحقیق	۶۲
۳-۳- جمعیت آماری	۶۲
۱-۳-۳- جامعه آماری	۶۲
۲-۳-۳- شیوه های نمونه گیری و حجم نمونه	۶۲
۴-۳- ابزار گردآوری اطلاعات، روش های آماری و تجزیه و تحلیل داده ها	۶۳
۱-۴-۳- ابزار گردآوری اطلاعات	۶۳
۲-۴-۳- تجزیه و تحلیل داده ها	۶۳
۵-۳- آزمون مقدماتی	۶۴
۶-۳- اعتبار و قابلیت اعتماد تحقیق	۶۴
۱-۶-۳- اعتبار	۶۴
۲-۶-۳- قابلیت اعتماد	۶۵

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل

۱-۴- نتایج توصیفی و یک متغیره پژوهش	۶۷
۱-۴-۱- سن	۶۷
۲-۴-۱- تحصیلات	۶۹
۳-۴-۱- نوع شغل	۷۰
۴-۴-۱- تأثیر دیدگاه همسر در شکل گیری تصویر بدن	۷۱
۵-۴-۱- تأثیر دیدگاه اطرافیان مرد در شکل گیری تصویر بدن	۷۲
۶-۴-۱- تأثیر دیدگاه اطرافیان زن در شکل گیری تصویر بدن	۷۴
۷-۴-۱- تأثیر کلیشه های جنسیتی فرهنگی در شکل گیری تصویر بدن	۷۵
۸-۴-۱- تأثیر حضور در اجتماع در شکل گیری تصویر بدن	۷۶

۹-۱-۴- متغیر وابسته: شکل گیری تصویر بدن	۷۹
۲-۴- یافته های استنباطی	۸۱
۱-۲-۴- فرضیه اول: بین دیدگاه همسر و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۸۱
۲-۲-۴- فرضیه دوم: بین دیدگاه اطرافیان مرد و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۸۲
۳-۲-۴- فرضیه سوم: بین دیدگاه اطرافیان زن و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۸۳
۴-۲-۴- فرضیه چهارم: بین اوقات فراغت و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد	۸۴
۵-۲-۴- فرضیه پنجم: بین حضور در اجتماع و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۸۹
۶-۲-۴- فرضیه ششم: بین متغیرهای زمینه ای (سن، تحصیلات، نوع شغل) و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد	۹۲
۷-۲-۴- بین کلیشه های جنسیتی فرهنگی و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۹۵
۳-۴- رگرسیون چند متغیره عوامل موثر بر شکل گیری تصویر بدن	۹۶

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۱-۵- نتیجه گیری	۹۸
۱-۱-۵- فرضیه اول: بین دیدگاه همسر و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۹۹
۲-۱-۵- فرضیه دوم و سوم: بین دیدگاه اطرافیان مرد و توجه به تصویر بدن و نیز دیدگاه اطرافیان زن و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۱۰۰
۳-۱-۵- فرضیه چهارم: بین اوقات فراغت و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد	۱۰۱
۴-۱-۵- فرضیه پنجم: بین حضور در اجتماع و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۱۰۲
۵-۱-۵- فرضیه ششم: بین متغیرهای زمینه ای (سن، تحصیلات، نوع شغل) و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد	۱۰۲
۶-۱-۵- فرضیه هفتم: بین کلیشه های جنسیتی و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد.....	۱۰۲
۲-۵- پیشنهادات	۱۰۳
۳-۵- محدودیت های تحقیق	۱۰۵
پیوست ۱	۱۰۶
پیوست ۲	۱۱۰
پیوست ۳	۱۱۴
منابع و مأخذ.....	۱۲۱

فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۵۲	شکل ۱-۲- تأثیر دیدگاه همسر و اطرافیان در شکل‌گیری تصویر بدن
۵۳	شکل ۲-۲- تأثیر اوقات فراغت در شکل‌گیری تصویر بدن زنان خانه‌دار
۵۴	شکل ۳-۲- تأثیر حضور در اجتماع در شکل‌گیری تصویر بدن زنان شاغل
۵۵	شکل ۴-۲- تأثیر کلیشه‌های جنسیتی در شکل‌گیری تصویر بدن
۵۶	شکل ۱-۳- شکل‌گیری تصویر بدن
۵۸	شکل ۱-۴- توزیع فراوانی سن پاسخگویان
۶۹	شکل ۲-۴- توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان
۷۰	شکل ۳-۴- توزیع فراوانی نوع شغل
۸۲	شکل ۴-۴- نمودار پراکندگی تأثیر دیدگاه همسر بر شکل‌گیری تصویر بدن
۸۳	شکل ۵-۴- نمودار پراکندگی تأثیر دیدگاه اطرافیان مرد بر شکل‌گیری تصویر بدن
۸۴	شکل ۶-۴- نمودار پراکندگی تأثیر دیدگاه اطرافیان زن بر شکل‌گیری تصویر بدن
۸۵	شکل ۷-۴- نمودار انجام امور مربوط به تناسب اندام در اوقات فراغت
۸۶	شکل ۸-۴- نمودار تماشای کانال‌های مختلف تلویزیون در اوقات فراغت
۸۷	شکل ۹-۴- نمودار انجام امور مربوط به زیبایی فیزیکی صورت
۸۸	شکل ۱۰-۴- نمودار درصد انجام امور مختلف قابل ارائه در آرایشگاه‌ها
۹۰	شکل ۱۱-۴- نمودار پراکندگی تأثیر اطرافیان مرد بر شکل‌گیری تصویر بدن
۹۱	شکل ۱۲-۴- نمودار پراکندگی تأثیر اطرافیان زن بر شکل‌گیری تصویر بدن
۹۲	شکل ۱۳-۴- نمودار پراکندگی تأثیر حضور در اجتماع و توجه به تصویر بدن
۹۳	شکل ۱۴-۴- نمودار پراکندگی تأثیر سن و توجه به تصویر
۹۵	شکل ۱۵-۴- نمودار پراکندگی تأثیر کلیشه‌های جنسیتی فرهنگی و شکل‌گیری تصویر بدن

فهرست جدول‌ها

صفحه	عنوان
۳۴	جدول ۱-۲- آرای صاحب‌نظران پیرامون تصویر بدن
۴۶	جدول ۲-۲- آرای صاحب‌نظران پیرامون بحث هویت
۵۱	جدول ۳-۲- نظریات مطرح در مبحث کلیشه‌های جنسیتی
۵۸	جدول ۱-۳- گویه‌های دیدگاه همسر
۵۸	جدول ۲-۳- گویه‌های آشنایان مذکر
۵۹	جدول ۳-۳- گویه‌های آشنایان مؤنث
۶۰	جدول ۴-۳- گویه‌های کلیشه‌های جنسیتی
۶۰	جدول ۵-۳- گویه‌های همکاران مرد
۶۱	جدول ۶-۳- گویه‌های همکاران زن
۶۱	جدول ۷-۳- گویه‌های حضور در اجتماع
۶۲	جدول ۸-۳- گویه‌های تصویر بدن
۶۵	جدول ۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ شاخص‌ها
۶۸	جدول ۱-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن
۶۹	جدول ۲-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات
۷۰	جدول ۳-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع شغل
۷۱	جدول ۴-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان متأهل شاغل در رابطه به تأثیر دیدگاه همسر در شکل‌گیری تصویر بدن زنان
۷۲	جدول ۵-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان متأهل خانه‌دار در رابطه به تأثیر دیدگاه همسر در شکل‌گیری تصویر بدن زنان
۷۳	جدول ۶-۴- توزیع پاسخگویان شاغل در رابطه با تأثیر دیدگاه اطرافیان مذکر
۷۳	جدول ۷-۴- توزیع پاسخگویان خانه‌دار در رابطه با تأثیر دیدگاه اطرافیان مذکر
۷۴	جدول ۸-۴- توزیع پاسخگویان شاغل در رابطه با تأثیر اطرافیان زن در شکل‌گیری تصویر بدن
۷۵	جدول ۹-۴- توزیع پاسخگویان خانه‌دار در رابطه با تأثیر اطرافیان زن در شکل‌گیری تصویر بدن
۷۶	جدول ۱۰-۴- توزیع پاسخگویان شاغل در رابطه با تأثیر کلیشه‌های جنسیتی
۷۶	جدول ۱۱-۴- توزیع پاسخگویان خانه‌دار در رابطه با تأثیر کلیشه‌های جنسیتی
۷۷	جدول ۱۲-۴- توزیع پاسخگویان در رابطه با تأثیر همکاران مرد در شکل‌گیری تناسب اندام

- جدول ۴-۱۳- توزیع پاسخگویان در رابطه با تأثیر دیدگاه همکاران زن ۷۸
- جدول ۴-۱۴- توزیع پاسخگویان در رابطه با تأثیر حضور در اجتماع ۷۹
- جدول ۴-۱۵- توزیع پاسخگویان شاغل بر حسب تصویر بدن ۸۰
- جدول ۴-۱۶- توزیع پاسخگویان خانه دار بر حسب تصویر بدن ۸۰
- جدول ۴-۱۷- همبستگی بین دیدگاه همسر و شکل‌گیری تصویر بدن ۸۱
- جدول ۴-۱۸- همبستگی بین دیدگاه اطرافیان مرد و شکل‌گیری تصویر بدن ۸۳
- جدول ۴-۱۹- همبستگی بین دیدگاه اطرافیان زن و شکل‌گیری تصویر بدن ۸۴
- جدول ۴-۲۰- درصد انجام امور مربوط به تناسب اندام در اوقات فراغت ۸۵
- جدول ۴-۲۱- درصد تماشای کانال‌های مختلف تلویزیون در اوقات فراغت ۸۶
- جدول ۴-۲۲- درصد انجام امور مربوط به زیبایی فیزیک صورت ۸۷
- جدول ۴-۲۳- درصد انجام امور مختلف قابل ارائه در آرایشگاه‌ها ۸۸
- جدول ۴-۲۴- همبستگی بین دیدگاه همکاران مرد و شکل‌گیری تصویر بدن ۸۹
- جدول ۴-۲۵- همبستگی بین دیدگاه همکاران زن و شکل‌گیری تصویر بدن ۹۰
- جدول ۴-۲۶- همبستگی بین حضور در اجتماع و شکل‌گیری تصویر بدن ۹۱
- جدول ۴-۲۷- همبستگی بین سن و توجه به تصویر بدن ۹۳
- جدول ۴-۲۸- همبستگی بین تحصیلات و شکل‌گیری تصویر بدن ۹۴
- جدول ۴-۲۹- همبستگی بین نوع شغل و شکل‌گیری تصویر بدن ۹۴
- جدول ۴-۳۰- همبستگی بین کلیشه‌های جنسیتی فرهنگی و شکل‌گیری تصویر بدن ۹۵
- جدول ۴-۳۱- تحلیل رگرسیون چند متغیره شکل‌گیری تصویر بدن ۹۶
- جدول ۴-۳۲- تحلیل واریانس رگرسیون چند متغیره گرایش به تناسب اندام ۹۶
- جدول ۴-۳۳- سطح معنی داری متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته ۹۶
- جدول ۴-۳۴- آزمون تی برای تصویر بدن زنان متأهل شاغل و خانه دار ۹۷

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسئله

جامعه‌شناسی بدن فراز و نشیب‌های خاص خود را در مرور زمان طی کرده است. در جوامع سنتی توجه به نیازهای خاص و ضروری، جایگاه رفیعی داشته، و ابعاد معرفت‌شناختی هویت‌یابی و عرفانی قوت بیشتری دارا بوده است. اما در جوامع امروز، بر خلاف جامعه سنتی، بدن اهمیتی بسیار پیدا کرده است؛ تا آنجا که به ابزاری برای شناساندن هویت افراد تبدیل شده و در واقع ظاهر بر باطن سبقت گرفته است. این اهمیت تا بدانجا پیش رفته که جامعه‌شناسی بدن یکی از موضوعات روز مطالعه در جوامع قرار گرفته است. در واقع جامعه‌شناسی بدن فصلی از جامعه‌شناسی است که تمایلات و خواسته‌های روانی را با مداخله‌های اجتماعی تطبیق می‌دهد و کلیه هستی‌زندگی را در آن نظم، تنظیم می‌کند. جامعه‌شناسی بدن بخش مهمی از شناخت جامعه است. به ویژه که بدن به مثابه یک پدیده اجتماعی و فرهنگی به جامعه وابسته است و به عنوان ابزاری سمبولیک از آن استفاده می‌گردد. در باب بدن انسان تحقیقات بسیاری صورت گرفته است. در آثار میشل فوکو (۱۳۷۸، ۱۹۷۹)، مارسل موس (۱۹۷۹)، پیر بوردیو (۱۹۸۴)، گیدنز (۱۳۷۸)، واکرانت (۱۹۹۵)، مونوگان (۱۹۹۹، ۲۰۰۰)، انت ویستل (۲۰۰۱)، سوئیت من (۱۹۹۹)، بلک (۲۰۰۲)، ساساتلی (۱۹۹۹) و نگرین (۲۰۰۰) به شیوه‌های متفاوت، طبیعت دوگانه بدن عامل به مثابه سوژه و ابژه تغییر بررسی شده است (فرجی و حمیدی: ۱۳۸۵).

در جوامع کنونی تحت تأثیر اصول مدرنیته، بدن و تمام متعلقات آن مانند وزن، فرم صورت، پوشش و

اندام‌های خاص محرک، یکی از اصلی‌ترین منابع معرف هویت و شخصیت فرد محسوب می‌شود. توجه به بدن که لازمه آن، توجه به انواع داروها و وسایل زینتی و بهداشتی آرایشی است، خواسته اولیه نظام سرمایه داری است. چرا که بهترین وسیله برای رونق بازار آنان به حساب می‌آید و طبعی است که هدف اصلی این بازار زنان می‌باشند. که زیبایی با زن معنا می‌یابد و علی‌القاعده زنان در این مورد از مردان حساس‌تر هستند. حال باید دید دلیل توجه فزاینده زنان به این مقوله، و تن دادن به معیارهایی خاص از زیبایی از کجا نشأت می‌گیرد.

هر فرد علاقه دارد در نظر اطرافیان خود انسان موجهی جلوه کند، معیارهای فرهنگی اجتماعی جامعه را رعایت نماید و همزمان با تغییرات جامعه به پیش برود. زنان نیز از این قاعده مستثنی نیستند. حال اگر به معیارهای زیبایی که از سوی جامعه به بطن آن تزریق می‌شود نگاهی بیفکنیم، خواهیم دید که این معیارها همه در یک مسیر حرکت می‌کنند: نمایاندن زن مطلوب و ایده آل جامعه به شکل زنی جوان، بلند قد با پاهای کشیده، دارای موهای بلوند و پوستی تازه و شاداب و در کل دارای ظاهر و اندامی محرک و مرد پسند. حال آنکه این الگو با زنانی که واقعیت جامعه هستند و در متن آن زندگی می‌کنند، به خصوص در جوامع آسیایی، فاصله زیادی دارد. و جالب اینجاست که این معیارها که به امری فرهنگی و اجتماعی بدل شده است، کاملاً بر اساس سلاقی عده ای خاص، که صاحبان بازار سرمایه هستند، و نه بر مبنای الگوهای سلامت بدن شکل می‌گیرند.

نکته اینجاست که توجه به مقوله بدن، به خودی خود امری ضروری است که کیفیت حیات را ارتقا می‌بخشد و فی‌نفسه مشکل‌زا نیست، بلکه ممدوح هم می‌باشد، اما زمانی که تمام آگهی‌های تجاری الگویی خاص را با بدنی خاص تأیید می‌کنند و غیر مستقیم به زنان و مردان القا می‌کنند که ظاهری غیر از این ظاهر مطلوب و پسندیده نیست، مشکل‌رخ می‌نمایند.

تصویری که زن در این جا از بدن خود پیدا می‌کند، تصویری است که در مقایسه با الگوی معرفی شده شکل می‌گیرد. بنابراین این تصویر در بسیاری از زنان، تصویر مثبتی نخواهد بود بلکه شاید در برخی به کلی مخدوش باشد؛ که نتیجه بلافصل آن روی آوردن به لوازم آرایشی بیشتر، باشگاه‌های تخصصی بدنسازی، رژیم‌های غذایی مفرط، آرایشگاه‌های مخصوص، جراحی‌های زیبایی و پوشش‌های خاص است. چرا که تنها کارکرد بدن در این فضا، کارکرد جنسی و مطلوب واقع شدن در نگاه جنس مخالف در درجه اول، و هم‌جنسان در درجه دوم، می‌باشد.

در این فضای سرد و سنگین، آرایش در واقع هماهنگ کردن واقعیت و مطلوبیت است؛ عواملی چون تأخیر در ازدواج، نوع شغل و یا عدم پذیرش اجتماعی در آسیب رسانیدن به نگرش‌ها نسبت به بدن موثر واقع می‌شوند؛ شاهد نگرش‌های افراطی به بدن هستیم که از جنبه سلامت و زیبایی صرف، فرسنگ‌ها فاصله دارد و در نهایت،

شاهد نسلی هستیم که هدف خود از خلقت و حیات را فراموش کرده است و اسیر دست نظام سرمایه داری، سرگردان وادی پوچ و بی انتهای بی هویتی شده است.

هدف از این مطالعه، بررسی نوع نگرش به تصویر بدن در بین زنان متأهل شاغل و خانه دار است. پی بردن به این موضوع که آیا نگرش افراطی به امر زیبایی و به مقوله بدن در بین زنان شاغل و خانه دار متفاوت است یا یکسان می‌باشد. آیا زنان شاغل به واسطه حضور در اجتماع و البته بسته به نوع شغل انتخابی آنها، بیشتر به این ورطه کشیده شده‌اند، یا فرصت بروز توانایی‌ها و استعدادهایشان، به عکس آنها را از این وادی دور کرده است. و به همین نسبت، آیا حضور در خانه و درگیری‌های فکری متناسب با امور منزل، بانوان خانه دار را به این مسأله نزدیک یا دور کرده است. در واقع هدف، بررسی میزان توجه زنان متأهل شاغل و خانه دار به مقوله بدن و چرایی آن است. اینکه مسأله بدن و تصویر ناشی از آن برای زنان خانه دار مهم‌تر است یا زنان شاغل. با توجه به اینکه گروه مورد آزمون همگی متأهلند، سعی بر آن است که درجه اهمیت این موضوع بین این افراد مقایسه شود. بدین معنا که آیا اشتغال به امری غیر از امور خانه داری و درگیر فعالیت‌های دیگر شدن، توجه به بدن را کمتر می‌کند یا بیشتر؟ اگر ثابت شود که زنان شاغل به این مسأله اهمیت بیشتری می‌دهند، باید به امر حضور در اجتماع و کلیت فعالیت اجتماعی از دیدی دیگر و آسیب شناسانه نگریسته شود؛ و اگر عکس آن اثبات شود، که شاید نتیجه مستقیم روزمرگی آنان نیز می‌باشد، توجه به نیازهای زنان خانه دار و برنامه ریزی و جهت دهی اوقات فراغت و فواصل بین کارهای منزل آنان برای معطوف شدن توجهشان از امور سطحی به مسائل عمیق‌تر و هدف حیات انسان، ضروری می‌نماید. زنان عهده دار تربیت نسل بشرند و آموزش و رفع نیازهای آنان برای داشتن نسلی بهتر و شایسته‌تر، وظیفه همگان می‌باشد.

۱-۲- اهمیت و ضرورت

تحقیق حاضر از آنجا که به موضوعی جدید و نسبتاً به روز می‌پردازد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مقوله بدن، امری است که در چند دهه اخیر کانون توجه اقشار گوناگون اجتماعات مختلف بوده است. از مدل‌های زیبایی و صاحبان رسانه گرفته تا پژوهش‌گران و نظریه پردازان، همه و همه به گونه‌ای با این مسأله دست به گریبانند. از آنجا که کشور ما تحت ولایت اسلام و قرآن است و از این رو قوانین خاصی در زمینه پوشش و حفظ زیبایی زنان دارد و معیارهای نابی برای سلامت اجتماع و ایجاد محیطی امن برای فعالیت اجتماعی زنان به دست می‌دهد، و نیز از آنجا که با هجوم تبلیغاتی عده‌ای سرمایه دار سودجو، توجه به بدن و زیبایی ظاهری امروزه از عوامل مهمی است که فکر افراد اجتماع و به ویژه قشر جوان را به خود معطوف داشته است،

تحقیق حاضر که به بررسی مسأله تصویر بدن و عوامل و نحوه شکل گیری آن در زنان متأهل خانه دار و شاغل می‌پردازد، می‌تواند کمک شایان توجهی به ساماندهی و جهت دهی افکار زنان متأهل که در حقیقت از طریق تربیت فرزند عهده دار اداره کلیت اجتماع می‌باشند، بنماید. بدین معنا که در این مطالعه، دلایل توجه به بدن در این دو قشر از زنان بررسی و مورد مذاقه قرار می‌گیرد و بسته به نتایج به دست آمده - حداقل برای شهر اصفهان - این امکان را برای مسئولین امر فراهم می‌آورد تا به پالایش محیط های کاری و یا به برنامه ریزی برای اوقات فراغت زنان خانه دار بپردازد.

۱-۳- اهداف

۱-۳-۱ هدف کلی

بررسی تفاوت تصویر بدن در زنان متأهل شاغل و خانه دار

۱-۳-۲ اهداف جزئی

- بررسی دیدگاه همسر در شکل گیری تصویر بدن
- بررسی دیدگاه اطرافیان مرد در شکل گیری تصویر بدن
- بررسی دیدگاه اطرافیان زن در شکل گیری تصویر بدن
- بررسی تأثیر اوقات فراغت در توجه به تصویر بدن در زنان متأهل خانه دار
- بررسی تأثیر حضور در اجتماع در توجه به تصویر بدن در زنان متأهل شاغل
- بررسی تأثیر متغیرهای زمینه ای (سن، تحصیلات، نوع شغل) در شکل گیری تصویر بدن
- بررسی تأثیر کلیشه های جنسیتی فرهنگی در شکل گیری تصویر بدن

۱-۴- سؤالات

- ۱-۴-۱ آیا بین دیدگاه همسر و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد؟
- ۲-۴-۱ آیا بین دیدگاه اطرافیان مرد و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد؟
- ۳-۴-۱ آیا بین دیدگاه اطرافیان زن و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد؟
- ۴-۴-۱ آیا بین اوقات فراغت و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد؟
- ۵-۴-۱ آیا بین حضور در اجتماع و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد؟
- ۶-۴-۱ آیا بین متغیرهای زمینه ای (سن، تحصیلات، نوع شغل) و توجه به تصویر بدن رابطه وجود دارد؟
- ۷-۴-۱ آیا بین کلیشه های جنسیتی فرهنگی و شکل گیری تصویر بدن رابطه وجود دارد؟

۱-۵- کلید واژه ها

۱-۵-۱- جامعه شناسی بدن^۱

جریانی که کانون توجه آن این مسأله است که بدن های ما و از جمله سلامت و رفتار جنسی مان، چگونه تحت تأثیر عوامل اجتماعی قرار دارد (گیدنز، ۲۰۰۳). این رشته به جریان داشتن نوعی بازخورد قائل است که طی آن محیط های اجتماعی بدن ها را می سازند و این ساخته شدن بدن ها به نوبه خود بر رفتار اجتماعی تأثیر می گذارد، و رفتار اجتماعی باز بر تحولات و تغییرات بدنی مؤثر واقع می شود.

۱-۵-۲- تصویر بدن^۲

دریافت ها و تمایلات فرد، با در نظر گرفتن ظاهر فیزیکی فرد است. (Cash & Parazinsky, 2002;) دو اصل نگرشی تصویر بدن، ارزیابی و سرمایه گذاری است (Cash, 2002a). ارزیابی اشاره به سنجش فرد از خودش دارد که متضمن حس رضایت یا عدم رضایت از خود در ارتباط با ایده آل های فیزیکی درونی شده فرد است. سرمایه گذاری نیز اشاره به اهمیت شناختی و رفتاری که بر ظاهر فرد بنا شده است دارد، که شامل الگوی شخصی مربوط به ظاهر وی می باشد.

۱-۵-۳- هویت^۳

با دو مفهوم متضاد تعریف می شود: همسانی و تفاوت. این که چیزی یا فردی هویت ویژه ای دارد به این معناست که این چیز یا فرد مانند دیگر وجودها دارای آن هویت است و در عین حال چونان چیز یا فردی متمایز هویتی خاص دارد. به بیان دیگر هویت یعنی کیفیت یکسان بودن در ذات و ترکیب و ماهیت و نیز یکسان بودن در هر زمان و در همه شرایط. در هر حال هویت داشتن یعنی بیگانه نبودن، ولی از دو جنبه متفاوت: همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان (هکمن: ۱۹۹۹، ۵؛ به نقل از دانش، ۱۳۸۶: ۶۶).

۱-۵-۴- کلیشه های جنسیتی^۴

یا تصورات قالبی مجموعه سازمان یافته ای از باورها درباره خصوصیات همه اعضای گروهی خاص است. پس یک کلیشه یا تصور قالبی، به معنی مجموعه باورهایی است درباره این که زن یا مرد بودن به چه معناست.

¹ Sociology of Body

² Body Image

³ Identity

⁴ Gender Stereotype

کلیشه ها یا تصورات قالبی جنسیتی دربرگیرنده اطلاعات درباره ظاهر جسمانی، نگرش ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل است (Ashmore, DelBoca & Wahlers, 1986; Deaux & Lewis, 1984; Huston, 1985,1983).