



Research Paper

Presenting a conceptual model of body management for male bodybuilders with a sociological approach

Ali Hejri¹, Hasan GhasemAlipour², Bahram Ghademi³, Akbar Afarinesh Khaki⁴

1. PhD student, Department of Sports Sociology, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Assistant professor, Department of Physical Education, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author)

3. Associate professor, Sports Sociology Department, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

4. Assistant professor, Department of Physical Education, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.



<https://doi.org/10.22034/scart.2025.141013.1492>

Received: March 29, 2024

Accepted: April 9, 2025

Available online: June 22, 2026

Keywords: body management, men, athletes, bodybuilding, sociological,

Abstract

The aim of the upcoming article is to present a conceptual model of body management of male bodybuilders with a sociological approach, and for its implementation, a research method using the grounded theory technique of the Strauss and Corbin model was used. The statistical population of this research was made up of trainers of fitness clubs in different areas of Tehran. The sampling method continued as a snowball until theoretical saturation. From the results of the research, 6 main categories and 76 sub-categories for body management have been extracted and presented in the form of a theoretical model based on the foundation's data theory. The findings showed that the causal conditions include individual causes of physical characteristics, the role of nutrition; weak personality characteristics: society's perception of male bodybuilders; Background conditions include the role of religion, the role of laws, attitudes and views (traditional and contemporary views), social class base, the impact of modern technology and the level of technology, intervening conditions including family conditions; Social conditions, the role and atmosphere governing bodybuilding clubs, the atmosphere of bodybuilding clubs, relationships with male bodybuilders, society's perception of male bodybuilders (society's fashion discourse trend), other people's opinion of their bodies, women's attitudes towards men, strategies including Strategies include self-knowledge, sociology, education and planning and consequences including performance sports; Individual performance, social performance and class differentiation. Therefore, the sport of bodybuilding has a paradox that, on the one hand, in the cycle between changing the perception of male bodybuilders towards beauty, and on the other hand, the role of social structures and pressures has also come under the control of capital owners and consumerism.

Hejri, A., GhasemAlipour, H., Ghademi, B., Afarinesh Khaki, A. (2026). Presenting a conceptual model of body management for male bodybuilders with a sociological approach. *Sociology of Culture and Art*, 8 (2), 142-153.

Corresponding author: Hasan GhasemAlipour

Address: South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: h_ghasemali@azad.ac.ir

Extended Abstract

1- Introduction

In today's era, sports as a multi-dimensional tool have wide effects in different fields. Today, the reason why people turn to sports is that sports are good for health, spending healthy, joyful and enjoyable free time, especially in the young generation, creating healthy social relationships in society, preventing diseases and many social evils and moral deviations. Has manifested its role. As a result, sports performance is of particular importance. Body management means manipulating the appearance of the body. In recent years, the body has received attention in sports and bodybuilding sports scenes. "With the advent of the new era, some types of external symbols and physical actions become particularly important. The appearance of the body has become very important for the members of the society, because the standards and criteria of beauty have caused the tendency of different strata of the society to different behaviors of body management. As a result, it is not possible to manage the body outside the sports field. In fact, it can be said that appearance is one of the most important parts of self-acceptance. Because the body is the most visible part of a person's self and self-awareness. Therefore, according to the importance of this issue in today's world, the current research aims to design a body management model for bodybuilding male athletes with a sociological approach in Iran.

2- Methods

The current research is developmental research in terms of its purpose. In terms of the nature and approach of the research, it is one of the cause-and-effect researches because it looks for the influence of variables. In this regard, the current research is one of the descriptive-analytical researches in terms of data collection method. It should also be mentioned that the current research is one of the qualitative research projects. In this research, interviews have been used to collect information and identify the categories and subcategories of body management model design for male bodybuilders. The appropriate sample size in qualitative and quantitative research is different and depends on the research method used. The sample size for the theory arising from the data is 30-40 people. Therefore, in this research, the categories and sub-categories of the body management model design of male bodybuilders were identified through individual interviews with the trainers of the fitness clubs selected using the snowball sampling method. Although there are different approaches to purposive sampling,

But one of the purposeful sampling methods that is usually used in qualitative research is theoretical sampling.

3- Findings

By adopting a qualitative approach and using the grounded theory method, the present research tried to present a paradigmatic model of the concept of body management based on the mental perceptions and interpretations and definitions of this concept. Based on the findings of the present research, the approach of male body builders towards body management has been determined in the form of the interaction of six main components: 1- The category of the meaning of body management, the concerns of male body builders regarding the why and how of the body management process, important personality traits in Dealing with body management from the point of view of the person himself and those around him, the causes and positive and creating factors of the phenomenon of body management as causal conditions; 2- effective approach to body management as a central phenomenon; 3- The coping mechanisms and measures and strategies that male bodybuilders take when facing the process of body management according to the social conditions and existing facilities as strategic categories; 4- Getting ready to deal with body management that arises in a specific time and place and male bodybuilders respond to them with their actions and interactions as a contextual category; 5- The categories of dealing with the process of body management and the use of strengths and dealing with weaknesses (which depends on the conditions of appropriate or inappropriate factors and elements) in male bodybuilders as mediating and intervening categories; 6- The body management of male athletes and bodybuilders, which has consequences.

Presenting a conceptual model of body management for male bodybuilders with a sociological approach

4- Discussion & Conclusion

76 subcomponents for body management in male bodybuilders were extracted and presented in the form of a theoretical model based on the data theory of the foundation. These components are related to each other by means of a single subject entitled "Effective approach to body management in male body builders". It can be said that the process of body management in bodybuilding sports has a discourse character. Discourse is a product of language. Language is the implementation of thought and thought is the implementation of language. The body, especially its desires, in the body discourse paradigm is controlled by self-acceptance, which is the achievement of reason. With the social evolution in the era of globalization and the maturity of reason in the historical and psychological manifestation of emotion, the desire has taken to a new path, which can be referred to as the desire for the attractiveness of the body, and this dialogue between the desire and the mind is in a collective discourse that creates truth. When in the minds of male bodybuilders, physical fitness is of particular importance and they believe that they should engage in bodybuilding in order to obtain a desirable body image and an ideal body image, when the value in society is linked to physical attractiveness and society attaches importance to this phenomenon, a person Influenced by the culture of his society, he finds value in having an attractive physique, and in relation to body image, the basic logic is that people are subject to learning the cultural and social expectations and ideals of their society. Young people, especially young men, due to the observation of unequal conditions

and gender discrimination, including the lack of benefiting from the facilities and potentials in the society, such as employment in government and non-government centers, are forced to do sports to express themselves and show themselves in society. They turn to bodybuilding, because they find success and gaining a social base and earning a better income attractive in having a body. Meanwhile, there are a number of male bodybuilders who have an unrealistic perception of their sports performance and exaggerate their body's sports performance. Here, this phenomenon can be explained and analyzed from different points of view. Therefore, bodybuilding sports has a paradox that on the one hand, in the cycle between changing the perception of bodybuilding men towards beauty, and on the other hand, the role of social structures and pressures in the control of the owners of capital and consumption. Orientation is placed.

5- Funding

This article is taken from the doctoral dissertation of the first person.

6- Authors' Contributions

All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study.

7- Conflict of Interests

The authors declared no conflict of interest.

مقاله پژوهشی

ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی

علی هجری^۱، حسن قاسمعلی‌پور^{۲*}، بهرام قدیمی^۳، اکبر آفرینش خاکی^۴

۱- دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳- دانشیار، گروه جامعه‌شناسی ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران


<https://doi.org/10.22034/scart.2025.141013.1492>

چکیده

هدف از مقاله پیش رو ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی می‌باشد و برای اجرای آن از روش تحقیق با استفاده از تکنیک گراند تئوری مدل استراوس و کوربین استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را مربیان باشگاه‌های بدنسازی مناطق مختلف تهران تشکیل داد. روش نمونه‌گیری نیز به صورت گلوله برفی و تا زمان اشباع نظری ادامه پیدا کرد. از نتایج پژوهش ۶ مقوله اصلی و ۷۶ زیر مقوله برای مدیریت بدن استخراج و آنها را در قالب الگوی نظری بر مبنای نظریه داده بنیاد ارائه یافته است. یافته‌ها نشان داد که شرایط علی شامل علل فردی ویژگی بدنی، نقش تغذیه؛ ضعف ویژگی‌های شخصیتی؛ برداشت جامعه نسبت به مردان بدنساز؛ شرایط زمینه‌ای شامل نقش مذهب، نقش قوانین، نگرش و دیدگاه‌ها (دیدگاه سنتی و دیدگاه معاصر)، پایگاه طبقات اجتماعی، تاثیر فناوری مدرن و سطح فناوری شرایط مداخله گر شامل شرایط خانوادگی؛ شرایط اجتماعی، نقش و جو حاکم بر باشگاه‌های بدنسازی، فضای باشگاه بدنسازی، ارتباط با آقایان بدنساز، برداشت جامعه نسبت به آقایان بدنساز (روند گفت‌وگو مد جامعه)، نظر دیگران نسبت به بدن خود، نگرش زنان نسبت به مردان؛ راهبردها شامل خودشناسی، جامعه‌شناسی، آموزشی و برنامه ریزی و پیامدها شامل عملکرد ورزشی؛ عملکرد فردی، عملکرد اجتماعی و تمایز طبقه ای بود. لذا ورزش بدنسازی دارای پارادوکسی است که از سوی در چرخه میان تغییر درک مردان بدنساز نسبت به زیبایی و از سوی دیگر نقش ساختارها و فشارهای اجتماعی نیز در سیطره صاحبان سرمایه و مصرف گرایی قرار گرفته است.

تاریخ دریافت: ۱۰ فروردین ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۰ فروردین ۱۴۰۴

انتشار آنلاین: ۲۰ مهر ۱۴۰۴

واژه‌های کلیدی: مدیریت بدن، مردان،

ورزشکاران، بدنسازی، جامعه‌شناختی

استناد: هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۸)، ۱۴۲-۱۵۳.

* نویسنده مسئول: حسن قاسمعلی‌پور

نشانی: واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پست الکترونیکی: h_ghasemali@azad.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسئله

در عصر حاضر، ورزش به عنوان ابزاری چند بعدی در حوزه‌های مختلف تاثیرات گسترده‌ای دارد. امروزه دلیل روی آوردن افراد به ورزش آن است که ورزش در سلامت، گذراندن اوقات فراغت سالم، با نشاط و لذت بخش به ویژه در نسل جوان، ایجاد روابط اجتماعی سالم در جامعه، پیشگیری از ابتلا به بیماری‌ها و بسیاری از مفاسد اجتماعی و انحرافات اخلاقی نقش خود را متجلی ساخته است. در نتیجه، عملکرد ورزشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (کوکلی، ۱۹۴۴: ۵۶). مدیریت بدن به معنای دستکاری در نمای ظاهری بدن است. در سال‌های اخیر بدن در ورزش و صحنه‌های ورزشی بدنسازی مورد توجه قرار گرفته است. «با ظهور عصر جدید، بعضی از انواع نمادهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیت خاص می‌یابند» (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۴۴). نما و صورت ظاهری بدن برای افراد جامعه اهمیت بسیار زیادی یافته، چرا که معیارها و ملاک‌های زیبایی باعث گرایش اقشار مختلف جامعه به رفتارهای گوناگون مدیریت بدن شده است. در نتیجه مدیریت بدن خارج از عرصه ورزشی امکان پذیر نمی‌باشد. در واقع می‌توان گفت ظاهر یکی از بخش‌های بسیار مهم خودپذیرشی محسوب می‌شود (رقیبی و میناخانی، ۱۳۹۰: ۱۱۵). چرا که بدن قابل مشاهده‌ترین قسمت خود و خودآگاهی فرد است (کاش، ۲۰۰۴: ۲۱۵). امروزه مدیریت بدن و متغیرهای مؤثر بر گرایش به آن از مباحث مهم در جامعه‌شناسی است. بدن تنها جنبه زیستی و روان‌شناختی ندارد؛ بلکه پدیده‌ای است که به‌صورت اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود (قبادی و همکاران، ۱۳۹۶). وضعیت بدن در جامعه مصرفی نشان‌دهنده نوعی علاقه تجاری، نمایشی و آرایشی افراد جامعه به‌ویژه جوانان به آن است که طی آن لازم است فرم بدن مناسب، تا اندازه‌ای لاغر، جوان، خوش‌تیپ و عضلانی نگاه داشته شود. در شرایط فعلی جامعه ما همگانی‌شدن پدیده پرورش اندام و بزرگ‌نمایی برخی اندام‌های بدن مانند عضلات سینه و بازو و ران‌ها بین مردان جوان و تناسب اندام همراه با لاغرکردن عضلات شکم و باسن بین زنان و دختران در جامعه فراگیر شده است. به‌دنبال چنین رفتارهایی، استفاده از لباس‌هایی با سه ویژگی چسبان‌بودن، کوتاه‌بودن و بدن‌نما بودن، بین جوانان به‌وضوح مشاهده می‌شود (نادریان و پژوهان، ۱۳۹۸).

از نگاه گیدنز واقعیت این است که ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن خویش می‌شویم و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه سنتی فاصله بگیرد، فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کنیم؛ بنابراین، امروزه بدن افراد نشان‌دهنده هویت متمایز بین آنان شده است که اشخاص از خود به نمایش می‌گذارند؛ یعنی افراد با نوع مدیریت بر بدنشان، هویت شخصی متمایزی را نیز در معرض دید دیگران قرار می‌دهند؛ درواقع، بدن افراد در مدرنیته متأخر، مولد هویت متمایز بین آنان شده است؛ تا جایی که فوکو معتقد است انسان مدرن کسی است که می‌کوشد هویت خود را بازآفریند؛ ازاین‌رو، کنترل منظم بدن ازجمله ابزارهای اساسی است که شخص به‌وسیله آن روایت معینی از هویت شخصی خود بروز می‌دهد و در عین حال خود نیز به‌طور کم‌وبیش ثابتی از ورای همین روایت در معرض تماشا و ارزیابی دیگران قرار می‌گیرد (اینانلو، ۱۳۹۵). به عقیده بورديو، افراد به منظور دستیابی به بهترین چیز با یکدیگر به رقابت می‌پردازند؛ به‌طوری‌که این امر سبب تبادل این چهار سرمایه می‌شود. سرمایه فرهنگی، اشاره به سلاقی و الگوهای مصرفی دارد که از لحاظ فرهنگی دارای ارزش هستند و خود را در سبک زندگی متجلی می‌سازند. به عبارت دیگر، کار بورديو برجسته کردن روابط میان سرمایه فیزیکی و بازنمایی نابرابری‌های طبقاتی است که در این میان نقش بدن به طور خاص بسیار مهم بوده است. می‌توان نظر بورديو پیرامون بدن را این‌گونه جمع‌بندی کرد که قابلیت‌ها و توانمندی‌های جسمانی انسان، یکی از عوامل تعیین‌کننده جایگاه او در جامعه است. از نظر او، توزیع ارزش‌ها و فرصت‌ها در جامعه بر اساس میزان برخورداری از چهار نوع سرمایه شکل می‌گیرد (باس، ۲۰۲۰). در واقع، میزان بهره‌مندی از سرمایه اقتصادی (ثروت و مایملک)، سرمایه فرهنگی (آموزش، شناخت هنرها و سطوح بالای فرهنگ)، سرمایه نمادی (طرز رفتار و نمایش خود) و سرمایه جسمانی (شکل بدن، نحوه صحبت کردن و گفت‌وگو با دیگران و طرز راه رفتن) موقعیت فرد را در سلسله مراتب اجتماعی مشخص می‌سازد. علاوه بر این، هر شکل سرمایه، از قابلیت تبدیل به اشکال دیگر سرمایه برخوردار است. سرمایه جسمانی بر اساس طبقه اجتماعی تغییر می‌کند. ازاین‌رو، اعضای طبقه کارگر به بدن خود نگرشی ابزارگرایانه دارند. برای آن‌ها بدن در حکم وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف است، درحالی‌که برای اعضای طبقه متوسط، بدن به خودی خود اهمیت و ارزش دارد. طبقه کارگر می‌کوشد با انجام فعالیت‌های ورزشی حرفه‌ای از سرمایه جسمانی خویش همچون ابزاری برای کسب سرمایه اقتصادی استفاده کند (لئون و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۲۱-۱۲۲).

هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱۴۲-۱۵۳.

کنترل بر بدن و توجه به ترکیب، تزئین و هیبت ظاهری و بیرونی آن ابزاری است که به جوانان امکان می‌بخشد، روایت مشخصی از هویت شخصی را حفظ کنند و آن را در معرض تماشای دیگران قرار دهند. به‌طوریکه، معیارها و استانداردهای جامعه و ایده‌آل‌های معرفی شده در رسانه‌ها و یا دیگر عوامل اجتماعی کننده تصویر ذهنی از وضعیت جسمانی افراد به آنها می‌بخشد (لائورا و همکاران، ۲۰۱۶). ارزیابی افراد از قضاوت‌های هنجاری نسبت به ویژگی و شاخص‌های فیزیکی بدنشان، بر رضایت یا نارضایتی آنها نسبت به آن تأثیر می‌گذارد. بدین ترتیب فرهنگ بدن بیانگر اهمیت فزاینده‌ای است که بدن به مثابه کانونی برای تعامل و بازاندیشی فرد نسبت به خویشتن یافته است (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵۹). این بدان معنی است که سرمایه‌ی بدنی که به بیان بورديو حاصل رابطه‌ی متقابل جایگاه اجتماعی، عادت‌واره و سلیقه‌ی افراد است، علاوه بر اعطاء سرمایه‌های سمبلیک و خرده فرهنگی به آنها فرصتی برای دنبال کردن تمایز، شیوهای برای هویت‌یابی و تعقیب سبک زندگی مطلوب خویش و در نهایت استفاده‌ی ابزاری از این سرمایه با تبدیل آن به فرصت‌ها و امتیازاتی در زندگی شخصی و اجتماعی فراهم می‌کند. بنابراین، با توجه به اینکه امروزه مدیریت بدن از طریق کردارهایی مثل آرایش نمودن، نوع سلیقه‌های ورزشی، رژیم‌های غذایی و غیره توانسته است رنگ و نماد تمایز بخشی به خود بگیرد و به‌عنوان حامل هویت شخصی افراد نیز عمل کند، از این رهگذر می‌توان تمایزات رفتاری و نگرشی افراد را از طریق تفاوت الگوهای مدیریت بدنشان تفسیر کرد (ذکایی، ۱۳۸۷: ۱۳۵).

مطالعات داخلی صورت گرفته در این حوزه نیز به خوبی مؤید توجه محققان به صورتهای کمی رفتارهای بدنی بوده است و در بهترین حالت این مطالعات توانسته‌اند، میزان و درجه‌ی مدیریت بدن را در جوامع آماری خود مطالعه کنند. از جمله‌ی این مطالعات می‌توان به پژوهش‌های افرادی مانند قدیمی و همکاران (۱۴۰۱) با عنوان تحلیل جامعه‌شناختی عملکرد ورزشی با رویکرد خود پذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار شهر تهران در رشته انفرادی (بدنسازي) اشاره کرد که به این نتیجه رسیدند شرایط علی شامل: ضعف ویژگی‌های شخصیتی؛ پدیده‌ی محوری: خودپذیرشی و عدم اعتماد به نفس؛ شرایط مداخله‌گر: نقش دوستان و مربیان؛ شرایط زمینه‌ای: عادت‌واره دختران ورزشکار؛ کنش و تعامل‌ها: مدیریت بدن؛ پیامدها: احساس رضایت از خود و تأیید دیگران می‌باشد. همچنین، می‌توان به پژوهش نادریان و پژوهان (۱۳۹۸) با عنوان تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن مطالعه‌ی موردی: جوانان ۱۶-۱۸ ساله شهر اصفهان اشاره کرد. در این تحقیق مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن، به ترتیب شامل فرهنگ عمومی بین جوانان، پذیرش اجتماعی و گروه دوستان و همسالان، تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها، گروه‌های مرجع، نارضایتی از بدن، عوامل اقتصادی و سرمایه فرهنگی است. پرداختن به مسأله‌ی بدن از اهمیت نظری و کاربردی فراوانی برخوردار است. این امر از آن جایی ناشی می‌شود که شکل‌گیری و ساخته شدن هویت در تعامل میان خود و جامعه صورت می‌گیرد و در جریان رویارویی با دیگران تکوین می‌یابد (عزیزپوران و همکاران، ۱۴۰۰). لذا، در دنیای کنونی که دنیای تعامل با غریبه‌ها و رویارویی با ناآشنایان به شمار می‌رود، ویژگی‌ها و خصوصیات ظاهری به محملی برای کسب هویت تبدیل شده‌اند و به واسطه‌ی ظهور فردگرایی، فرد توانسته هر چه بیش‌تر هویت شخصی خود را به نمایش بگذارد و از این طریق خود را از دیگران متمایز سازد. در حقیقت، به گونه‌ای دیگر می‌توان گفت تصور بدنی که به طور کلی به عنوان یک تصویر ذهنی شناخته می‌شود در ارتباط با دیگران شکل می‌گیرد و از آنجایی که پایگاه و پذیرش اجتماعی وابسته به آن چیزی است که فرد به نظر می‌رسد، از این رو بدن و شکل ظاهری آن از سوی کنشگران، بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد. بر این اساس است که بدن می‌تواند خصوصیات درونی و شخصیتی فرد را آشکار کند و بیش از آنکه پدیده‌ای زیست‌شناختی محسوب شود، پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی به شمار می‌رود که که مملو از نمادها و معناهاست و افراد نیز از طریق دستکاری آن (از قبیل آرایش، تزئین، جراحی، رژیم غذایی و...) بدن خود را به نشانه‌ای برای تفسیر تبدیل می‌کنند. اهمیت این مسأله زمانی پررنگ می‌شود که نقش جامعه‌ی مصرفی و مصرف‌گرایی را نیز وارد معادله کنیم. آنجاست که بدن به عرصه‌ای تبدیل می‌شود که علاوه بر هویت شخصی می‌تواند نمایانگر سبک‌های زندگی نیز باشد. اگر چه، مصرف‌گرایی نتیجه‌ای از جهانی شدن و فرایند مربوط بدان تلقی می‌گردد، اما با اثراتی که با خود به همراه می‌آورد می‌تواند زمینه‌ساز مشابه شدن بسیاری از جوامع به یکدیگر شود. این جوامع چه مسلمان و چه غیر مسلمان همه به گونه‌ای به لحاظ پرداختن به ظاهر در حال یکی شدن هستند. اینجاست که پرداختن به بدن از حیطة یک موضوع شخصی می‌تواند خارج

هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱۴۲-۱۵۳.

گردد و به عنوان امری جهانی که مشمول جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است تلقی گردد. نتایج مطالعات پیشین حاکی از آن است که توجه به زیبایی بدن و عضلانی‌بودن و داشتن تناسب اندام، به‌منزله یک اصل و فرهنگ بین افراد جامعه به‌ویژه جوانان پذیرفته شده است. جوانان چاق با بدنی نامتناسب و ناموزون در جامعه و در جلو دوستان از وضعیت اندام‌های خود خجالت می‌کشند و در برخی مواقع به آنها طعنه زده می‌شود یا تمسخر می‌شوند؛ بنابراین، دوست دارند آنان نیز اندام کشیده، متناسب و قوی داشته باشند. بسیاری از پژوهشگران علوم رفتاری با چنین یافته‌ای موافقاند و گزارش کرده‌اند که یکی از عوامل مؤثر در گرایش جوانان برای مدیریت و دستکاری بدن، فرهنگ عمومی بین جوانان است. اما در عمل مشاهده می‌شود موضوع بسیار مهم آمادگی جسمانی و تناسب اندام که اصلی اساسی و بسیار بالارزش در حوزه برنامه‌های ورزشی و اوقات فراغت همه اقشار مختلف جامعه به‌ویژه جوانانی است که در باشگاه‌های ورزشی به آمادگی جسمانی و تناسب اندام می‌پردازند، به انحراف کشیده شده و متأسفانه بین بسیاری از جوانان به پدیده بزرگ‌نمایی برخی اندام‌ها (مانند سینه و بازوان و ران‌ها) تبدیل شده است که با شاخص‌ها و معیارهای تناسب اندام و اصول و مبانی و فلسفه تربیت بدنی و ورزش مغایرت دارد. مبتنی بر بررسی‌های صورت پذیرفته در حیطه ادبیات پژوهش مربوط به مدیریت بدن در بین ورزشکاران و جوانان مرد ایرانی مشاهده نگردید. از این رو می‌توان این‌گونه بیان داشت که در مدیریت بدن آقایان به نوعی خلاء تئوریک موجود می‌باشد. بدین جهت یکی از جنبه‌های اهمیت مطالعه حاضر تلاش در جهت گسترش قلمروهای دانش در حیطه مدیریت بدن آقایان می‌باشد. همچنین براساس خلاء تئوریک مشاهده شده، نیاز به ارائه مدلی تطبیقی و بررسی بنیان‌های (عوامل علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها) این پدیده دیگر جنبه اهمیت پژوهش حاضر را شکل می‌بخشد؛ مبتنی بر بررسی‌های به‌عمل آمده در میان مطالعات و پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی، پژوهشی که این مهم را پوشش دهد مشاهده نگردید.

لذا این موضع تحلیلی تلاش می‌کند تا تنوع موجود در رفتارهای بدنی را با توجه به معانی مندرج در آنها و فرایندهای شکل‌گیری و تقویت و بازتولید آنها در متن زندگی فردی و اجتماعی افراد مطالعه کند و به این سؤال پاسخ دهد که چه الگوها یا سبک‌هایی از رفتارهای بدنی را می‌توان تشخیص داد که از حیث معانی و بروز با یکدیگر تفاوت داشته باشند. برخلاف مطالعات قبلی که بیشتر به دنبال بررسی میزان اثرگذاری متغیرهایی مانند (وضعیت اقتصادی، وضعیت اجتماعی، وضعیت سیاسی و...) بر مدیریت بدن بوده‌اند، بررسی حاضر در راستای تقویت و اعمال این موضع تحلیلی در مطالعات مدیریت بدن انجام شده است و قصد دارد تا سبک‌های مدیریت بدن را در بین مردان بدنساز تشخیص داده و فرایندهای شکل‌گیری و بازتولید آنها را تحلیل کند. بنابراین، سؤالی از این دست که اصولاً "چند سبک مدیریت بدن را در مردان بدنساز می‌توان یافت؟ و آنان چه معنایی از این رفتارها در ذهن دارند و چه نسبتی بین معانی مستتر در رفتارهای بدنی و بروز عینی آنها وجود دارد؟ و فرایند شکل‌گیری هر یک از این سبک‌ها چگونه است؟ و زمینه‌ی کنش چگونه می‌تواند در تولید، تغییر و یا تثبیت این سبک‌ها نقش داشته باشد؟ از جمله سؤالات این مطالعه هستند. لذا با توجه به اهمیت این موضوع در جهان امروز پژوهش حاضر درصدد طراحی مدل مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی در کشور ایران می‌باشد

۲- ملاحظات نظری

پژوهشگران و صاحب نظران علوم اجتماعی نظریه‌های متفاوتی درباره مدیریت بدن ارائه کرده‌اند. پیر بورديو (۲۰۱۴) معتقد است خاستگاه نمایی رفتار، عطش فرد برای کسب ارزش و شأن اجتماعی است و تنها جامعه قادر است این عطش را سیراب کند. امیدواری انسان به رهایی در گرو تن‌دادن به قضاوت و داوری دیگران است. بورديو هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت تمایز و پایگاه می‌داند و در تحلیل خود از بدن به کالایی‌شدن بدن در جوامع اشاره می‌کند که به‌صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌شود و تولید آن در گرو رشد و گسترش بدن به‌گونه‌ای است که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی باشد. او معتقد است بدن به‌منزله شکل جامعی از سرمایه فیزیکی دربردارنده منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است (موحد و حسینی، ۱۳۹۱: ۲۵). اروینگ گافمن (۲۰۰۵) به موقعیت بدن در تعامل اجتماعی از طریق بررسی رفتار در مکان‌های عمومی و خصوصی ارائه خویشتن و مدیریت لکه ننگ توجه می‌کند. مفهوم لکه ننگ این است که قضاوت‌ها و داوری‌های انجام‌شده از سوی دیگران درباره ارزش بدن، بر اساس فرد از خود تأثیر می‌گذارد. از نگاه گافمن، مدیریت بدن در حفظ و نگهداشت آشنایی بین افراد، نقش‌ها و روابط اجتماعی محوریت اساسی دارد و به‌منزله حلقه واسط بین هویت فردی و هویت اجتماعی افراد ایفای نقش می‌کند. گیدنز معتقد

هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

است حالات چهره و دیگر حرکات بدن فراهم‌کننده نشانه‌هایی هستند که ارتباطات روزمره مشروط به آنهاست (بستان‌نجفی و همکاران، ۱۳۸۵: ۸-۱)؛ به عبارت دیگر، برای اینکه بتوانیم به‌طور مساوی با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم و موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم. روبرت و بارون (۲۰۱۲) بر این باورند که بدن در نظام‌های اجتماعی مدرن، زمینه اصلی فعالیت فرهنگی و سیاسی شده است. نمای ظاهری فرد بیش از آنکه نشان‌دهنده هویت شخصی او باشد، هویت اجتماعی‌اش را نشان می‌دهد. لباس و هویت اجتماعی حتی امروز هم هنوز به‌کلی از یکدیگر جدا نشده‌اند و پوشش افراد همچنان به‌صورت نشانه‌هایی از نوع و موضع طبقاتی یا پایگاه حرفه‌ای آنان باقی مانده است. مدهای لباس در روزگار ما از گروه‌های فشار، آگهی‌های تجارتي، امکانات اجتماعی - اقتصادی و عوامل دیگری تأثیر می‌گیرد که بیشتر مروج استانداردهای اجباری‌اند تا تفاوت‌های فردی. گیدنز معتقد است بدن جزئی از نظام کنشی است و تنها شیئی منفعل نیست. نظارت بر فرایندهای جسمانی، جزء ذاتی نوعی توجه بازتابی مداوم است که فاعل باید نسبت به رفتار خویش نشان دهد (میکائیل و همکاران، ۲۰۱۰). لیونو و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهش «تأثیر سن، جنسیت و وضعیت ظاهری بدن با میانجی پیاده‌روی و چاقی در بزرگسالان» معتقدند پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری و به‌طور کلی نیم ساعت ورزش، نقش مؤثری در تناسب اندام، کنترل وزن و شکل‌دهی وضعیت ظاهری بدن دارد.

بورديو با ارائه مفاهیمی همچون زمینه، عادت، سرمایه نمادین، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی، به مباحث جامعه‌شناسی بدن و مصرف نزدیک شده است. او با استفاده از مفهوم سرمایه فیزیکی، ارتباط ظاهر و ویژگی‌های جسمانی را به‌منزله یکی از اشکال سرمایه با دیگر صورت‌های سرمایه تشریح می‌کند و سرمایه بدنی را به‌منزله یکی از انواع فرعی سرمایه فرهنگی، نوعی منبع فرهنگی می‌داند که در بدن سرمایه‌گذاری شده است (ذکائی، ۱۳۸۷: ۱۴۲-۱۱۷). بدین ترتیب بدن محصولی اجتماعی است که ذیل منطق اجتماعی سرمایه فیزیکی، درون منش خاصی از طریق ورزش، اوقات فراغت و مصرف‌گرایی شکل می‌گیرد (نیازی و همکاران، ۱۴۰۲ و جلالی‌آکردی، ۱۳۹۲). در اندیشه بورديو بدن شکلی از سرمایه فیزیکی است که تغییر گسترده در آن از ارزش‌های اجتماعی رایج در اندازه، شکل و ظاهر بدن تأثیر می‌گیرد (کوهی، ۱۳۹۰) که خود را در صورت متفاوتی از قبیل ابعاد بدن (حجم، ارتفاع و وزن) و شکل بدن (گردی، سختی، راست‌قامتی و خمیدگی آن) متجلی می‌کند. این ویژگی‌های طبیعی ظاهری، بیان‌کننده چگونگی برخورد با بدن، مراقبت از آن و نوع تغذیه، یعنی عمیق‌ترین تمایلات سرمایه فرهنگی روزمره‌اند (ذکائی، ۱۳۸۱: ۲۳).

کانون اصلی علاقه‌گافمن این است که چگونه مردم قادرند در بدن‌های خود دخالت کنند و آن را در جریان زندگی روزانه متفاوت بسازند. از نظر او بین خود اجتماعی یا هویت اجتماعی با خود واقعی فاصله وجود دارد. او برداشت از خود را با رهیافت نمایشی تشریح می‌کند و با رویکرد نمایشی خود، نقش‌های اجتماعی و موقعیت‌های اجتماعی را تنها نمایش‌هایی می‌بیند که در زندگی روزمره اجرا می‌شوند. به عقیده او «خود» در افراد به‌وسیله نقش‌هایی که در این موقعیت‌ها اجرا می‌کنند، شکل می‌گیرد و معنا می‌یابد. گافمن ضمن استفاده از مفهوم خود تا اندازه زیادی به بدن فرد اشاره دارد. از دید او عاملان بدنی یا جسمی نیز رأی‌جمع‌کن‌هایی هستند که با توسل به همه روش‌های علامت‌دهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی «معرف‌های تجسّد یافته منش و منزلت‌اند» که کنشگران دیگر آنها را تفسیر می‌کنند. از نظر گربرن درباره تأثیر رسانه‌ها بر هویت اجتماعی افراد، نظریه کاشت بهتر تأثیرات رسانه‌ای را تحلیل می‌کند (لاپروتون، ۲۰۱۳). نظریه کاشت حاصل دو دهه مطالعه جرج گربرن درباره تأثیر تلویزیون بر مخاطبان است که از اوایل دهه ۱۹۶۰ آغاز و در نهایت، سبب ارائه این نظریه از جانب او شد. براساس این نظریه، افرادی که در رویارویی بسیار با وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون قرار دارند، به‌مرور جهان را به‌گونه‌ای ادراک می‌کنند که به جای انطباق با واقعیت بیرونی، بیشتر با آن چیزی همخوان است که رسانه‌ها درباره واقعیت بیان می‌کنند. گربرن در مطالعات خود مخاطبان را به دو دسته پرمصرف و کم‌مصرف تقسیم می‌کند. بینندگان پرمصرف آن دسته از مخاطبان تلویزیون‌اند که چهار ساعت یا بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند و انتخاب برنامه‌ای که می‌بینند برایشان اهمیت ندارد؛ اما بینندگان کم‌مصرف، روزانه دو ساعت یا کمتر به‌صورت برنامه‌ریزی‌شده و انتخابی تلویزیون تماشا می‌کنند. تلویزیون منبع اصلی گروه پرمصرف برای ساخت واقعیت است؛ در حالی که بینندگان کم‌مصرف از سایر رسانه‌ها نیز استفاده می‌کنند (به نقل از

حسینی‌انجدانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۹). نظریه‌پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون آثار درازمدت، تدریجی و غیرمستقیم اما متراکم و بااهمیت دارد. آنها تأکید می‌کنند که تماشای تلویزیون بیشتر آثار نگرشی دارد تا رفتاری (آنجلا و بلایر، ۲۰۱۰). از نظر فدرستون امروزه خرید و استفاده از کالاهای مصرفی و به معرض نمایش گذاشتن، نشان‌دهنده هویت فردی و اجتماعی است. افراد برای اثبات اینکه به طبقه‌ای خاص تعلق دارند، با عنوان «مد» از پوشش، شکل‌دادن و آرایش، بدن خود را تنظیم می‌کنند. امروزه در رسانه‌های گروهی برای تبلیغ از زنان و مردانی استفاده می‌شود که بدن‌های خاص، خوش‌فرم و متناسب دارند. درون فرهنگ مصرفی، تبلیغات، فشارهای عمومی، تلویزیون و تصاویر متحرک، تعداد بسیار زیادی از تصاویر بدنی خوش‌فرم و به‌ظاهر ایده‌آل را به نمایش می‌گذارند. به‌علاوه، رسانه‌های عمومی به‌طور مستمر به مزایای آرایش بدن تأکید می‌کنند. در رسانه‌ها برای ارائه تصاویر، از بدن‌های زیبا، ستارگان، افراد مشهور و شکل‌هایی استفاده می‌شود که نمونه‌ای از زندگی خوب را به نمایش می‌گذارند. آنها شکل‌های زیبای بدنی را همیشه در آرامش، خندان، پر از انرژی جوانی و احاطه‌شده با آخرین کالاهای مصرفی در مجموعه‌های لوکس و تجربه لذت به‌یادماندنی نشان می‌دهند. به نظر می‌رسد عامل اصلی تنظیم و مدیریت بدن در فرهنگ مصرفی از دیدگاه فدرستون، رسانه‌ها هستند (کوهی، ۱۳۹۰)؛ اما بنا بر نظریه مبادله، پاسخ‌های افراد برحسب اصل پاداش و مجازات صورت می‌گیرد؛ یعنی فرد به جنبه‌هایی که پاداش در بر دارند، پاسخ مساعد می‌دهد و از جنبه‌هایی که سبب مجازات می‌شوند، اجتناب می‌ورزد (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳). از اصول کلی در نظریه مبادله، وجود سود در انجام کنش است. در این معنا، کنش فرد در خلأ صورت نمی‌گیرد و هرکس در ازای آنچه می‌گیرد، باید چیزی بدهد. هزینه نیز کوششی است که در نتیجه یک انتخاب معین و کنارگذاشتن انتخاب‌های دیگر از دست رفته و صرف حصول رضایت و پاداش‌های بالقوه شده است. در نظریه مبادله، تأیید اجتماعی عنوانی کلی است که ممکن است وجه اشتراک همه پاداش‌هایی باشد که از یک کنش ناشی می‌شوند. مردم در زندگی خود در جستجوی مطلوب واقع‌شدن هستند و از آن در روابط اجتماعی خود لذت می‌برند. تأیید ممکن است صورت‌های ملموس زیادی به‌خود بگیرد. به عبارت دیگر، موجودات در هر وضعیتی، رفتاری از خود بروز می‌دهند که بیشترین پاداش‌ها و کمترین مجازات‌ها را در بر داشته باشد (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳: ۲۶۳).

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های توسعه‌ای است. از نظر ماهیت و رویکرد پژوهش جز پژوهش‌های علی است زیرا به دنبال تأثیر و تأثر متغیرها می‌باشد. در همین راستا پژوهش حاضر از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات جز پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی می‌باشد. همچنین بایستی ذکر کرد که پژوهش حاضر جز پژوهش‌های کیفی محسوب می‌شود. در این تحقیق، جهت جمع‌آوری اطلاعات و شناسایی مقوله‌های و زیر مقوله‌های طراحی مدل مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز از مصاحبه استفاده شده است. لذا در این پژوهش از طریق مصاحبه‌های انفرادی با مربیان باشگاه‌های بدنسازی با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند، مقوله‌ها و زیر مقوله‌های طراحی مدل مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز شناسایی گردید. اگرچه رویکردهای متفاوتی برای نمونه‌گیری هدفمند وجود دارد. اما یکی از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند که معمولاً در تحقیقات کیفی از آن استفاده می‌شود، نمونه‌گیری نظری است. این روش نمونه‌گیری از روش تحقیق «نظریه برخاسته از داده‌ها» یا «تئوری بنیانی» اقتباس شده است. در این روش نمونه‌گیری، فرآیند نمونه‌گیری مداوم و تکراری است. به عبارت دیگر تا زمانی که محقق به کفایت نظری یافته‌ها دست نیابد، فرآیند نمونه‌گیری همچنان ادامه دارد. کفایت نمونه‌گیری زمانی حاصل می‌شود که محقق با جمع‌آوری داده‌ها از نمونه‌های جدید، متوجه نکات و مفاهیم تکراری شده و نکته یا مفهوم جدید را به دست نمی‌آورد. در این شرایط محقق به کفایت نظری داده‌ها رسیده و فرآیند نمونه‌گیری خاتمه می‌یابد. تکرار نمونه‌گیری، در روش نمونه‌گیری نظری به منظور افزایش حجم نمونه نیست، بلکه هدف اصلاح مفاهیم قبلی و یا دستیابی به مفاهیم جدید است (تدایل و یو، ۲۰۰۷). پس از جمع‌آوری اولیه، داده‌های خام جمع‌آوری شده را کدگذاری کرده و همچنین کدهای مشترک را مفهوم‌بندی کرده و در نهایت تئوری شناسایی شدند. در این بخش از روش مصاحبه که عام‌ترین روش گردآوری اطلاعات در تحقیقات کیفی می‌باشد استفاده

شده است، بدین ترتیب که با استفاده از روش مصاحبه و استفاده از روش گلوله برفی به مربیان باشگاههای بدنسازی در مناطق مختلف شهر تهران مراجعه نموده و از آنها در مورد طراحی مدل مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز سوالاتی پرسیده شد.

۴- یافته‌های پژوهش

شرایط علی

در تحقیق حاضر شرایط علی به مجموعه‌ای از علل و عوامل ایجابی و ایجاد پدیده خودپذیرشی و مدیریت بدن از منظر نمونه‌ها اشاره دارد. از جمله این عوامل که سبب می‌شوند مدیریت بدن در جامعه مشاهده شود، عبارتند از:

علل فردی و ویژگی بدنی: دلایل روی آوردن به بدنسازی، توصیف یا درک استیل بدنی خویش، همانند دیگران بودن، نقش تغذیه. **ضعف ویژگی‌های شخصیتی:** حساس و زودرنج بودن، خودپذیرشی پایین، مضطرب بودن، فرد خجالتی شکاک و بدبین نسبت به دیگران، اضافه وزن؛ توصیف دوستان بدنساز از دیگران؛ متلک پرانی.

برداشت جامعه نسبت به مردان بدنساز: نحوه پوشش در مجامع عمومی از جمله مراسم عروسی؛ زیبایی بدن، تصویر بدن. در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

آقای م.ت. می‌گوید:

«من یک پسری هستم که به نظر خودم یک مقداری اضافه وزن دارم و نسبت به تناسب اندامم حساس هستم. شاید باورتان نشود که در خواب هم من به فکر اندامم هستم و کابوس می‌بینم و با شنیدن کوچکترین اظهار نظری در رابطه با اندامم خیلی ناراحت می‌شوم، چون نسبت به بدنم حساس هستم. وقتی می‌خواهم برم در سالن بدنسازی ورزش کنم، سعی می‌کنم زمانی به رختکن بروم که خلوت‌تر باشد و لباس ورزشی که می‌پوشم چسبان نباشد و اضافه وزنم را نشان ندهد، ولی در هنگام ورزش کردن از نگاه دیگران و زل زدن آنها متوجه می‌شوم که دارند بدن چاقی من را مورد تمسخر قرار می‌دهند، اعصابم خرد می‌شود و ناراحت می‌شوم». این یافته‌ها با پارادایم تعریف اجتماعی و نتایج پژوهش‌های جورج هربرت مید همسوست. خودپنداره یعنی تصور فرد از خود را محصول داوری‌ها و ارزیابی‌های دیگران مهم پیرامون و دیگران تعمیم یافته می‌داند. دیگری تعمیم یافته جورج هربرت مید (نگرش کل اجتماع یا هر جمعی که کنشگر در آن شرکت می‌کند) اندیشه انتزاعی و عینیت را امکان پذیر می‌سازد (جرج ریتزر، ۱۳۹۲: ۱۰۹).

پدیده محوری

پدیده محوری طرح، تئوری است که ممکن است نام طرح یا چارچوب طرح را در بر داشته باشد؛ مفهومی است که متغیرها را دو به دو در کنار هم قرار می‌دهد. شرایط علی مدیریت بدن بر اساس اظهارات مصاحبه شونده‌ها به دو مقوله عمده مربوط به پدیده ذهنی منجر شده اند: ۱- خودپذیرشی؛ ۲- عدم اعتماد به نفس.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

آقای ن.ع. می‌گوید:

«خانواده ام به من می‌گفتند اندام خیلی خوبی داری. برای خودت یک هرکول هستی. هر کاری که بخواهی می‌توانی بکنی و مربی‌ام هم من را توی باشگاه می‌گفت این برای خودش رستم دستانی هستش و من هم همچین احساسی دارم که برای خودم یلی هستم و یک لشکر را حریفم. الان می‌توانم به جرات بگویم که هر کاری می‌خواهم می‌توانم بکنم. حتی می‌توانم اگر پاش برسد به راحتی یک تنه با چند تا مرد دست و پنجه نرم کنم و حسابی خدمتشان برسم و آنها را به قول معروف سوسک کنم، چون اندام من یک اندام خاص و هرکولی است و همه از اندام من حساب می‌برند. من توی ایران بین آقایان بدنساز می‌توانم ادعا کنم که از همه آنها سر تر هستم. به نظر من خوش استیل‌تر و خوش هیکل‌تر از من در ایران وجود ندارد».

خودپذیرشی، بخش شناختی خود می‌باشد و آموختنی است که در تجارب فرد حاصل می‌شود، اما اعتماد به نفس، ارزشیابی عاطفی نسبت به خود است که معمولاً بر اساس ویژگی‌های مثبت یا منفی فرد سنجیده می‌شود. هر چند که مدیریت بدن، معلول مجموعه‌ای از عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... است، اما برداشت منفی از خود، عدم اعتماد به نفس و خودپذیرشی ضعیف می‌تواند عامل موثری در نوع نگرش فرد به مسئله مدیریت بدن باشد. خودپذیرشی و اعتماد به نفس، یکی از مفاهیم

محوری در شناخت اجتماعی است. خود‌پذیرشی به عنوان یکی از مفاهیم شامل کلیه کیفیت‌های ذهنی و عینی است که شخص از خود و دیگران از او دارند. آگاهی از خود، نشان‌دهنده جنبه مهمی از تجربه‌پدیدارشناختی یا ذهنی انسان است. افراد دارای دو نوع خود (خود واقعی و خود ایده‌آل) هستند. خود واقعی، مربوط به تصورات و نگرش‌هایی است که فرد به طور واقع بینانه‌ای نسبت به خود دارد و در واقع خودی است که شخص هم اکنون هست. خود ایده‌آل نیز مربوط به خودی است که فرد دوست دارد آنگونه باشد. خود‌پذیرشی افراد بر اساس فاصله‌ای تعیین می‌شود که بین خود واقعی و خود ایده‌آل آن‌ها وجود دارد. در اینجا، می‌توان به ویژگی بارز افراد دارای شخصیت خودشیفته اشاره کرد که شامل حس خودبزرگ بینی و در عین حال خود شکننده است. شاید بتوان حس خودبزرگ بینی را به خود ایده‌آل و خود شکننده را به خود واقعی این افراد نسبت داد.

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای منشا در شرایط علی و دخیل دارند و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آن‌ها با یکدیگر برای شکل دادن به الگوهای مختلف با ابعاد گوناگون می‌باشد.

از زمینه‌هایی که در آن راهبردهای مربوط به مدیریت بدن بسط یافته‌اند:

نقش مذهب، نقش قوانین، نگرش و دیدگاه‌ها (دیدگاه سنتی و دیدگاه معاصر)، پایگاه طبقات اجتماعی، تاثیر فناوری مدرن و سطح فناوری را می‌توان نام برد.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

آقای ج.ف. می‌گوید:

«باشگاهی که من در آن ورزش می‌کنم، در منطقه پایین شهر واقع شده است و بیشتر آقایانی هم که اینجا ورزش می‌کنند، جزو این قشر هستند و تامین هزینه‌ها و مخارج باشگاه برای آن‌ها و من سخت می‌باشد. من ناچار هستم برای اینکه اندامی خوب کسب کنم از مواد پروتئینی که ارزش غذایی بیشتری دارند استفاده کنم. به خاطر هزینه‌های جانبی باشگاه، خانواده من هزار و یک دلیل شرعی و عرفی می‌آورند که من را از ورزش کردن در این رشته منصرف کنند، ولی من دارم سعی می‌کنم با به دست آوردن بدنی خوش فرم برای خودم کاری دست و پا کنم که هم هزینه باشگاه را پوشش دهد و هم کمک خرج خانواده‌ام باشد».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیر بورديو همسوست. از نظر بورديو، مدیریت بدن حاصل رابطه متقابل پایگاه طبقات اجتماعی، عادت‌واره و سلیقه‌ی افراد است که علاوه بر اعطای سرمایه‌های سمبلیک و خرده‌فرهنگی به آن‌ها فرصتی برای دنبال کردن «تمایز»- شیوه‌ای برای هویت‌یابی و تعقیب سبک زندگی مطلوب خویش و در نهایت استفاده ابزاری از این سرمایه بدنی با تبدیل آن به فرصت‌ها و امتیازاتی در زندگی شخصی و اجتماعی- فراهم می‌کند. بنابراین، با توجه به اینکه امروزه مدیریت بدن از طریق کردارهایی مثل ورزش بدنسازی، آرایش کردن، رژیم‌های غذایی و ... توانسته است رنگ و نماد تمایز بخشی به خود بگیرد و به عنوان حامل هویت شخصی افراد نیز عمل کند، از این رهگذر می‌توان تمایزات رفتاری و نگرشی افراد را از طریق تفاوت الگوهای مدیریت بدنشان تفسیر کرد (ذکایی، ۱۳۸۷: ۱۳۵).

شرایط مداخله گر و میانجی

منظور از شرایط مداخله گر به عوامل و عناصری مناسب یا نامناسب اشاره دارد که اثرات یک یا چند عامل تغییر را کندتر یا فعال‌تر می‌سازند. در این پژوهش شرایط مداخله گر شامل

شرایط خانوادگی: نقش حمایتی خانواده و نقش مالی خانواده؛

شرایط اجتماعی: نقش‌های اجتماعی (نقش دوستان، نقش مربیان، نقش محیط کار و نقش فدراسیون)، دیدگاه شرکت در مسابقات خارجی، نقش و جو حاکم بر باشگاه‌های بدنسازی، فضای باشگاه بدنسازی، باشگاه مختلط، نگاه ابزاری به بدن، ارتباط با آقایان بدنساز، برداشت جامعه نسبت به آقایان بدنساز (روند گفتمان مد جامعه)، نظر دیگران نسبت به بدن خود، نگرش زنان نسبت به مردان بدنساز؛

ویژگی‌های دموگرافیک: سن، مجرد و تاهل، سابقه ورزشی، مقطع تحصیلی می‌باشد.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

آقای م.س. می‌گوید:

هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱۴۲-۱۵۳.

«خانواده‌ام با صحبت‌هایشان می‌گفتند تو هوش خوبی داری و با توجه به استیل و فرم بدنت می‌توانی ورزشکار موفق بشوی و در دانشگاه هم دوستان و همکلاس‌هایم به من می‌گفتند که چقدر تو خوش استیل هستی اگر یک خورده ورزش بدنسازی تمرین کنی خوش‌فرم‌تر می‌شوی. در باشگاه هم مربی‌ام با توجه به تمرینات و آموزش‌های که به من می‌داد، دوست داشتم اندامم مثل آن بشود».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های مرتون و هایمن همخوانی دارد. اصطلاح گروه مرجع اولین بار توسط هربرت هایمن در ۱۹۴۲ ضمن مطالعه‌ای که او پیرامون طبقات اجتماعی انجام می‌داد، مطرح شد. او دریافت که افراد پایگاه وابسته خود به گروه را مورد ارزیابی قرار می‌دهند و گروه مرجع را به عنوان چارچوب قضاوت برای خود انتخاب می‌کنند. بنابراین یک گروه مرجع به عنوان الگویی برای تصمیم‌گیری افراد و جهت‌گیری آنها در یک مسیر مشخص و یا انتخاب یک عمل مورد استفاده قرار می‌گیرد. افراد از این گروه‌ها برای تعیین موقعیتی که مناسب تشخیص می‌دهند، به عنوان محور و مرجع فعالیت خود استفاده می‌کنند (دوچ و کراوس، ۱۳۷۴: ۲۰۵).

کنش و تعامل (راهبردها)

استراوس و کوربین، راهبرد را چگونگی مدیریت تنها توسط افراد در مواجهه با مسائل تعریف می‌کنند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۰: ۱۵). از جمله راهبردهای مورد نظر نمونه‌ها در تحقق پدیده مدیریت بدن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: **خودشناسی:** آگاهی از ویژگی‌های بدنی ورزشکار، آگاهی از تفاوت‌های فردی ورزشکار، آگاهی از روحیات و احساسات خود ورزشکار،

جامعه‌شناسی: آگاهی از تفاوت‌های جامعه محل زندگی، آگاهی از تفاوت‌های افراد با یکدیگر و دیدگاه‌ها و نظرات متفاوت آن‌ها، آگاهی از قوانین و مقررات نانوشته جامعه (فرهنگ عموم مردم)

آموزشی: آموزش پرورش عزت نفس در ورزشکاران، آموزش راهبردهای مفید، مؤثر و مثبت مدیریت بدن ورزشکاران در رسانه‌های ملی، آموزش و پرورش و سازمان‌های ورزشی، آموزش تکنیک‌های تغذیه‌ای و ورزشی به ورزشکاران توسط مربیان مجرب، آموزش اثرات سوء استفاده بیش از حد از انرژی‌زاها و مکمل‌های ورزشی توسط مربیان ورزشی مجرب، آموزش استفاده مفید از شبکه‌های اجتماعی برای بهبود مدیریت بدن ورزشکاران.

برنامه‌ریزی: برنامه‌ریزی نهادهای فرهنگی کشور در خصوص هدایت و حمایت از ورزشکاران مرد، برنامه‌ریزی نهادهای سیاسی در خصوص هدایت و حمایت از ورزشکاران مرد، برنامه‌ریزی جهت برگزاری کارگاه‌های آموزشی، انجام برنامه‌ریزی جامع و استراتژیک با مشارکت همه ذی‌نفعان ورزشکاران بدنساز مرد جهت بهبود مدیریت بدن ورزشکاران.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

«من وقتی که بدنم را آرایش و تنو، پیرسینگ می‌کنم، حس خوب و اعتماد به نفس بالایی به من دست می‌دهد که راحت‌تر می‌توانم با دیگران ارتباط موثر برقرار کنم و دیگران را جذب خودم کنم که این کار هم در حوزه ورزشی‌ام تاثیر گذاشته و هم در حوزه روابط عمومی‌ام، ولی روزی که بدنم را آرایش نکنم، آن روز برای من روز نیست و حتی نمی‌توانم بیرون بیایم».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های گافمن همسویی دارد. شالوده نگاه گافمن به ورزش، بر پایه دیدگاه «کنش متقابل» شکل گرفته است. به عبارت ساده‌تر، موضوع مورد علاقه گافمن چگونگی کوشش انسان‌ها برای تاثیر آرمانی گذاشتن بر دیگران است. ما نیز در زندگی روزانه مشغول «تاثیر بازی کردن هستیم». انسان در زندگی روزانه انرژی زیادی را صرف به اصطلاح «کار چهره‌ای» می‌کند تا تصویر خوبی از خود در ذهن دیگران ایجاد کند. گافمن «چهره» را ارزش اجتماعی مثبتی می‌داند که انسان با راهبردهای رفتاری مناسب آن را کسب می‌کند. این راهبردهای رفتاری سبب می‌شوند تا دیگران فرض کنند که فرد در کنش متقابل چگونه رفتار می‌کند. صورت در مقوله‌های جامعه‌شناختی پذیرفته‌شده، تصویری از خود می‌باشد که برای دیگران پذیرفتنی است (ویس، ۱۳۸۹: ۱۶۲-۱۶۱).

پیامدها

آخرین اصطلاح پارادایمی در روش نظریه‌مبنایی استراوس و کوربین، پیامدهاست. در تحقیق حاضر هر یک از راهبردهای پیشنهاد شده از سوی نمونه‌ها که به تحقق و شکل‌گیری پدیده مدیریت بدن منجر می‌گردد، پیامدهایی را نیز در بردارد. نمونه‌های پژوهش به پیامدهایی در این زمینه اشاره کرده‌اند:

هجری، علی؛ قاسم‌علی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش‌خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱۴۲-۱۵۳.

عملکرد ورزشی: بهبود موفقیت ورزشکار، جنگجو و رقابتی شدن ورزشکار؛

فردی: افزایش اعتماد به نفس، افزایش مستقل بودن؛ بهبود روابط خانوادگی؛

اجتماعی: بهبود روابط مثبت با دیگران، عدم ارتباط با افراد نامتعارف، بهبود نقش و توان رهبری داشتن، شغل مناسبی به دست آوردن، دوست دختر پیدا کردن، زن پیدا کردن و ازدواج کردن، کار پیدا کردن، جذب باشگاه‌های خارجی شدن، ارتقای طبقه اجتماعی و تمایز طبقه‌ای. در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

«من دارم این ورزش را انجام می‌دهم تا تناسب اندام خوبی داشته باشم و بتوانم شغل خوبی پیدا کنم که درآمدش بالا باشد و چرخ زندگی‌ام را بچرخاند و از این وضعیت خارج شوم و اقامت یک کشور خارجی را بتوانم به دست بیاورم و در کنارش با زیبایی اندامم بتوانم زن پولدار و مناسبی پیدا کنم».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های بورديو همسوست. بر مبنای نظر بورديو، بدن به‌عنوان عنصری اجتماعی عرصه ستیز و رقابت طبقات اجتماعی در میدان ورزش محسوب می‌شود. از این‌رو، طبقات مختلف اجتماعی بر سر موضوع آثار احتمالی ورزش و فعالیت‌های بدنی با یکدیگر توافقی ندارند؛ چه در سطح بیرونی بدن مثل نشان دادن قدرت از طریق عضلات برجسته و برآمده و یا برعکس، نشان دادن شخصیت و هوشمندی از طریق بدنی ظریف، با وقار و البته زیبا و چه در سطح درونی بدن مثل سلامتی، تعادل ذهنی و غیره. ژاک دوفرانس نشان می‌دهد که ورزش می‌تواند برای دو هدف نمایش بیرونی و درونی به‌کار گرفته شود؛ تولید بدنی قوی که واجد نشانه‌های بیرونی قدرت است، یعنی هدف مورد نظر طبقه کارگر که توسط ورزش بدن‌سازی و پرورش اندام تأمین می‌شود یا تولید «بدنی سالم» که هدف مورد نظر طبقه سرمایه‌داری و یا فرادست جامعه است که توسط آمادگی جسمانی، ایروبیک و یا ورزش‌های دیگری که کارکردشان اساساً «بهداشتی و سلامتی» است تحقق می‌یابد (روحی، ۱۳۹۲: ۱۷). تعداد کدهای نهایی اولیه استخراج شده، ۷۶ کد بود. و در نهایت مدل مفهومی پژوهش حاضر به شرح زیر می‌باشد.

عوامل بستر ساز

نقش مذهب، نقش قوانین، نگرش و دیدگاه

۵- بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی و با استعانت از روش نظریه مبنایی کوشید مدل پارادایمی از مفهوم مدیریت بدن را بر اساس برداشت‌های ذهنی و تفاسیر و تعاریف کنشگران از این مفهوم ارائه دهد. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، رویکرد آقایان ورزشکار بدنساز نسبت به مدیریت بدن در قالب تعامل شش مؤلفه اصلی مشخص گردیده است: ۱- مقوله معنای مدیریت بدن دغدغه‌های آقایان ورزشکار بدنساز به چرایی و چگونگی فرایند مدیریت بدن، ویژگی‌های شخصیتی مهم در برخورد با مدیریت بدن از نگاه خود فرد و اطرافیان، علل و عوامل ایجابی و ایجاد پدیده مدیریت بدن به عنوان شرایط علی؛ ۲- رویکرد مؤثر به مدیریت بدن به عنوان پدیده محوری؛ ۳- مکانیزم و تدابیر و راهبردهای مقابله‌ای که آقایان ورزشکار بدنساز در مواجهه با فرایند مدیریت بدن با توجه به شرایط اجتماعی و امکانات موجود اخذ می‌کنند به عنوان مقوله‌های راهبردی؛ ۴- کسب آمادگی برای رویارویی با مدیریت بدن که در یک زمان و مکان خاص پدید می‌آید و آقایان ورزشکار بدنساز با عمل و تعامل‌های خود به آنها پاسخ می‌دهند به عنوان مقوله زمینه‌ای؛ ۵- مقوله‌های مقابله با فرایند مدیریت بدن و استفاده از نقاط قوت و مقابله با نقاط ضعف (که بستگی به شرایط عوامل و عناصری مناسب یا نامناسب دارد) در آقایان ورزشکار بدنساز به عنوان مقوله‌های میانجی و مداخله‌گر؛ ۶- مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز که پیامدی به همراه دارد.

۷۶ زیرمؤلفه برای مدیریت بدن در آقایان ورزشکاران بدنساز استخراج و در قالب مدل نظری بر مبنای نظریه داده بنیاد ارائه شد. این مؤلفه‌ها به وسیله یک موضوع واحد با عنوان «رویکرد مؤثر به مدیریت بدن در آقایان ورزشکار بدنساز» با یکدیگر ارتباط می‌یابند. می‌توان گفت که فرایند مدیریت بدن در ورزش بدنسازی یک خصلت گفتمانی دارد. گفتمان محصول زبان است. زبان اجرای فکر است و فکر اجرای زبان است. تن به خصوص امیالش در پارادایم گفتمان بدن به وسیله خودپذیرشی کنترل می‌شود که دستاورد عقل است. با تکامل اجتماعی در عصر جهانی شدن و بلوغ عقل در عاطفه تجلی تاریخی و روانی، میل را به مسیر جدیدی برده است که می‌توان به میل به جذابیت بدن اشاره کرد و این دیالوگ میل و ذهن در گفتمانی جمعی است که حقیقت ساز می‌گردد. وقتی که در ذهن آقایان بدنساز فیزیک بدنی اهمیت خاصی دارد و معتقدند برای کسب تصویر بدنی مطلوب و تصویر بدنی ایده آل باید به ورزش بدنسازی بپردازند، وقتی ارزش در جامعه به جذابیت فیزیکی پیوند خورده باشد و جامعه به این پدیده اهمیت می‌دهد، فرد تحت تاثیر فرهنگ اجتماع خویش ارزشمندی را در داشتن فیزیک بدنی جذاب می‌بیند و در رابطه با تصویر بدنی منطق اساسی این است که افراد در معرض فراگیری انتظارات و ایده آل‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه خویش هستند. جوانان به ویژه آقایان جوان به دلیل مشاهده شرایط ناهمسان و تبعیض جنسیتی اعم از عدم بهره‌مندی از امکانات و پتانسیل‌های موجود در جامعه مثل استخدام در مراکز دولتی و غیردولتی، ناگزیر هستند که برای ابراز وجود و نشان دادن خود در اجتماع، به ورزش بدنسازی روی آورند، چرا که موفقیت و کسب پایگاه اجتماعی و کسب درآمد بهتر را در داشتن بدن جذاب می‌دانند. در این میان، تعدادی از آقایان بدنساز هستند که نسبت به عملکرد ورزش‌شان دچار ادراک غیر واقع بینانه‌ای شده‌اند و دست به اغراق‌گویی از عملکرد ورزشی بدن خود می‌زنند. در اینجا با دیدگاه مختلف می‌توان این پدیده را تبیین و بررسی کرد. این اغراق‌گویی آقایان بدنساز جزو شرایط پدیده محسوب می‌شود. بر اساس یافته به دست آمده، اغراق‌گویی آنان ناشی از آگاهی و احساس آقایان بدنساز، خانواده و جامعه نسبت به پدیده ورزش بدنسازی بوده است. این نوع رفتار بازخوردی، هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

از نگرش منفی در تعامل‌ها و روابط بینابینی حاصل می‌شود. با توجه به اینکه خانواده نخستین محیط رشد هر فرد محسوب می‌شود، لذا این بعد نگرش منفی اغراق‌گویی باعث اختلال‌های شخصیتی، روانی و اجتماعی و روابط آشفته والدین با آقایان بدنساز می‌شود. پیام‌هایی با مضمون «دیده بشو» که به آقایان القا می‌شود، از آن‌ها افرادی می‌سازد که با توهم «همه چیز دانی» و «همه کار توانی» وارد اجتماع می‌شوند. در نتیجه خود را از دیگران بالاتر می‌پندارند. در میدان ورزشی، آقایانی که به رشته بدنسازی روی آورده است تنها نقاط قوت خود و نقاط ضعف سایرین را می‌بیند و زمانی که مرد جوان قدرت اعمال مدیریت اندکی در دیگر موارد دارد، بدنش به عنوان محیطی مهمی برای اعمال قدرت به ابزار لذت و خود شیفتگی مبدل می‌گردد. مرد بدنساز خود شیفته در ظاهر عجول و بی پروا، نمایی از خود مطمئن و با اراده است و اغلب با مبالغه‌گویی و هاله‌ای از موفقیت در کار و روابط خود ظاهر می‌شود. آقایان بدنساز برای جبران کمبودهای خود در توصیف عملکرد ورزشی و بدنی شان دچار اغراق‌گویی می‌شوند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تأمین شد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان سهم برابری در این پژوهش داشته‌اند.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). بدن به مثابه رسانه هویت. *مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران*، ۴ (۴)، ۵۷-۷۵.
- ادیبی، حسین و انصاری، علی (۱۳۸۳). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: دانژه.
- اینانلو، م. (۱۳۹۵). *برساخت بدن؛ جامعه‌شناسی سبک‌های مدیریت بدن جوانان*. تهران: جامعه‌شناسان.
- بستان‌نجفی، حسن؛ بختیاری، محمد (۱۳۸۵). *اسلام و جامعه‌شناسی خانواده*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- جلالی اکردی، سیدهادی و ادیبی سده، مهدی (۱۳۹۲). مدیریت بدن و هویت اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان دختر و پسر شهر ساری). *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۹ (۳)، ۹-۲۲.
- ذکائی، محمد سعید (۱۳۸۱). *خرده‌فرهنگ، سبک زندگی و هویت. فصلنامه رشد آموزش علوم اجتماعی*، ۲۰ و ۲۱، ۲۰-۲۷.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۶). جوانان، بدن و فرهنگ تناسب. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۱(۱)، ۱۴۱-۱۱۷.
- رقیبی، مهوش؛ میناخانی، غلامرضا (۱۳۹۶). ارتباط مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره. *دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی*، ۱۲ (۴۶)، ۷۲-۸۱.
- عزیزپوران، زهرا، مرادی، علیرضا (۱۴۰۰). تبیین جامعه‌شناختی نسبت بین هویت فرهنگی و مصرف فرهنگی (زنان جوان شاهین‌شهر). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۳ (۴)، ۱۳۶-۱۱۰.
- قبادی، حشمت؛ کلدی، علیرضا؛ و مهدوی، سیدمحمدصادق (۱۳۹۷). تبیین جامعه‌شناسی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی. *زنان و خانواده*، ۱۳ (۴۵)، ۷۵-۹۵.
- قدیمی، بهرام؛ اسفندیار جهرمی، حسن؛ علیپور درویشی، زهرا، حجت؛ شهلا، شجاعی، معصومه (۱۴۰۱). تحلیل جامعه‌شناختی عملکرد ورزشی با رویکرد خود پذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار شهر تهران در رشته انفرادی (بدنساز). *تغییرات اجتماعی - فرهنگی*، ۱۹ (۱): ۳۲-۱.
- کوهی، کوثر (۱۳۹۰). تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز. پایان‌نامه دکتري، دانشگاه اصفهان.
- موحد، مجید؛ و حسینی، مریم (۱۳۹۱). مطالعه عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت چهره در میان دختران جوان. *جامعه‌شناسی زنان*، ۳ (۲)، ۱۷-۳۷.

هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام و آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۵). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی.

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱۴۲-۱۵۳.

نیازی، محسن؛ صادقی ده‌چشمه، ستار؛ حسینی، محمدرضا و گودرزی، امین (۱۴۰۲). مدل ساختاری عوامل فرهنگی - اجتماعی تأثیرگذار بر فرآیند ترک پایدار اعتیاد. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۵(۳)، ۸۶-۱۰۴.

References

- Angela, F. & Blair, T. (2010). Effect of Exposure to Media Images on Perceptual Body Image Distortion and Affective Dissatisfaction. (Retrieved on psych. hanover. edu/department/ youngst/IS/ Terrell %20&%20.)
- Bass, B. (2020). Individual Capability, Team Performance and Team Productivity: Chapter 6. *Human Performance and Productivity*, 1, 2, 3: 178-249.
- Cash, R. B. (2004). *Personality and Motivation, Structure and Measurement*. Yonkers-on Hudson, NY: World Book.
- Coucley, N. (1994). Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and Maintenance. *Body & Society*, 11: 1-35.
- Fitzsimmons, E. & Bardone-Cone, M. A. (2011). Downward Spirals of Body Surveillance and Weight/Shape Concern among African American and Caucasian College Women. *Body Image*, 8: 216-223.
- Giddens, A. (2008). *Individuation and Detachment, Society and Personal Identity in the New Age*, Translated by: Nasser Mofaghian, Tehran: Ney Publishing.
- Laura, A. Mara, S. & Risto, M. (2016). Stop Photoshopping! A Visual Participatory Inquiry into Students' Responses to a Body Curriculum. *Journal of Teaching in Physical Education*, 35 (1): 54-69.
- Leon, M. Ramakrishnan, M. Lizhou, L. & Hilda, and M. (2017). The Influence of Age, Sex and Body Mass Index on the Effectiveness of Brisk Walking for Obesity Management in Adults: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Physical Activity and Health*, 14 (5): 389-407.
- Lubroton, D. (2013). *Body Sociology*. Translated by: Nasser Fakouhi. Tehran: Sales.
- Michael P. L. Linda, S. & Helen, H. (2010). The Relation of Sociocultural Factors to Eating Attitudes and Behaviors among Middle School Girls. in [www. American Psychological Association.com](http://www.American Psychological Association.com), p: 471-490.
- Thomas, J. C. (2001). The Knowledge Management Puzzle: Human and Social Factors in Knowledge Management. *Journals & Magazines*, 40 (4): 863-884.