

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٠٩١٣



دانشگاه اصفهان
دانشکده ادبیات و علوم انسانی
گروه علوم اجتماعی

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی علوم اجتماعی
گرایش جامعه شناسی

بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در زنان
(مطالعه ی موردی زنان شهر شیراز)

استاد راهنما:

دکتر بهجت یزدخواستی

استاد مشاور:

دکتر علی ربانی

پژوهشگر:

ابراهیم اخلاصی

اسفند ماه ۱۳۸۶

۱۳۸۷ / ۱۵ / ۲۸

۱۵۰۹۱۳۵

کتابخانه مرکزی دانشگاه اصفهان
گروه علوم اجتماعی

کلیه ی حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابدتکارات
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 نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی علوم اجتماعی
گرایش جامعه شناسی

تحت عنوان

بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در زنان
(مطالعه ی موردی زنان شهر شیراز)

در تاریخ ۸۶/۱۲/۲۰ توسط هیئت داوران زیر بررسی و با درجه ی عالی به تصویب نهایی رسید.

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر بهجت یزدخواستی با مرتبه ی علمی استادیار **عبدالله زورچیان** امضاء

۲- استاد مشاور پایان نامه دکتر علی ربانی با مرتبه ی علمی استادیار امضاء

۳- استاد داور داخل گروه دکتر وحید قاسمی با مرتبه ی علمی استادیار امضاء

۴- استاد داور خارج گروه دکتر شعله امیری با مرتبه ی علمی استادیار امضاء

امضای مدیر گروه

دکتر علی ربانی

تشکر و قدر دانی

قلم را آن زبان نبود که سر عشق گوید باز ورای حد تقریر است شرح آرزومندی

اکنون که در سایه سار هم نشینی و مؤانست سلسله علل متعدد و متکثر و در رأس همه، الطاف خاص خداوندی، توفیق خاتمت بخشی به نگارش رساله ی کارشناسی ارشد حاصل آمده است، خود را مفروض به مختصر یادی از اهم محتشمانی می دانم که یقیناً غیاب آن ها، تصدیق فرجامی مبارک در این جهد علمی را ناممکن می نمود. نکته ی غیر قابل انکار در اینجا، همان قلت حواس و فضاء است که یقیناً امکان احصاء جمیع عوامل نقش آفرین در این جهاد مبارک را سلب می نماید.

اعضای خانواده های خود و همسر، فرد به فرد، با فراهم آوردن بی شائبه ی ضرورت های مادی و معنوی، ملاحظت و همدلی خویش را در قبال صاحب این سطور عینیت بخشیدند که ضمن اعلان قصور در ادای دین به آنان، از ایام ماضی تا کنون، مراتب صمیمانه ترین تشکر خود را از آنان اعلام می دارم. ذیل عنوان خانواده، سپاسگزاری مضاعف خود را نثار **والدین معزز** خود می نمایم. مشایعت و همراهی **همسر خردورز، دلسوز و مهربانم** و نیز سعه ی صدر کم نظیر ایشان در تمام مراحل تهیه پایان نامه و نارسایی های متعاقب آن از هر حیث، واقعیتی است که اغماض از آن سرزنش عقل و نیز شرمساری در برابر وجدان هشیار انسانی را با خود به همراه دارد. اقتداء به کلام پر مغز "من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق"، راقم این سطور را به قدر شناسی از آستانش فرا می خواند. امیدوارم تمام شئون حیات وی در سایه ی عنایات حضرت صدیقه ی طاهره (سلام الله علیها) قرین با کامیابی، خوشبختی و رحمت ویژه ی الهی گردد.

مراعات شرم حضور و انشای صادقانه ی سپاسگزاری از **اساتید محترم گروه علوم اجتماعی** به طور عام و سرکار خانم **دکتر بیجت یزدخواستی و جناب آقای دکتر علی ربانی**، به طور خاص از لوازم دانش آموزی و امهات خردمندی است. نامبردگان یاد شده در آخر، به ترتیب راهنمایی و مشاورت رساله را به عهده داشتند و با نظرات صائب خویش، بلند نظرانه، ضعف علمی نگارنده را با همت صبورانه ی خود در امر راهنمایی و مشاوره، ملبس به جامه ی جبران نمودند.

دوستان عزیزم **آقایان ولی عیدی و یاسر رستگار** را که در مواجهه با سیل روز افزون مزاحمت های سمعی و بصری اینجانب، خویشنداری بی بدیلی را از خود متجلی ساختند، شایسته پاسداشت و ذکر خیر می دانم.

این اثر ناچیز را قبل از همه به پیشگاه
سرمدی اسوه ی رحمت و پاکدامنی
حضرت فاطمه (سلام الله علیها) و بعد
از آن به همسر م ، به عنوان تنها ستاره
ی صادق زندگیم ، به پاس همه ی
مهربانی هایش ، تقدیم می دارم.

چکیده:

اهمیت یافتن بدن و متعاقب آن ، بازتابی شدن هویت بدنی افراد، از پیامدهای اساسی ظهور جامعه ی مصرفی می باشد که در آن افراد با دست کاری ویژگی های ظاهری و مریی بدن و فاصله گیری از مفهوم "بدن طبیعی" ، مبادرت به ساخت بدن اجتماعی می نمایند. در این پژوهش ، کلیه ی تغییرات اعمال شده روی بدن از نظر آرایشی ، جراحی های زیبایی و نیز مراقبت و نگهداری از بدن ذیل عنوان کلی تر "مدیریت بدن" مورد بررسی قرار گرفته است.

هدف تحقیق ، عبارت است از بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن در زنان که طی آن ابعاد گوناگون مفهومی و نظری مدیریت بدن مورد واکاوی و کنکاش قرار گرفته است. محقق با بهره گیری از آراء اندیشمندان برجسته ی جامعه شناسی ، دیدگاههای فمینیستی و مارکسیستی ، به همراه دیدگاه اسلام ، سعی خود را در راستای افزایش غنای تئوریک موضوع مورد بررسی به کار بسته است.

روش مورد استفاده در این پژوهش "پیمایش" می باشد که در آن از ابزار پرسشنامه به منظور جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. هم چنین، پرسشنامه ی یاد شده با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای، به صورت تصادفی در بین ۴۰۰ نفر از زنان ۱۸ تا ۴۰ سال ساکن در مناطق ۸ گانه ی شیراز توزیع گردیده است.

نتایج تحقیق نشان می دهد که میانگین مدیریت بدن ، با لحاظ نمودن کلیه ی ابعاد و شاخص های منظور شده ی آن ، برابر با ۶۲/۸ درصد می باشد که حاکی از میزان بالای توجه ی زنان به بدن در همه ی وجوه گوناگون آن از حیث آرایشی ، مراقبت و نگهداری و ... می باشد. بر پایه ی نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق ، شواهدی دال بر عدم وجود رابطه میان متغیر وابسته و سایر متغیرهای مستقل بدست نیامد و بدین ترتیب ارتباط معنا دار بین مدیریت بدن و سایر متغیرهای مستقل مشاهده گردید. هم چنین با استفاده از رگرسیون چند گانه و تحلیل مسیر ، میزان و نحوه ی تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مشخص گردیده است. بر این اساس ، در مجموع ۵۸/۱ درصد از واریانس یا پراکندگی متغیر مدیریت بدن به وسیله ی متغیرهای ۸ گانه ی مستقل تبیین می گردد.

واژگان کلیدی:

مدیریت بدن ، جامعه شناسی بدن ، جامعه ی مصرفی ، پذیرش اجتماعی بدن ، تصور بدن

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱- شرح و بیان مسئله ی پژوهشی.....	۱
۲-۱- اهمیت و ارزش تحقیق.....	۳
۳-۱- پیشینه ی تحقیق.....	۵
۱-۳-۱- تحقیقات صورت گرفته در داخل کشور.....	۵
۲-۳-۱- تحقیقات صورت گرفته در خارج از کشور.....	۹
۴-۱- اهداف تحقیق.....	۱۳
۵-۱- تعریف واژه ها و مفاهیم اصلی تحقیق.....	۱۳
۱-۵-۱- آسیب اجتماعی.....	۱۳
۲-۵-۱- انحراف اجتماعی.....	۱۳
۳-۵-۱- مدیریت بدن.....	۱۴
۴-۵-۱- زیبایی.....	۱۴
۶-۵-۱- تصور بدن.....	۱۴
۷-۵-۱- سرمایه ی فرهنگی.....	۱۴
۸-۵-۱- توصیف خود.....	۱۴
۶-۱- محدودیت های تحقیق.....	۱۴
۷-۱- کاربرد نتایج تحقیق.....	۱۵

فصل دوم: ادبیات نظری و چارچوب تحقیق

۱-۲- اهمیت بدن در جامعه شناسی.....	۱۶
------------------------------------	----

۲-۲- برتری ذهن بر بدن در فلسفه ی غرب.....	۱۷
۳-۲- فقدان بدن در نخستین تأملات جامعه شناسی.....	۱۸
۴-۲- بدن در حاشیه ی اندیشه ی جامعه شناسان کلاسیک	۲۰
۵-۲- اتحاد ذهن و بدن در فلسفه ی مرلوپونتی	۲۱
۱-۵-۲- بنیانگذاری جامعه شناسی تجسدی بر مبنای فلسفه ی مرلوپونتی	۲۵
۶-۲- زمینه های توجه به بدن در جامعه شناسی متأخر.....	۲۶
۷-۲- اهمیت روز افزون بدن در اواخر قرن بیستم.....	۲۷
۸-۲- جامعه ی مصرفی و جایگاه بدن در آن.....	۳۰
۱-۸-۲- جامعه ی ایران و رواج پوشش فراتر از نیاز.....	۳۵
۹-۲- نظریه ی مصرف تظاهری و بلن.....	۳۹
۱۰-۲- نظریه ی شارلوت گیلمن در حوزه ی جامعه‌شناسی پوشش	۴۰
۱-۱۰-۲- کارکردهای پوشش از دیدگاه گیلمن.....	۴۱
۱۱-۲- پیشینه ی تاریخی آرایش.....	۴۳
۱۲-۲- جامعه شناسی صورت و زیبایی و گفتمان های وابسته به آن.....	۴۳
۱-۱۲-۲- دیدگاه افلاطون درباره ی زیبایی.....	۴۴
۲-۱۲-۲- دیدگاه ارسطو درباره ی زیبایی.....	۴۴
۳-۱۲-۲- صورت و زیبایی در فرهنگ معاصر.....	۴۵
۱۳-۲- بررسی رویکردهای مختلف به بدن.....	۴۶
۱-۱۳-۲- رویکردهای طبیعت گرا.....	۴۶
۱-۱-۱۳-۲- پیشینه ی تاریخی رویکردهای طبیعت گرا.....	۴۸
۲-۱-۱۳-۲- تأثیر رویکردهای طبیعت گرا بر چشم اندازهای فمینیسم رادیکال.....	۴۸
۲-۱۳-۲- رویکردهای ساختارگرایی اجتماعی.....	۴۹
۱-۲-۱۳-۲- مدیریت بدن در زندگی روزمره از دیدگاه اروینگ گافمن	۴۹
۲-۲-۱۳-۲- بدن و روابط قدرت در اندیشه ی میشل فوکو	۵۳
۱-۲-۲-۱۳-۲- فوکو و بدن منفعل.....	۵۷
۳-۲-۱۳-۲- مری داگلاس و بدن به عنوان نمادی از جامعه.....	۵۹
۳-۱۳-۲- رویکردهای ترکیبی در تحلیل بدن.....	۶۱

- ۶۲..... ۱-۳-۱۳-۲- بررسی آراء ترکیبی برایان ترنر درباره ی بدن
- ۶۵..... ۲-۳-۱۳-۲- بررسی آراء آنتونی گیدنز درباره ی بدن
- ۶۷..... ۱-۲-۳-۱۳-۲- نظریه ی ساخت یابی و آرایش زنان
- ۶۷..... ۲-۲-۳-۱۳-۲- تقابل هویت های بدنی در دوره ی مدرن و ما قبل آن
- ۶۹..... ۳-۲-۳-۱۳-۲- بی اشتهاهی عصبی،نماد اختلال بدنی
- ۷۰..... ۴-۳-۱۳-۲- بی اشتهاهی عصبی،نماد بازتابندگی هویت افراد مدرن
- ۷۲..... ۵-۳-۱۳-۲- مفهوم باز تابندگی بدن در نظریات آنتونی گیدنز
- ۷۴..... ۶-۲-۳-۱۳-۲- تحلیل هویت بدنی بازتابنده زنان ایران بر مبنای چشم انداز گیدنز
- ۷۶..... ۳-۳-۱۳-۲- بررسی آراء نوربرت الیاس درباره ی بدن
- ۷۷..... ۴-۳-۱۳-۲- بررسی آراء پیر بوردیو درباره ی بدن
- ۷۸..... ۱-۴-۳-۱۳-۲- بدن و نسبت آن با تبدیل و باز تولید سرمایه در آراء بوردیو
- ۸۱..... ۲-۴-۳-۱۳-۲- بررسی مفاهیم خصلت ، سلیقه و تشخص در آراء بوردیو
- ۸۳..... ۵-۳-۱۳-۲- نظریه ی کانل در تحلیل بدن
- ۸۴..... ۶-۳-۱۳-۲- نظریه هاچ شیلد و مفهوم کار عاطفی بدن
- ۸۵..... ۷-۳-۱۳-۲- نظریه ی پیتر فراند در تحلیل بدن
- ۸۵..... ۱-۷-۳-۱۳-۲- بدن ،بیماری و مفهوم آن
- ۸۶..... ۱-۱-۷-۳-۱۳-۲- نیچه و مفهوم بیماری
- ۸۷..... ۱۴-۲- گفتمان های مارکسیستی درباره ی آرایش و زیبایی
- ۸۸..... ۱-۱۴-۲- آرایش و نابرابری طبقاتی
- ۸۸..... ۲-۱۴-۲- نیاز اقتصادی مبنای آرایش زنان
- ۸۹..... ۳-۱۴-۲- بدن زن در جامعه ی مصرفی
- ۹۰..... ۱۵-۲- اهم دیدگاههای فمینیستی درباره ی بدن ، جنسیت و زیبایی
- ۹۵..... ۱۶-۲- قرائت های جدید فمینیستی در حوزه ی زیبایی
- ۹۶..... ۱-۱۶-۲- صنعت زیبایی و آرایش نامرئی
- ۹۶..... ۲-۱۶-۲- عقلانی سازی زیبایی زنان در دهه ی ۸۰ میلادی
- ۹۷..... ۱۷-۲- تقابل مسیحیت و آرایش
- ۹۷..... ۱۸-۲- رژیم جنسیتی زنان و مفهوم آن

- ۹۸..... ۱۸-۱- رژیم جنسیتی زنان در سازمان های اداری جامعه ی ایران
- ۹۸..... ۱۹-۲- تقابل پزشکی و آرایش
- ۹۹..... ۲۰-۲- زیبایی و منزلت اجتماعی
- ۱۰۰..... ۲۱-۲- نسبت آرایش و ایده آل های زنانه
- ۱۰۰..... ۲۱-۱- قانون مکتوب پوشش و آرایش زنان در ایران و نسبت آن با واقعیت موجود
- ۱۰۲..... ۲۲-۲- تشریح اهم عوامل مؤثر بر آرایش و زیبایی در زنان
- ۱۰۴..... ۲۳-۲- تصور بدن
- ۱۰۴..... ۲۳-۱- نارضایتی از بدن
- ۱۰۵..... ۲۳-۲- نقش رسانه ها در شکل دهی تصور بدن
- ۱۰۶..... ۲۴-۲- مبانی نظری پوشش زنان از دیدگاه اسلام
- ۱۰۸..... ۲۴-۱- پوشش های مذموم در آیینه ی روایات معصومین (علیهم السلام)
- ۱۰۹..... ۲۵-۲- دیدگاه اسلام درباره ی تأثیرات ناشی از زیبایی در جامعه
- ۱۱۱..... ۲۶-۲- تبیین خود آرای بر مبنای اقتضای فطری زنان و انسان گرائی
- ۱۱۲..... ۲۶-۲- مصادیق خود آرای از چشم انداز اسلام
- ۱۱۲..... ۲۷-۲- بررسی پدیده ی مرگ و نقش آن در رابطه با بدن انسان
- ۱۱۳..... ۲۷-۱- نظریه ی پیتر برگر
- ۱۱۳..... ۲۷-۱-۱- پارادوکس بین ساخت تدریجی واقعیت و معنای پایدار
- ۱۱۵..... ۲۷-۱-۲- موقعیت حاشیه ای مرگ
- ۱۱۵..... ۲۷-۱-۳- نقد و بررسی آراء پیتر برگر با تأکید بر نظریه ی حیات معقول
- ۱۱۹..... ۲۷-۲- اضطراب هستی شناختی مرگ از نگاه گیدنز
- ۱۱۹..... ۲۷-۳- تحلیل مرگ بدن بر مبنای نظریه ی نوربرت الیاس
- ۱۲۰..... ۲۷-۴- نظریه ی پیر بوردیو در نسبت مرگ و بدن انسانی
- ۱۲۱..... ۲۸-۲- چارچوب نظری تحقیق
- ۱۲۱..... ۲۸-۱- نظریه ی اروینگ گافمن
- ۱۲۲..... ۲۸-۲- نظریه ی پیر بوردیو
- ۱۲۳..... ۲۸-۳- نظریه ی آنتونی گیدنز
- ۱۲۳..... ۲۸-۴- نظریه ی مبادله

۱۲۴.....۵-۲۸-۲ دیدگاه اسلام.....

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۱۲۷.....۱-۳-۱ مقدمه.....

۱۲۸.....۲-۳-۲ تعاریف عملی متغیرها.....

۱۲۸.....۱-۲-۳-۱-متغیرهای مستقل.....

۱۲۸.....۱-۲-۳-۱-۱-سن.....

۱۲۸.....۲-۳-۱-۲-تأهل.....

۱۲۹.....۳-۱-۲-۳-پایگاه اقتصادی اجتماعی.....

۱۲۹.....۴-۱-۲-۳-مصرف رسانه ای.....

۱۲۹.....۵-۱-۲-۳-دینداری.....

۱۳۰.....۷-۱-۲-۳-پذیرش اجتماعی بدن.....

۱۳۰.....۶-۱-۲-۳-نارضایتی از بدن.....

۱۳۱.....۸-۱-۲-۳-سرمایه ی فرهنگی.....

۱۳۱.....۲-۲-۳-متغیر وابسته.....

۱۳۱.....۳-۳-فرضیه های تحقیق.....

۱۳۲.....۴-۳-ابزار گردآوری داده ها.....

۱۳۳.....۵-۳-آزمون مقدماتی.....

۱۳۳.....۶-۳-روایی یا اعتبار پرسشنامه.....

۱۳۳.....۷-۳-پایایی پرسشنامه.....

۱۳۳.....۸-۳-جامعه ی آماری.....

۱۳۴.....۹-۳-حجم نمونه و نحوه ی محاسبه آن.....

۱۳۴.....۱۰-۳-روش و طرح نمونه گیری.....

۱۳۴.....۱۱-۳-شیوه ی محاسبه ی نمرات متغیرهای مستقل و متغیر وابسته.....

۱۳۴.....۱-۱۱-۳-روش محاسبه (compute).....

۱۳۵	۱-۱-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی پایگاه اقتصادی - اجتماعی پاسخگویان
۱۳۵	۲-۱-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی میزان مدیریت بدن زنان پاسخگو
۱۳۶	۳-۱-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی میزان نارضایتی از بدن در زنان پاسخگو
۱۳۶	۲-۱۱-۳- روش تحلیل عامل تأییدی
۱۳۷	۱-۲-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی متغیر مدیریت بدن بر پایه ی روش تحلیل عامل تأییدی
۱۳۹	۲-۲-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی متغیر پذیرش اجتماعی بدن بر پایه ی روش تحلیل عامل تأییدی
۱۴۱	۳-۲-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی متغیر نارضایتی از بدن بر پایه ی روش تحلیل عامل تأییدی
۱۴۱	۴-۲-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی متغیر سرمایه ی فرهنگی بر پایه ی روش تحلیل عامل تأییدی
۱۴۲	۵-۲-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی متغیر دینداری بر پایه ی روش تحلیل عامل تأییدی
۱۴۳	۶-۲-۱۱-۳- محاسبه ی نمره ی متغیر مصرف رسانه ای بر پایه ی روش تحلیل عامل تأییدی
۱۴۴	۱۲-۳- متغیرهای ترکیبی
۱۴۵	۱۳-۳- روش های آماری آزمون فرضیات تحقیق
۱۴۵	۱۴-۳- ابزار تجزیه و تحلیل داده ها

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

۱۴۶	۱-۴- مقدمه
۱۴۷	۲-۴- یافته های توصیفی
۱۴۷	۱-۲-۴- فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه سنی
۱۴۷	۲-۲-۴- فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات
۱۴۸	۳-۲-۴- فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل
۱۴۹	۴-۲-۴- فراوانی پاسخگویان بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی
۱۴۹	۵-۲-۴- فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مدیریت بدن
۱۵۰	۶-۲-۴- توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب گروه سنی زنان
۱۵۱	۷-۲-۴- توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب تحصیلات زنان
۱۵۱	۸-۲-۴- توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب وضعیت تأهل زنان

۹-۲-۴- توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی	۱۵۲
۱۰-۲-۴- فراوانی و میانگین شاخص های عینی تشکیل دهنده ی متغیر وابسته ی مدیریت بدن	۱۵۳
۱-۱۰-۲-۴- میانگین و فراوانی استفاده ی زنان از مواد و رویه های آرایشی	۱۵۳
۲-۱۰-۲-۴- میانگین و فراوانی نگرش های زنان درباره ی جراحی های زیبایی	۱۵۴
۳-۱۰-۲-۴- میانگین و فراوانی استفاده ی زنان از لباس های اندامی و کوتاه	۱۵۵
۴-۱۰-۲-۴- میانگین و فراوانی نگرش های زنان درباره ی لباس های اندامی و کوتاه	۱۵۵
۵-۱۰-۲-۴- میانگین و فراوانی استعمال رویه های لاغری و سلامتی بدن از سوی زنان	۱۵۶
۱۱-۲-۴- فراوانی و میانگین شاخص های عینی اهم متغیرهای مستقل	۱۵۶
۱-۱۱-۱۲-۴- میانگین و فراوانی نگرش زنان درباره ی پذیرش اجتماعی بدن	۱۵۶
۲-۱۱-۲-۴- فراوانی میزان نارضایتی از بدن در زنان	۱۵۸
۳-۱۱-۲-۴- میانگین و فراوانی نگرش های زنان درباره ی نارضایتی از بدن	۱۵۸
۱۲-۲-۴- فراوانی و میانگین متغیر ترکیبی نگرش و رفتارهای فرضی زنان بر مبنای آموزه های اسلامی	۱۵۹
۱-۱۲-۲-۴- میانگین و فراوانی نگرش های فرضی زنان درباره ی آرایش، زیبایی و پوشش	۱۵۹
۲-۱۲-۲-۴- میانگین و فراوانی رفتارهای فرضی زنان درباره ی آرایش، زیبایی و پوشش	۱۶۰
۱۳-۲-۴- مقایسه ی وضعیت موجود و مطلوب آرایش، زیبایی، مد و لباس	۱۶۰
۱-۳-۴- آزمون فرضیات تحقیق	۱۶۲
۴-۴- تحلیل رگرسیون	۱۶۷
۱-۴-۴- آزمون مدل تجربی	۱۶۷
۲-۴-۴- تحلیل مسیر	۱۶۹

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۱-۵- مقدمه	۱۷۱
۲-۵- مروری بر اهم یافته های توصیفی پژوهش	۱۷۲
۱-۲-۵- نتایج توصیفی متغیر مدیریت بدن	۱۷۲
۲-۲-۵- نتایج توصیفی متغیر پذیرش اجتماعی بدن	۱۷۲

۱۷۳.....	۵-۲-۳- نتایج توصیفی متغیر نارضایتی از بدن.....	۱۷۳
۱۷۳.....	۵-۳- بررسی و تحلیل نظری نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش.....	۱۷۳
۱۷۴.....	۵-۳-۱- بررسی رابطه ی بین پذیرش اجتماعی بدن و مدیریت بدن.....	۱۷۴
۱۷۴.....	۵-۳-۱-۱- تحلیل نظری.....	۱۷۴
۱۷۴.....	۵-۳-۲- بررسی رابطه ی بین دینداری و مدیریت بدن.....	۱۷۴
۱۷۵.....	۵-۳-۲-۱- تحلیل نظری.....	۱۷۵
۱۷۵.....	۵-۳-۳- بررسی رابطه ی بین مصرف رسانه ای و مدیریت بدن.....	۱۷۵
۱۷۶.....	۵-۳-۳-۱- تحلیل نظری.....	۱۷۶
۱۷۶.....	۵-۳-۴- بررسی رابطه ی بین سرمایه ی فرهنگی و مدیریت بدن.....	۱۷۶
۱۷۶.....	۵-۳-۴-۱- تحلیل نظری.....	۱۷۶
۱۷۷.....	۵-۳-۵- بررسی رابطه ی بین نارضایتی از بدن و مدیریت بدن.....	۱۷۷
۱۷۸.....	۵-۳-۵-۱- تحلیل نظری.....	۱۷۸
۱۷۸.....	۵-۳-۶- بررسی رابطه ی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مدیریت بدن.....	۱۷۸
۱۷۹.....	۵-۳-۶-۱- تحلیل نظری.....	۱۷۹
۱۸۰.....	۵-۳-۷- بررسی رابطه ی بین تحصیلات و مدیریت بدن.....	۱۸۰
۱۸۰.....	۵-۳-۷-۱- تحلیل نظری.....	۱۸۰
۱۸۰.....	۵-۳-۸- بررسی رابطه ی بین سن و مدیریت بدن.....	۱۸۰
۱۸۰.....	۵-۳-۸-۱- تحلیل نظری.....	۱۸۰
۱۸۲.....	۵-۴- پیشنهادات.....	۱۸۲
۱۸۲.....	۵-۴-۱- پیشنهادات کاربردی.....	۱۸۲
۱۸۲.....	۵-۴-۱-۱- اصلاح نگاه مسئولان و برنامه ریزان فرهنگی.....	۱۸۲
۱۸۳.....	۵-۴-۱-۲- تعریف و طراحی پوشش ملی مناسب با توجه به نیازهای زیبا شناختی زنان.....	۱۸۳
۱۸۳.....	۵-۴-۱-۳- گسترش فرهنگ کمال طلبی و تعمیق اخلاق در زنان.....	۱۸۳
۱۸۳.....	۵-۴-۲- پیشنهادات پژوهشی.....	۱۸۳
۱۸۴.....	۵-۴-۲-۱- شناسایی دیگر علل مؤثر در مدیریت بدن.....	۱۸۴
۱۸۴.....	۵-۴-۲-۲- تبیین و شناسایی پیامدهای اجتماعی مدیریت بدن.....	۱۸۴
۱۸۵-۱۹۲.....	پیوست.....	۱۸۵-۱۹۲
۱۹۳.....	منابع و مأخذ.....	۱۹۳

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۴۷	شکل (۱-۲): لوازم عینی طبیعت گرایی.....
۶۶	شکل (۲-۲): نسبت بدن ، خود و پیامدهای هستی شناختی آن
۸۱	شکل (۳-۲): بدن در قالب سرمایه و تبدیل آن به انواع دیگر
۱۰۴	شکل (۴-۲): طیف تصور بدن
۱۱۴	شکل (۵-۲): تضاد امر ثابت و متغیر.....
۱۲۱	شکل (۶-۲): نظریه پردازان عمده ی مدیریت بدن.....
۱۲۶	شکل (۷-۲): مدل تجربی تحقیق
۱۳۰	شکل (۱-۳): شاخص های سازنده ی متغیر دینداری.....
۱۳۰	شکل (۲-۳): شاخص های سازنده ی متغیر نارضایتی از بدن.....
۱۳۰	شکل (۳-۳): شاخص های سازنده ی متغیر پذیرش اجتماعی بدن.....
۱۳۱	شکل (۴-۳): شاخص های سازنده ی متغیر سرمایه ی فرهنگی.....
۱۳۱	شکل (۵-۳): شاخص های سازنده ی متغیر مدیریت بدن.....
۱۴۸	شکل (۱-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات.....
۱۴۸	شکل (۲-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل.....
۱۵۰	شکل (۳-۴): توزیع فراوانی زنان بر حسب سطح مدیریت بدن.....
۱۵۴	شکل (۴-۴): میانگین و فراوانی استفاده ی زنان از مواد آرایشی (از بیشترین تا کمترین).....
۱۶۱	شکل (۵-۴): تفاضل میانگین وضعیت واقعی و آرمانی نگرش ها و رفتارهای مرتبط با آرایش، زیبایی، مد و لباس ..
۱۶۹	شکل (۶-۴): دیاگرام مسیر

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول (۱-۱): نگرشهای مربوط به آرایش بیرون از خانه.....	۷
جدول (۲-۱): فراوانی انواع مختلف برداشت های زنان از چهره ی خود.....	۱۰
جدول (۱-۳): پايایی پرسشنامه.....	۱۳۳
جدول (۲-۳): تعیین دامنه ی متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی.....	۱۳۵
جدول (۳-۳): تعیین دامنه ی متغیر وابسته مدیریت بدن.....	۱۳۵
جدول (۴-۳): تعیین دامنه ی متغیر میزان نارضایتی از بدن.....	۱۳۶
جدول (۵-۳): نمرات عاملی شاخص های مربوط به مدیریت بدن به عنوان متغیر وابسته ی پژوهش.....	۱۳۸
جدول (۶-۳): نمرات عاملی شاخص های مربوط به پذیرش اجتماعی به عنوان متغیر مستقل پژوهش.....	۱۴۰
جدول (۷-۳): نمرات عاملی متغیر نارضایتی از بدن به عنوان متغیر مستقل پژوهش.....	۱۴۱
جدول (۸-۳): نمرات عاملی شاخص های مربوط به سرمایه ی فرهنگی به عنوان متغیر مستقل پژوهش.....	۱۴۲
جدول (۹-۳): نمرات عاملی متغیر دینداری به عنوان متغیر مستقل پژوهش.....	۱۴۳
جدول (۱۰-۳): نمرات عاملی متغیر مصرف رسانه ای به عنوان متغیر مستقل پژوهش.....	۱۴۴
جدول (۱-۴): توزیع پاسخگویان بر حسب رده ی سنی.....	۱۴۷
جدول (۲-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی.....	۱۴۹
جدول (۳-۴): توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب گروه سنی زنان.....	۱۵۰
جدول (۴-۴): توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب میزان تحصیلات زنان.....	۱۵۱
جدول (۵-۴): توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب وضعیت تأهل زنان.....	۱۵۲
جدول (۶-۴): توزیع فراوانی میزان مدیریت بدن بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان.....	۱۵۲
جدول (۷-۴): میانگین و فراوانی استفاده ی زنان از مواد و رویه های آرایشی (از بیشترین تا کمترین).....	۱۵۳
جدول (۸-۴): فراوانی و میانگین نگرش های زنان درباره ی جراحی های زیبایی.....	۱۵۴
جدول (۹-۴): فراوانی و میانگین استفاده ی زنان از لباس های اندامی و کوتاه.....	۱۵۵
جدول (۱۰-۴): میانگین و فراوانی نگرش های زنان درباره ی لباس های اندامی و کوتاه.....	۱۵۵
جدول (۱۱-۴): فراوانی و میانگین استعمال رویه های لاغری و سلامتی بدن از سوی زنان.....	۱۵۶
جدول (۱۲-۴): فراوانی و میانگین نگرش زنان درباره ی پذیرش اجتماعی بدن.....	۱۵۷

- جدول (۴-۱۳): فراوانی میزان نارضایتی زنان از بدن ۱۵۸
- جدول (۴-۱۴): فراوانی و میانگین نگرش های زنان درباره ی نارضایتی از بدن ۱۵۹
- جدول (۴-۱۵): میانگین و فراوانی نگرش های فرضی زنان بر مبنای آموزه های اسلامی آرایش و پوشش ۱۵۹
- جدول (۴-۱۶): میانگین و فراوانی رفتارهای فرضی زنان بر مبنای انطباق مطلق با آموزه های اسلامی ۱۶۰
- جدول (۴-۱۷): تفاضل میانگین وضعیت واقعی و آرمانی نگرش ها و رفتارهای مرتبط با آرایش، زیبایی، مد و لباس ۱۶۱
- جدول (۴-۱۸): آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه ی پذیرش اجتماعی و مدیریت بدن ۱۶۲
- جدول (۴-۱۹): آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه ی دینداری و مدیریت بدن ۱۶۳
- جدول (۴-۲۰): آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه ی مصرف رسانه ای و مدیریت بدن ۱۶۳
- جدول (۴-۲۱): آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه ی سرمایه ی فرهنگی و مدیریت بدن ۱۶۴
- جدول (۴-۲۲): آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه ی نارضایتی از بدن و مدیریت بدن ۱۶۴
- جدول (۴-۲۳): آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه ی پایگاه اقتصادی اجتماعی و مدیریت بدن ۱۶۵
- جدول (۴-۲۴): آزمون ضریب همبستگی اتا برای بررسی رابطه ی تحصیلات و مدیریت بدن ۱۶۶
- جدول (۴-۲۵): آزمون ضریب همبستگی اتا برای بررسی رابطه ی سن و مدیریت بدن ۱۶۶
- جدول (۴-۲۶): ضرایب رگرسیون چندگانه ی متغیرهای مستقل ۱۶۸
- جدول (۴-۲۷): تحلیل واریانس برای آزمون معنا داری شکل رگرسیونی ۱۶۸

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- شرح و بیان مسئله ی پژوهشی

وضع بدن در جامعه ی مصرفی متضمن نوعی علاقه ی تجاری و نمایشی و آرایشی به آن می باشد که طی آن لازم است بدن مناسب و اندازه لاغر و جوان نگاه داشته شود. در جامعه ی ما آیدمی شدن پدیده آرایش زنان و دختران در عرصه ی حیات عمومی جامعه و نیز استعمال آن دسته از لباس های رایج زنان در عرصه ی اجتماعی که در آن ها سه خصوصیت چسبان بودن ، کوتاه بودن و بدن نما بودن به وضوح قابل مشاهده است با ساز و کارهای ساختارهای اجتماعی و قانونی جامعه که هر نوع کامجویی زن و مرد از یکدیگر را مقید به قید خانواده

می کند در تعارض محض می باشد. تعارض مذکور از طریق شکاف به وجود آمده بین فرهنگ موجود و فرهنگ آرمانی در لایه های گوناگون حیات اجتماعی قابل ردگیری می باشد.

با در نظر داشتن اصل یادشده فوق، راقم این سطور در پی بررسی موضوع آرایش زنان و دختران در حوزه ی عمومی جامعه و نیز دیگر موارد وابسته به آن، ذیل عنوان کلی تر «مدیریت بدن در زنان»، از زاویه آسیب اجتماعی می باشد. در ادامه ی همین بحث باید این نکته را نیز بدان افزود که در بیشتر کشورهای دیگر پوشش و خودآرایی زنان از حیث حسن و قبح ذاتی بلامانع گردیده است و در بهترین وجه ممکن پدیده ی مذکور در حد یک انتخاب اجتماعی تقلیل یافته است که نهایتاً تابعی از اراده و سلیقه ی جمعی است. رابطه ی بدن و لباس به میزان زیادی به مصرف گرایی به طور کلی و مصرف گرایی در فرهنگ زنان و جوانان به طور خاص برمی گردد که این خود نیز مربوط به خرید و استفاده ی آن ها از لباس به عنوان مصرف کننده ی مدرن است. گرایش فرهنگی مذکور بیشتر مربوط به دوران بعد از جنگ دوم جهانی است و خاستگاه آن کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی می باشد، اما با ظهور پدیده ی جهانی شدن این امر گسترده تر گردیده است. جوانان کالاهای زیبا شناختی خاص خود را بر کالاها (لباس و مانند آن) حمل می کنند. آنها با ترکیب عناصر گوناگون لباس پوشیدن معنی جدیدی خلق می کنند و مقوله های هنجاری از مد را که صنایع لباس و نساجی ایجاد کرده است، رد می کنند. مصداق آشکار در نفی هنجارهای تجویز شده ی پوشش، استقبال زنان و دختران جوان خصوصاً در کلان شهرها، از شلوارهای کوتاه در معابر عمومی است که هر روز شکل تازه ای به خود می گیرد.

خودآرایی زنان و دختران جوان در حوزه ی عمومی جامعه ی ایران از یک سو و نیز بایستگی های رسمی موجود در عرصه ی پوشش از سوی دیگر را زمانی می توان در جامعه ی ما از حالت شکاف فرهنگی خارج نمود که یا ساز و کارهای اجتماعی، فرهنگی و قانونی جامعه در راستای به رسمیت شناخته شدن دیدگاههای اومانیستی و به تبع آن فراهم آمدن زمینه ی التذاذ دو جنس مخالف از یکدیگر خارج از کادر ازدواج و زناشویی در همه ی سطوح، از حظ و بهره ی بصری گرفته تا دیگر مراتب شدیدتر آن، دچار تغییر اساسی گردد یا پابندی به ارزش های حجاب و عفاف عمیقاً در جامعه ی زنان پذیرفته شود. فرض اول به معنی یک چرخش بنیادی در ساختارهای حکومتی و قانونی است که با فلسفه ی وجودی حکومت دینی نیز غیر قابل جمع می افتد؛ هر چند که بر پایه ی برخی نظریات موجود، می توان با ارائه قرائت های فردی و غربی از اسلام، عدم موضوعیت پدیده ی