

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در ایران طی سه دهه اخیر

(مطالعه موردی: اضافه وزن و چاقی در کرج)

دکتر سید محمد میرزایی^۱، دکتر حبیب الله زنجانی^۲، سحر قربانعلی پور^۳

چکیده

این تحقیق با هدف مطالعه و بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن، که به مراکز کاهش وزن در شهر کرج مراجعه نموده اند، اجرا شده است. پس از نقد و بررسی دیدگاههای مرتبط با موضوع مورد تحقیق، چهار چوب نظری بر اساس دیدگاههای گیدنز، گافمن، بوردیو، مازلو تنظیم گردید. این تحقیق به لحاظ روش از نوع توصیفی - پیمایشی بوده و به لحاظ هدف از نوع همبستگی است. به منظور گردآوری داده ها از پرسشنامه ای حاوی ۶۳ سوال، استفاده شده است. در راستای دستیابی به هدف تحقیق از ۸ مرکز کاهش وزن و تناسب اندام در پاییز ۱۳۹۱، تعداد ۱۰۰ نفر از زنان خود معرف برای کاهش و یا کنترل وزن بصورت نمونه در دسترس برای پاسخگویی به مقیاس های تحقیق انتخاب شدند. یافته ها نشان دادند: وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، تأثیرات رسانه ها، رشد معنوی و خودشکوفایی، عاداتهای تغذیه ای، مسئولیت پذیری درباره سلامت، روابط بین فردی، مد و مدگرایی، مدیریت استرس، ورزش و فعالیت بدنی با میزان تمایل به تناسب اندام ارتباط معناداری داشتند. ولی بین سن، میزان تحصیلات و پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد مورد مطالعه با میزان تمایل آنان به تناسب اندام ارتباط معناداری مشاهده نگردید.

کلیدواژه ها: مدیریت بدن، چاقی و اضافه وزن، پایگاه اقتصادی- اجتماعی زنان

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۷/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۹/۸

^۱ استاد دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)

^۲ دانشیار دانشگاه تهران

^۳ کارشناسی ارشد مطالعات زنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، sgh.ma@yahoo.com

مقدمه

جذابیت جسمانی از جمله موضوعاتی است که در دوران مدرن استانداردهای جدیدی پیدا کرده و از عوامل شکل‌دهنده‌ی روابط افراد محسوب می‌شود، به طوری که مدیریت بدن در دوران مدرن اهمیت بیشتری پیدا کرده است و رفتارهای گوناگون بهداشتی نظیر بدن‌سازی، رژیم‌های غذایی، تجهیزات ورزشی و آرایشی مختلف در دوره جدید با تحولات جهانی شدن به مساله بدن توجه بسیاری شده است که عواملی از جمله: پیشرفت برای مراقبت از بدن پدیدار شده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۴۹-۱۵۰).

نگاه بر بدن در جوامع سنتی متفاوت از چیزی که امروزه می‌شناسیم بوده تا همین سالهای پیش از انقلاب در ایران فربهی نشانه دارا بودن یا ثروتمند بودن است. زیبایی شناسی بدن آنقدر متفاوت بود که می‌توان گفت بدن زیبا در دوره سابق با آنچه هم اکنون با عنوان زیبا می‌شناسیم بسیار متفاوت بوده است. امروزه بدنهای ما خواه ناخواه تاثیر بسیاری در روابط اجتماعی ما دارند. حتی افراد برای اینکه بر گه استخدامی یک شرکت تجاری یا خدماتی را با موفقیت پر کنند، باید شرایط فیزیکی مطلوبی داشته باشند (مهدوی و عباسی، ۱۳۸۸).

جای تردید نیست که در اکثر جوامع زنان در مقایسه با مردان نسبت به وضعیت زیبایی و ظاهر خود و آنچه به چشم می‌آید دقت نظر بیشتری داشته و حساسیت و توجه بیشتری نشان می‌دهند. این توجه وافر ایشان را وا می‌دارد تا رفتارهایی گاه افراطی را به منظور مطابقت دادن ویژگیهای بدن خود با الگوهای فرهنگی زیبایی چهره و اندام که در رسانه‌های جمعی و عوامل تبلیغاتی صنعت زیبایی تبلیغ می‌شود، اتخاذ کنند که بعضاً تبعات سوئی بیار می‌آورد. تصویری که زنان از خود در ذهن دارند تا چه حد بر احساس رضایتمندی زنان از خویش، و نهایتاً بر سلامت روانی و جسمانی زنان و بر نحوه‌ی درک و ارتباطشان با بدن‌هایشان تاثیر می‌گذارد (رضایی و همکاران، ۱۳۸۹ به نقل از کیریگ، ۲۰۰۲).

واقعیت این است که مابیش از پیش مسئول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم و هرچه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه سنتی فاصله بیشتری گرفته باشد، فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کنیم.

مهم این است که تاکید فزاینده بر مدیریت بدن (رژیم غذایی، اهمیت ورزش در حفظ شادابی و تناسب اندام، آرایش و جراحی صورت و بدن) و نیز مسئولیت اخلاقی در قبال حفاظت از بدن و نمایاندن بدن به مثابه یک تصویر نشانگر شکل‌های مدرن تمایز و تشخیص اجتماعی است. و دیگر اینکه نظارت و تنظیم و تعدیل دقیق بدن را می‌توان داستان یا روایتی دانست که فرد از چگونگی زیستن خود در چارچوب‌های متفاوت زندگی جمعی نقل می‌کند. با گسترش فناوری‌های ارتباطی و داده‌هایی نظیر ماهواره اینترنت، فرهنگ مدرن در جهان گسترش یافت و با فرایند جهانی شدن، شبکه‌های ارتباطی، فرایند یکسان‌سازی فرهنگ جهانی را دنبال می‌کند (خواجه نوری، ۱۳۹۰).

آنچه در فضای کنونی به وسیله رسانه‌های جهانی مورد تاکید قرار می‌گیرد، تولید و ساخت مد و رایه الگو در راستای مدیریت و کنترل شهروندان است، که هدف جوانان هستند. از این رو در دنیای امروز مدیریت بدن به دنبال آن است که تاثیر جامعه بر بدن و بدن بر جامعه را مورد مطالعه قرار دهد. لذا در این تحقیق درصددیم تا مشخص نماییم چه عوامل اجتماعی بر مدیریت بدن زنان موثر است و رضایتمندی آنها را از خویش و نحوه درک و ارتباطشان با بدن‌شان را مشخص می‌کند؟ و چه عوامل اجتماعی در گرایش زنان به داشتن اندام متناسب دخیل است و مدیریت بدن آنها تحت تاثیر قرار می‌دهد؟

چارچوب نظری تحقیق:

چارچوب نظری این تحقیق براساس رویکرد گیدنز، گافمن، بوردیو، آبراهام مازلو تنظیم گردیده است. چارچوب نظری تحقیق می‌گوید بنظر می‌رسد در جامعه ایران یکسری ایده‌آلهای فرهنگی در ارتباط با زیبایی اندام در مورد زنان با توجه به پدیده انتشار گسترده الگوهای فرهنگی غربی از طریق تبلیغات رسانه‌ای مرتبط با اندازه‌های بدنی ایده‌آل و مطلوب مورد تاکید قرار می‌گیرد.

در جامعه کنونی ما زنان براساس ویژگی های جسمانی شان مورد قضاوت قرار می گیرند. به همین دلیل زنان سعی دارند تصویری مطلوب از بدن خود که جذابیت بیشتری دارد و از دیدگاه افراد جامعه، مطلوب تر است از خود به نمایش بگذارند، و بدن مطلوب را اساس پیشرفت و موفقیت های اجتماعی خود می داند. خود را آن گونه که جمع می پذیرد به نمایش می گذارند. همچنین هدف خود را بیشتر کسب منزلت و پایگاه اجتماعی می دانند، زیرا در جامعه ایران که یک جامعه طبقاتی است زنان سعی دارند با انتخاب کالاهای مصرفی و نوع پوشش و سلیقه غذایی و آرایش و مد خود را از دیگران جدا سازند، تا هرچه بیشتر به آن طبقه ای نزدیک کنند که دارای منزلت بیشتری است.

با توجه به ارتباطات جهانی که امروزه از طریق اینترنت، ماهواره و وسایل ارتباط جمعی و طوفان اطلاعات که در جامعه ما گسترده گشته است. امکان الگوبرداری سریع از کشورهای غربی خصوصاً تحت تاثیر قرار گرفتن افراد از ارزشهای تبلیغ شده از جمله، زیبایی در لاغر بودن، مانکن بودن است. زنان بتدریج هویت خود را با توجه به جامعه پدرسالارانه و ریشه ضعف فرهنگی و تحقیر پی در پی در دوران های مختلف و اعتماد بنفس خود را از دست داده و موجب شده زن امروزی که دست به عمل زیبایی با رژیم های طاقت فرسا و غیره ببرند تا جذابتر نشان داده شوند و یا شاید با جذابیت جنسی بیشتری بنظر برسند. دغدغه زیباتر شدن، ریسک اعمال جراحی، بیان اینکه نوگرا هستم و نوگرایی را دوست دارم و ادعای مدیریت بدن شاید تنها رویکرد نمایشی بدن را که گافمن مطرح می کند، بیان می دارد. و اینکه افراد در جامعه با هم به کنش و واکنش می پردازند و این کنش متقابل با آنان تنها به این دلیل است که خود را آن گونه نمایش دهند که دیگران پذیرفته اند و امیدوارند دیگران را اینگونه تحت تاثیر قرار دهند تا افراد را داوطلبانه وادار کنند که به دلخواه آنان عمل کنند.

روشن است که بدن فقط وسیله ای برای کنش و واکنش نیست، بلکه بدن آدمی دستگاهی طبیعی است که صاحبش باید به دقت از آن مراقبت کند که یکی از این اشکال نگهداری و مراقبت ورزش و رژیم های غذایی است. رژیم های غذایی و سبک زندگی افراد به ماهیت هر فرهنگ معین بستگی دارد.

همچنین اگر بخواهیم از دیدگاه روانشناختی به موضوع تناسب اندام بنگریم بهتر است براساس نظریه سلسله مراتب مازلو، افرادی که هر یک از این سلسله مراتب را طی نکرده باشند نمی توانند به مرحله بعدی برسند. اگر نیازهای اولیه رفع نشود فرد به مرحله بعدی راه نمی یابد.

فرضیه های تحقیق

بنظر می رسد پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان بر تناسب اندام موثر است.

بنظر می رسد بین سن افراد و تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد.

بنظر می رسد اکثریت افرادی که اقدام به تناسب اندام می کنند، متاهل هستند.

بنظر می رسد اکثر افرادی که تمایل به انجام تناسب اندام دارند، دارای تحصیلات دانشگاهی دارند.

بنظر می رسد زنان شاغل بیشتر تمایل به تناسب اندام دارند.

بنظر می رسد تبلیغات رسانه ای مرتبط با تناسب اندام بر افرادی که تحصیلات پایین تری دارند موثرتر است.

بنظر می رسد زنانی که اقدام به تناسب اندام می کنند، خودشکوفاترند و از رشد معنوی بالاتری برخوردارترند.

بنظر می رسد عادت های تغذیه ای زنان بر میزان چاقی و اضافه وزن آنها موثر است.

بنظر می رسد فعالیتهای بدنی و ورزشی بر حفظ تناسب اندام زنان موثر است.

بنظر می رسد مسئولیت پذیری زنان در تمایل به تناسب اندام از طرف آنها موثر است.

بنظر می رسد روابط بین فردی بر تمایل به تناسب اندام موثر است.

بنظر می رسد یکی از انگیزه های زنان در تمایل به تناسب اندام، مد و مدگرایی است.

بنظر می رسد زنانی که مدیریت استرس بهتری دارند، در حفظ تناسب اندام خویش موفق ترند.

روش شناسی تحقیق:

در این تحقیق جهت جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و پیمایشی استفاده شده است. این تحقیق به لحاظ روش از نوع توصیفی- پیمایشی و به لحاظ هدف از نوع همبستگی است.

جامعه آماری در این تحقیق شامل زنان مراجعه کننده به باشگاههای لاغری و تناسب اندام در شهر کرج می باشد.

در جهت اجرای پرسشنامه، در سه منطقه شمال، مرکز و جنوب با مراجعه به مناطق این سه نقطه تعیین شده و آرایه پرسشنامه به افرادی که فقط مراجعه کننده مراکز لاغری و تناسب اندام بودند، اقدام شده است. بنابر این از میان ۱۵۸ پرسشنامه پخش شده در این مناطق ۱۱۲ پرسشنامه عودت داده شد که در نهایت بعد از بررسی نهایی و خروج افراد و داده های نامناسب از مجموعه، ۱۰۰ نمونه از پرسشنامه ها برای تحلیل نهایی مناسب تشخیص داده شد و تحلیل نهایی نیز بر روی این ۱۰۰ نفر اجرا شد. برای بررسی و آزمون سوالات تحقیق از پرسشنامه رویکرد جونز^۱ و همکاران که توسط محمدی زیدی و همکاران (محمدی زیدی و همکاران، ۱۳۹۰) به فارسی ترجمه و سپس جمع خبرگان پرسشنامه را برای تعیین حساسیت های فرهنگی، وضوح سوالات، موارد اختلاف و خطاهای موجود در معنایابی بررسی کردند، سپس نسخه فارسی در نمونه ۴۶۶ نفری در شهر قزوین مورد آزمون قرار گرفت. در مرحله نهایی اطلاعات جمع آوری شده از مطالعه مقطعی، تحلیل عامل اکتشافی و تاییدی بمنظور روایی سازه بکار برده شد.

قابلیت اعتماد نشان می دهد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد. قبل از اجرای نهایی پرسشنامه برای اطمینان حاصل نمودن از قابلیت اجرای آن به «اجرای آزمایشی» پرسشنامه مبادرت گردید.

جهت تعیین اعتماد یا پایایی ابزار از روش باز آزمایی با فاصله دو هفته و از روش ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی تجانس درونی استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای کل ابزار ۰/۸۲ و برای زیر شاخه ها از ۰/۶۴ تا ۰/۹۱ بود. همه موارد همبستگی مورد کل قابل قبولی داشته اند. (بیشتر از ۰/۳۴) و نتایج آزمون باز آزمون نشان دهنده ثبات برای پرسشنامه و زیر شاخه های آن بود.

با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ میزان اعتبار سوالات سنجیده شد، ابتدا به طور کلی برای هر ۶۳ سؤال پرسشنامه، جدا از سوالات زمینه ای آلفای کرونباخ سنجیده شد و میزان ۰/۶۹ به دست آمد و سپس به تفکیک سوالات که تماماً بین ۰/۶۸ تا ۰/۶۹ به دست آمد، این میزان گواه آن است که سوالات اعتبار و روایی مناسبی داشتند. لذا پس از اطمینان پرسشنامه ها میان زنان مراجعه کننده به مراکز ذکر شده توزیع گردید.

دستاوردها و یافته های تحقیق:

توصیف داده ها: بر اساس نتایج به دست آمده میانگین سنی افراد نمونه مورد پژوهش ۲۸/۳، میانگین قد ۱۶۴/۸۷ و وزن افراد نیز ۶۴/۹۲ محاسبه شده است.

۵۴ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق حاضر مجرد هستند که بیشترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده اند. همچنین ۳۸ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق حاضر دارای مدرک تحصیلی دیپلم و لیسانس هستند، که بیشترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده اند. و نیز ۶۰ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق حاضر شاغل هستند، و ۳۶ درصد نیز شاغل نیستند و ۴ درصد نیز وضعیت شاغل بودن خود را مشخص نموده اند.

^۱ Jonz

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن / ۱۰۳

۲۹ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق حاضر زیر ۵ میلیون ریال در آمد دارند ، و ۴۹ درصد نیز بین ۵ تا ۱۰ میلیون ریال و ۸ درصد نیز بالای ۱۰ میلیون ریال در آمد دارند و ۱۴ درصد نیز وضعیت در آمد خود را مشخص ننموده اند. همچنین ۴۰ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق حاضر مستاجر هستند ، و ۵۲ درصد نیز دارنی مسکن شخصی می باشند و سایر موارد نیز در این متغیر ۴ درصد را به خود اختصاص داده است. و ۴ درصد نیز وضعیت مسکن خود را مشخص ننموده اند.

۲۳ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق حاضر از منطقه بالا شهر هستند ، و ۳۳ درصد نیز از منطقه متوسط شهر می باشند و ۴۴ درصد نیز از منطقه پایین شهر بوده اند.

تحلیل استنباطی فرضیه های تحقیق:

لازم به ذکر است که ابتدا برای بررسی مدل مفهومی پژوهش از مدل معادلات ساختاری استفاده شد و با توجه به اینکه شاخص های برازش مدل در سطوح مورد انتظار مدل مفهومی را تایید نمود، بنابر این این مدل مفهومی مورد تایید قرار نگرفت. آزمون فرضیه ها:

فرضیه اول: بنظر می رسد پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان بر تمایل آنها به تناسب اندام موثر است.

در این فرضیه تحقیق پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان با استناد به مولفه هایی چون میزان درآمد، وضعیت مسکن و منطقه محل سکونت بر آورد شده است که با توجه به این موارد ذکر شده از تحلیل واریانس برای بررسی فرضیه استفاده شده است که نتایج به شرح ذیل ارایه می گردد.

جدول ۱: نتایج آزمون تحلیل واریانس یکراهه در رابطه با فرضیه اول

سطح معناداری	F	میانگین مجذورا ت	درجات آزادی	مجموع مجذورات	شاخص منابع تغییرات	
					میزان درآمد	وضعیت مسکن
.069	2.779	.360	2	.720	میزان درآمد	فرضیه اول
.027	3.812	.494	2	.988	وضعیت مسکن	
.079	2.625	.340	2	.680	منطقه محل سکونت	
		.130	75	9.717	خطا	
			82	538.595	کل	

با توجه به داده های جدول شماره (۱)، چون مقدار $F(3/812)$ با درجات آزادی ۲ و ۷۵ در مولفه وضعیت مسکن در سطح معناداری $\alpha = .05$ معنادار است، لذا فرض صفر رد کرد، فرض تحقیق در این مولفه ها با ۹۵٪ اطمینان تایید می گردد. به عبارت دیگر، وضعیت مسکن بر میزان تمایل افراد به تناسب افراد موثر است و نتایج آزمون تعقیبی شفه نشان داد که زنان با وضعیت مسکن به صورت مستاجر نسبت به زنان دارای مسکن شخصی تمایل بیشتری به تناسب اندام دارند. در مولفه های میزان درآمد و منطقه محل سکونت نیز تفاوت معناداری مشاهده نگردید.

جدول ۲: نتایج آزمون تعقیبی شفه در مقایسه میزان تمایل به تناسب اندام به تفکیک وضعیت مسکن

			شاخص‌ها	
سطح معناداری	انحراف معیار	اختلاف میانگین	نوع مسکن	
			.041	.08219
.803	.19026	-.1262	سایر موارد	

*معناداری در سطح ۰/۰۵.

فرضیه دوم: بنظر می‌رسد بین سن افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد. برای بررسی این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول ۳: ماتریس همبستگی رابطه بین سن و میزان تمایل به تناسب اندام

سن	ماتریس همبستگی	
.076	ضریب همبستگی	میزان تمایل به تناسب اندام
.455	سطح معنی داری دو دامنه	
100	فراوانی	

*معناداری در سطح $\alpha = 0.05$

نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه در جدول شماره (۳) آورده شده است. بررسی ضرایب همبستگی مشاهده شده بین سن افراد و تمایل به تناسب اندام نشان می‌دهد که رابطه بین سن افراد و تمایل به تناسب اندام با مقدار $r = 0.076$ در سطح $\alpha = 0.05$ نمی‌باشد، بنابر این فرض صفر را چون نمی‌توان رد کرد، فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان رد می‌گردد. به عبارت دیگر بین سن افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود ندارد.

فرضیه سوم: بنظر می‌رسد اکثریت افرادی که اقدام به تناسب اندام می‌کنند، متاهل هستند.

جدول ۴: نتایج آزمون تحلیل واریانس بکراه در رابطه با فرضیه سوم

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجات آزادی	مجموع مجذورات	شاخص	
					منابع تغییرات	
.004	4.776	.593	3	1.780	بین گروهی	$F_{(3,96)}$ $F_{(3,96)}$ $F_{(3,96)}$
		.124	96	11.928	درون گروهی	
			99	13.709	کل	

با توجه به داده‌های جدول شماره (۴)، چون مقدار $F (4/776)$ با درجات آزادی ۳ و ۹۶ در مولفه وضعیت تاهل در سطح معناداری $\alpha = 0.05$ معنادار است، لذا فرض صفر رد کرد، فرض تحقیق در این مولفه ها با ۹۵٪ اطمینان تایید می‌گردد. به عبارت دیگر، وضعیت تاهل بر میزان تمایل افراد به تناسب افراد موثر است و نتایج آزمون تعقیبی شفه نشان داد که زنان متاهل نسبت به زنان مجرد تمایل بیشتری به تناسب اندام دارند.

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن / ۱۰۵

جدول ۵: نتایج آزمون تعقیبی شفه در مقایسه میزان تمایل به تناسب اندام به تفکیک وضعیت تاهل

			شاخص‌ها	
سطح معناداری	انحراف معیار	اختلاف میانگین	متاهل	مجرد
.016	.07353	-.24145*	متاهل	مجرد
.923	.25383	.17552	شوهر مرده	
.254	.18266	-.37128	متارکه	

*معناداری در سطح ۰/۰۵.

فرضیه چهارم: بنظر می‌رسد اکثر افرادی که تمایل به انجام تناسب اندام دارند، دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.

جدول ۶: نتایج آزمون تحلیل واریانس یکراهه در رابطه با فرضیه چهارم

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجات آزادی	مجموع مجزورات	شاخص	
					میانگین مجزورات	منابع تغییرات
.168	1.649	.223	4	.890	بین گروهی	اندام شاغل غیر شاغل
		.135	95	12.818	درون گروهی	
			99	13.709	کل	

با توجه به داده‌های جدول شماره (۶)، چون مقدار $F (1/649)$ با درجات آزادی ۴ و ۹۵ در مولفه میزان تحصیلات در سطح معناداری $\alpha=0/05$ معنادار نیست، لذا فرض صفر را چون نمی‌توان رد کرد، فرض تحقیق در این مولفه‌ها با ۹۵٪ اطمینان رد می‌گردد. به عبارت دیگر، میزان تمایل به تناسب اندام در زنان با تحصیلات مختلف تفاوت معناداری ندارد.

فرضیه پنجم: بنظر می‌رسد زنان شاغل بیشتر تمایل به تناسب اندام دارند.

برای بررسی این فرضیه تحقیق از آزمون t مستقل استفاده شده است

جدول ۷: نتایج آزمون t مستقل در رابطه با فرضیه پنجم

سطح معناداری	درجه آزادی	t	انحراف معیار	میانگین	تعداد	متغیر به تفکیک گروه
.024	94	2.302	.42312	2.5890	60	شاغل
			.25477	2.4096	36	غیر شاغل

با توجه به داده‌های جدول شماره (۷)، چون مقدار $t(1/302)$ با درجه آزادی ۹۴ در سطح معناداری $\alpha=0/05$ معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق در این مولفه‌ها با ۹۵٪ اطمینان تایید می‌گردد. و با توجه به اینکه میانگین نمرات زنان شاغل بیشتر از زنان غیر شاغل می‌باشد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که زنان شاغل بیشتر تمایل به تناسب اندام دارند.

فرضیه ششم: بنظر می‌رسد تبلیغات رسانه ای مرتبط با تناسب اندام بر افرادی که تحصیلات پایین تری دارند موثرتر است.

جدول ۸: نتایج آزمون تحلیل واریانس یکراهه در رابطه با فرضیه ششم

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجات آزادی	مجموع مجذورات	شاخص منابع تغییرات	
					بین گروهی	بینیانات رسانه ای
.032	2.765	.834	4	3.337	بین گروهی	بینیانات رسانه ای
		.302	95	28.664	درون گروهی	
			99	32.001	کل	

با توجه به داده‌های جدول شماره (۸)، چون مقدار $F(۲/۷۶۵)$ با درجات آزادی ۴ و ۹۵ در مولفه تبلیغات رسانه ای به تفکیک میزان تحصیلات در سطح معناداری $\alpha = .05$ معنادار است، لذا فرض صفر رد کرد، فرض تحقیق در این مولفه ها با ۹۵٪ اطمینان رد می گردد. و چون میانگین نمرات افراد با سطح تحصیلات زیر دیپلم نسبت به افراد با سطح تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر، بیشتر می باشد، بنابر این می توان چنین استنباط کرد که تبلیغات رسانه ای مرتبط با تناسب اندام بر افرادی که تحصیلات پایین تری دارند موثرتر است.

جدول ۹: نتایج آزمون تعقیبی شفه در مقایسه میزان تمایل به تناسب اندام به تفکیک وضعیت تاهل

شاخصها			تحصیلات	
سطح معناداری	انحراف معیار	اختلاف میانگین	دیپلم	زیر دیپلم
1.000	.18189	.01316	فوق دیپلم	فوق لیسانس و بالاتر
.681	.27465	-.41667	لیسانس	
.980	.18189	-.11842	فوق لیسانس و بالاتر	
1.۰۲.	.27465	-.69444*		

*معناداری در سطح ۰.۰۵

فرضیه هفتم: بنظر می رسد زنانی که اقدام به تناسب اندام می کنند، خودشکوفاترند و از رشد معنوی بالاتری برخوردارترند. برای بررسی این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول ۱۰: ماتریس همبستگی رابطه بین رشد معنوی و خود شکوفایی افراد و تمایل به تناسب اندام

رشد معنوی و خود شکوفایی	ماتریس همبستگی	
	ضریب همبستگی	میزان تمایل به تناسب اندام
.771**	سطح معنی داری دو دامنه	فراوانی
.000		
100		

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه در جدول شماره (۱۰) آورده شده است. بررسی ضرایب همبستگی مشاهده شده بین رشد معنوی و خود شکوفایی افراد و تمایل به تناسب اندام نشان می دهد که رابطه معنادار و مثبت بین رشد معنوی و خود شکوفایی افراد و تمایل به تناسب اندام با مقدار $r = .771$ در سطح $\alpha = .05$ می باشد، بنابر این فرض صفر رد و فرض پژوهش با ۹۵٪ اطمینان تایید می گردد. به عبارت دیگر بین رشد معنوی و خود شکوفایی افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد. و هر چه میزان رشد معنوی و خود شکوفایی در زنان بیشتر باشد بر میزان تمایل آنها به تناسب اندام بیشتر می گردد و بالعکس. لذا می توان چنین استنباط کرد که زنانی که اقدام به تناسب اندام می کنند، خودشکوفاترند و از رشد معنوی بالاتری برخوردارترند.

فرضیه هشتم: بنظر می رسد عادت های تغذیه ای زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است.

جدول ۱۱: ماتریس همبستگی رابطه بین عادت های تغذیه ای افراد و تمایل به تناسب اندام

ماتریس همبستگی		عادت های تغذیه ای
میزان تمایل به تناسب اندام	ضریب همبستگی	.780**
	سطح معنی داری دو دامنه	.000
	فراوانی	100

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه در جدول شماره (۱۱) آورده شده است. بررسی ضرایب همبستگی مشاهده شده بین عادت های تغذیه ای افراد و تمایل به تناسب اندام نشان می دهد که رابطه معنادار و مثبت بین عادت های تغذیه ای افراد و تمایل به تناسب اندام با مقدار $r = .780$ در سطح $\alpha = .05$ می باشد، بنابر این فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تایید می گردد. به عبارت دیگر بین عادت های تغذیه ای افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد. و هر چه میزان عادت های تغذیه ای در زنان مطلوب تر باشد بر میزان تمایل آنها به تناسب اندام بیشتر می گردد و بالعکس. لذا می توان چنین استنباط کرد که عادت های تغذیه ای زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است.

فرضیه نهم: بنظر می رسد فعالیتهای بدنی و ورزشی بر حفظ تناسب اندام زنان موثر است.

جدول ۱۲: ماتریس همبستگی رابطه بین فعالیتهای بدنی و ورزشی و تمایل به تناسب اندام

ماتریس همبستگی		فعالتهای بدنی و ورزشی
میزان تمایل به تناسب اندام	ضریب همبستگی	.737**
	سطح معنی داری دو دامنه	.000
	فراوانی	100

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه در جدول شماره (۱۲) آورده شده است. بررسی ضرایب همبستگی مشاهده شده بین فعالیتهای بدنی و ورزشی افراد و تمایل به تناسب اندام نشان می دهد که رابطه معنادار و مثبت بین فعالیتهای بدنی و ورزشی افراد و تمایل به تناسب اندام با مقدار $r = .737$ در سطح $\alpha = .05$ می باشد، بنابر این فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تایید می گردد. به عبارت دیگر بین فعالیتهای بدنی و ورزشی افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد. و هر چه میزان فعالیتهای بدنی و ورزشی در زنان مطلوب تر باشد بر میزان تمایل آنها به تناسب اندام بیشتر می گردد و بالعکس. لذا می توان چنین استنباط کرد که فعالیتهای بدنی و ورزشی زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است.

فرضیه دهم: بنظر می رسد که مسئولیت پذیری زنان در تمایل به تناسب اندام از طرف آنها موثر است.

جدول ۱۳: ماتریس همبستگی رابطه بین مسئولیت پذیری زنان و تمایل به تناسب اندام

ماتریس همبستگی		مسئولیت پذیری زنان
میزان تمایل به تناسب اندام	ضریب همبستگی	.772**
	سطح معنی داری دو دامنه	.000
	فراوانی	100

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه در جدول شماره (۱۳) آورده شده است. بررسی ضرایب همبستگی مشاهده شده بین مسئولیت پذیری زنان افراد و تمایل به تناسب اندام نشان می دهد که رابطه معنادار و مثبت بین مسئولیت پذیری زنان افراد و تمایل به تناسب اندام با مقدار $r = .772$ در سطح $\alpha = .05$ می باشد، بنابر این فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تایید می گردد. به

عبارت دیگر بین مسئولیت پذیری زنان افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد. و هر چه میزان مسئولیت پذیری در زنان بیشتر باشد بر میزان تمایل آنها به تناسب اندام افزوده می گردد و بالعکس. لذا می توان چنین استنباط کرد که مسئولیت پذیری زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است. به عبارت دیگر زنانی که اقدام به تناسب اندام می کنند ، مسئولیت پذیرترند.

فرضیه یازدهم: بنظر می رسد روابط بین فردی بر تمایل به تناسب اندام موثر است.

جدول ۱۴: ماتریس همبستگی رابطه بین روابط بین فردی زنان و تمایل به تناسب اندام

روابط بین فردی	ماتریس همبستگی	
	.736**	ضریب همبستگی
.000	سطح معنی داری دو دامنه	
100	فراوانی	

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه در جدول شماره (۱۴) آورده شده است. بررسی ضرایب همبستگی مشاهده شده بین روابط بین فردی زنان افراد و تمایل به تناسب اندام نشان می دهد که رابطه معنادار و مثبت بین روابط بین فردی زنان افراد و تمایل به تناسب اندام با مقدار $r = .736$ در سطح $\alpha = .05$ می باشد، بنابر این فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تایید می گردد. به عبارت دیگر بین روابط بین فردی زنان افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود دارد. و هر چه میزان روابط بین فردی در زنان مطلوب تر باشد بر میزان تمایل آنها به تناسب اندام بیشتر می گردد و بالعکس. لذا روابط بین فردی مناسب بر تمایل به تناسب اندام موثر است.

فرضیه دوازدهم: بنظر می رسد یکی از انگیزه های زنان در تمایل به تناسب اندام ، مد و مدگرایی است.

جدول ۱۵: ماتریس همبستگی رابطه بین روابط بین فردی زنان و تمایل به تناسب اندام

مد و مدگرایی	ماتریس همبستگی	
	.487**	ضریب همبستگی
.000	سطح معنی داری دو دامنه	
100	فراوانی	

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که چون مقدار $r = .487$ در سطح $\alpha = .05$ معنادار است، بنابر این می توان چنین عنوان نمود که یکی از انگیزه های زنان در تمایل به تناسب اندام ، مد و مدگرایی است. لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد.

فرضیه سیزدهم: بنظر می رسد زنانی که مدیریت استرس بهتری دارند ، در حفظ تناسب اندام خویش موفق ترند.

جدول ۱۶: ماتریس همبستگی رابطه بین مدیریت استرس زنان و تمایل به تناسب اندام

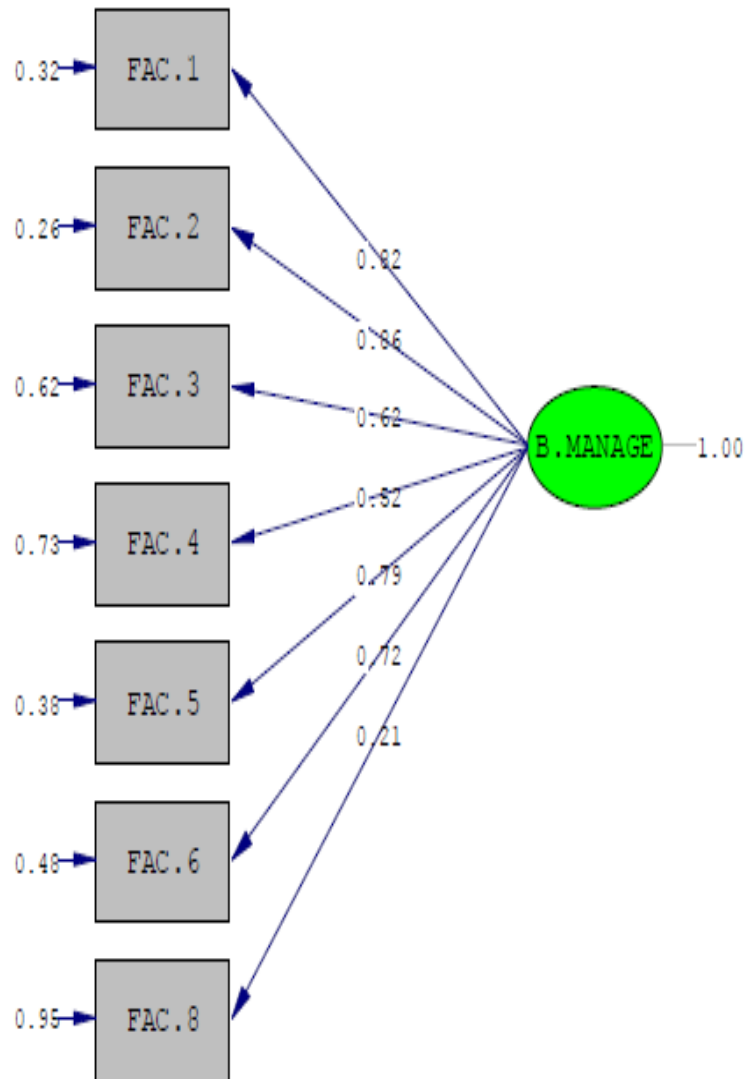
مد و مدگرایی	ماتریس همبستگی	
	.575**	ضریب همبستگی
.000	سطح معنی داری دو دامنه	
100	فراوانی	

*معناداری در سطح $\alpha = .05$

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن / ۱۰۹

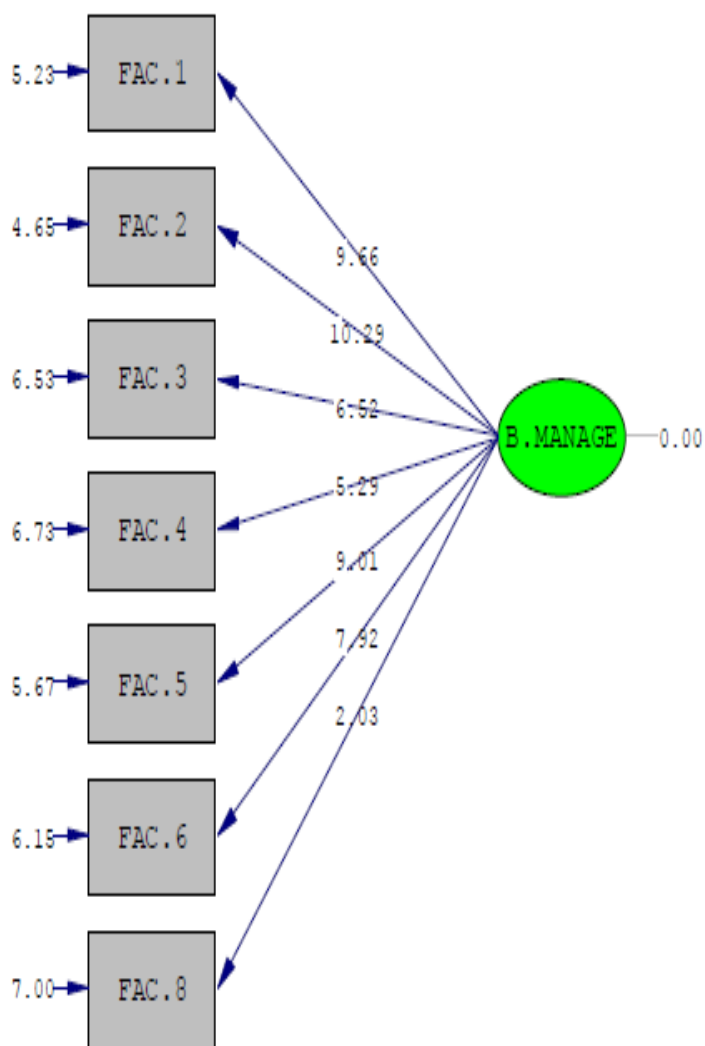
نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که چون مقدار $r = .575$ در سطح 0.05 معنادار است، و چون رابطه به صورت مثبت و معنادار می باشد؛ بنابر این می توان چنین عنوان نمود که زنانی که مدیریت استرس بهتری دارند، در حفظ تناسب اندام خویش موفق ترند. لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد.

پس از بررسی فرضیه های تحقیق و با توجه به حذف مسیر های غیر معنادار در زمینه عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در ایران طی سه دهه اخیر مدل نهایی تحقیق به صورت زیر ارائه می گردد.



Chi-Square=28.13, df=14, P-value=0.01369, RMSEA=0.012

نمودار ۳. مدل مفهومی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در ایران طی سه دهه اخیر در حالت تخمین استاندارد. خروجی لیزرل (نمودار ۳) مدل اندازه گیری عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در حالت تخمین استاندارد نشان می دهد. با توجه به نتایج این نمودار، چون مقدار RMSEA نیز کوچکتر از 0.08 می باشد. در نتیجه می توان نتیجه گرفت، مدل از برازش مناسبی برخوردار است.



Chi-Square=28.13, df=14, P-value=0.01369, RMSEA=0.012

نمودار ۴. مدل مفهومی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در ایران طی سه دهه اخیر در حالت تخمین معناداری خروجی لیزرل (نمودار ۴) مدل اندازه گیری عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در حالت معناداری نشان می دهد. با توجه به نتایج این نمودار، چون مقدار t کوچکتر از مقدار بحرانی $1/96$ می باشد. در نتیجه می توان نتیجه گرفت، کلیه مسیرها از نظر آماری معنادار است. و نتایج معادلات ساختاری نشان می دهد که به ترتیب اهمیت در زمینه عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن مولفه مسئولیت پذیری درباره سلامت ($B = .86, t = 10/29$)، رشد معنوی و خود شکوفایی ($t = 9/66, B = .82$)، ورزش و فعالیت های بدنی ($t = 9/01, B = .79$)، تغذیه ($t = 7/92, B = .72$)، روابط بین فردی ($t = 6/52, B = .62$)، مدیریت استرس ($t = 5/52, B = .52$) و مد گرایی ($t = 2/03, B = .21$) نقش دارند.

جدول ۱۷: شاخص های برازش مدل به کمک نرم افزار معادلات ساختاری

ردیف	شاخص مناسبت مدل	ارزش های مورد انتظار (سفارش شده)	ارزش های محاسبه شده مدل
۱	GFIA	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۷
۲	IFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۱
۳	CFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۵
۴	RMSEA	پایین تر از ۰/۰۸	۰/۱۲
۶	X ^۲	در حجم نمونه زیاد همیشه معنادار است	

محاسبه شاخص های مناسبت مدل اندازه گیری عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن نشان می دهد که مدل بدست آمده از تحلیل عامل تاییدی از برازش خوبی برخوردار است و لذا می توان از این مدل برای اندازه گیری عوامل اجتماعی موثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن استفاده نمود.

بحث و نتیجه گیری

طی سه دهه اخیر میزان شاخص توده بدنی زنان طبق آمار بهداشت جهانی روبه افزایش بوده بطوریکه در سال ۱۹۸۰ شاخص توده بدنی زنان ۲۳/۵ و تا سال ۲۰۰۹ طبق آمار به ۲۷/۴ رسیده است. که روند روبه رشد و به سمت اضافه وزن و چاقی در زنان ایرانی را نشان می دهد. جستجو برای بدست آوردن اطلاعات دقیق تر در زمینه تعیین درصد اضافه وزن و چاقی در زنان ایرانی بدلیل کمبود منابع موثق و قابل استناد بی نتیجه ماند.

در سالهای اخیر لاغری در ایران به عنوان معیار زیبایی اندام مورد توجه دختران و زنان جوان قرار گرفته است و اقدام برای رعایت رژیم غذایی لاغری جهت دستیابی به تناسب اندام به دغدغه بسیاری از دختران و زنان ایرانی تبدیل شده است. در حالیکه در مورد نسلهای پیشین چنین تاکید شدیدی بر لاغری موجود نبوده است و حتی می توان ادعا نمود که ادبیات عامیانه با کاربرد اصطلاحاتی چون ضرورت وجود "یک پرده گوشت" سلیقه ی ایرانی را در مورد معیار زیبایی اندام برای زنان تا حدی در تضاد با لاغری افراطی آنچنان که در کشورهای غربی در حال حاضر تبلیغ می شود، نشان می دهد.

زنان نیاز روان شناختی قوی ای برای حفظ و پیگیری زیبایی و ارتقای جذابیت خود دارند. با افزایش سرمایه فرهنگی افراد، نحوه مدیریت ظاهر در میان دختران افزایش می یابد. از سوی دیگر، الگوی رایج مدیریت ظاهر در میان جوانان متأثر از نوگرایی و مولفه های مرتبط با دنیای مدرن است.

وضعیت مسکن بر میزان تمایل افراد به تناسب افراد موثر است. می توان گفت که زنان مورد بحث بدلیل کسب آنچه که منزلت اجتماعی بیشتر نامیده می شود دست به تناسب اندام می زنند. قابل توجه است که در این مورد محل زندگی افراد نیز باید در نظر گرفته شود که با توجه به پیچیدگی های موضوع، از این مورد صرف نظر گردید، زیرا این مورد به تنهایی ظرفیت طرح شدن به عنوان یک طرح تحقیقاتی را دارد.

می توان گفت بدلیل بکارگیری شاخص های متفاوت در تحقیقات مختلف و دشواری تعیین درآمد به عنوان یک متغیر مهم و همسو نبودن میزان درآمد و سطح تحصیلات چندان روشن نیست. به همین علت تعیین پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد مورد بررسی بدرستی امکانپذیر نمی باشد و نیاز به شواهد بیشتر و مطالعات دقیق تر در این زمینه دارد.

بین سن افراد و تمایل به تناسب اندام رابطه معنی داری وجود ندارد. زنان متاهل نسبت به زنان مجرد تمایل بیشتری به تناسب اندام دارند. بنظر می رسد زنان بعد از متاهل شدن بدلیل تغییرات جسمانی ناشی از ازدواج و زایمان و از دست دادن شادابی دوران مجردی خود، به ورزش و فعالیت های بدنی و رژیم غذایی جهت بدست آوردن تناسب اندام دوران قبل از تاهل و زایمان خود روی می آورند.

زنان شاغل بیشتر تمایل به تناسب اندام دارند. تبلیغات رسانه ای مرتبط با تناسب اندام بر افرادی که تحصیلات پایین تری دارند موثرتر است. چون هدف تبلیغات رسانه ها برای ایجاد نیاز در عامه می باشد، و افراد با سطح تحصیلات بالاتر به هدف سازندگان و سفارش دهندگان این تبلیغات آگاهی بیشتری دارند، بطور معمول کمتر تحت تاثیر تبلیغات رسانه ای در این خصوص قرار می گیرند. زنانی که اقدام به تناسب اندام می کنند، خودشکوفاترند و از رشد معنوی بالاتری برخوردارترند. عادت های تغذیه ای زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است. فعالیتهای بدنی و ورزشی زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است. مسئولیت پذیری زنان بر میزان تمایل به تناسب اندام آنها موثر است. به عبارت دیگر زنانی که اقدام به تناسب اندام می کنند، مسئولیت پذیرترند.

روابط بین فردی مناسب بر تمایل به تناسب اندام موثر است. مد و مدگرایی یکی از انگیزه های زنان در تمایل به تناسب اندام است. زنانی که مدیریت استرس بهتری دارند، در حفظ تناسب اندام خویش موفق ترند.

پیشنهادها:

پیشنهادات پژوهشی:

پیشنهاد می گردد،

۱. فراوانی چاقی براساس سطح رفاه مورد بررسی قرار گیرد.
۲. تفاوت شیوه زندگی افراد از نظر رژیم غذایی و فعالیت بدنی شان در شهرنشینان و روستا نشینان مورد بررسی قرار گیرد.
۳. دلایل شیوع بالای چاقی شکمی در زنان ایرانی در مقایسه با همسالان غربی مورد مطالعه قرار گیرد.
۴. تحقیقی درباره تمایل زنان متاهل به تناسب اندام با توجه به سن همسرشان انجام پذیرد.
۵. در تحقیقی به عوامل مؤثر بر رفتارها یا عملکردهای تغذیه ای، نقش مادران و عملکرد تغذیه ای آنان در شکل گیری و ایجاد رفتارهای تغذیه ای مناسب در فرزندان مورد بررسی قرار گیرد.
۶. در تحقیقی نقش جو عاطفی حاکم بر خانواده با چاقی کودکان مورد بررسی قرار گیرد.

پیشنادهای اجرایی:

مداخلات خانواده محور: افراد خانواده بعنوان یک درمان گر در مورد چاقی هستند. همچنین مؤثرترین اصلاحات رفتاری در مورد افراد چاق، برنامه های اصلاح رفتار خانواده محور می باشد.

حمایت و تشویق اجتماعی یکی از اجزاء مهم و موفقیت آمیز در درمان و نگهداری کاهش وزن می باشد و باعث می شود افراد چاق در کاهش وزن موفق تر باشند. بنظر می رسد آموزش هرم غذایی یکی از روشهای تغذیه ای است که آموزش آن یک روش مناسب برای شناخت مواد غذایی است که به درمان چاقی کمک می کند.

منبع

۱. خواجه نوری، بیژن و همکاران (۱۳۹۰). سبک زندگی و مدیریت بدن. **فصلنامه علمی پژوهشی زنان**، سال دوم، شماره چهارم.
۲. رضایی و همکاران (۱۳۸۹). مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی، در بین دختران دانشگاه مازندران، **مجله زنان**.
۳. فاضلی، محمد (۱۳۸۲). **مصرف و سبک زندگی**، قم، صبح صادق.
۴. کسل، فیلیپ (۱۳۸۳). **چکیده آثار آنتونی گیدنز**، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، تهران، ققنوس.
۵. گافمن، اروینگ (۱۳۸۶). **۵۰ ننگ: چاره‌اندیشی برای هویت ضایع شده**، ترجمه‌ی مسعود کیان‌پور؛ تهران، مرکز.
۶. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). **تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران، نی.
۷. مداح، محسن (بی تا). مروری بر عوامل مرتبط با چاقی در بزرگسالان ایران. **فصلنامه علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران**، سال هفتم، شماره یک.
۸. مهدوی، محمدصادق و عباسی اسفجیر، علی اصغر (۱۳۸۹). بررسی میزان تمایل به مدیریت بدن و کنترل اندام و عوامل موثر بر آن، سایت SID.
۹. محمدی زیدی و همکاران (۱۳۹۰). روایی و پایایی نسخه فارسی پرسشنامه سبک زندگی ارتقاء دهنده سلامت، **مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران**، دوره بیست و یکم، ویژه نامه ۱.