

Research Paper

Sociological Explanation of factors Influencing the Body management of Women in Sanandaj (Study case: Women aged 25 to 45 Living in Sanandaj)

Parastoo Maleki¹, Hossein Dehghan^{2*}, Talieh Khademian³

1. Ph.D. student of Cultural Sociology, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

3. Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

Received: 2023/08/14

Revised: 2024/03/03

Accepted: 2024/04/14

Use your device to scan and read the article online



DOI:

[10.30495/jzvj.2024.32260.4047](https://doi.org/10.30495/jzvj.2024.32260.4047)

Keywords:

Body Management, Differentiation, Social Acceptance, Dignity Seeking, Gender Identity

Abstract

Introduction: Body management; handling, manipulating and paying attention to the body is influenced by different factors and this research tries to explain the body management and external factors affecting the body management of women in Sanandaj city. The theoretical framework of this research is based on the theories of Anthony Giddens and Erving Goffman.

Methods: The survey research method and the research tool is a researcher-made questionnaire and the sample size is equal to 441 women aged 25 to 45 living in Sanandaj city, who were selected through multi-stage cluster sampling.

Findings: According to the results, there is a significant relationship between body management and social acceptance, dignity, discrimination and gender identity, and according to the regression test; Seeking dignity has the greatest impact on the formation of body management. In fact, from the point of view of the respondents, manipulation and adjustment of the body is a tool to receive approval and social acceptance, so that it can present a new and popular identity with a distinctive body and appearance.

Final result: With this research, it can be concluded that, on the one hand, body management is an opportunity to improve the physical condition and health and adopt a healthy lifestyle, and on the other hand, it is a threat to health and adopting an unhealthy and pretentious lifestyle, and the important thing is how to take advantage of this opportunity with Paying attention to the interest and belonging of Sanandaji women to the clothing style, eating style and ethnic style of consumption is to empower and display the art and ethnic identity to improve the status of Sanandaji women. For this purpose, the officials should take advantage of this opportunity to introduce and model by increasing awareness and preparing the platform and conditions.

Citation: Maleki P, Dehghan H, Khademian T, Sociological explanation of factors influencing the body management of women in Sanandaj(Study case: women aged 25 to 45 living in Sanandaj), Quarterly Journal of Women and Society. 2024; 15 (58): 145-158.

***Corresponding author:** Hossein Dehghan

Address: Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Tell: 09304790426

Email: maghalehh.projeh@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

The body is the current language of each person's identity and society with the methods and skills it has provided to women, has enabled them to introduce themselves to others through their bodies and create a pleasant image of themselves. The body has been formed in all eras based on society's values and lifestyles and the style of clothing, make-up and nutrition are symbolic forms of physical life, through which people are improving the appearance of the body and complying with cultural and social expectations and women always pay more attention to body management according to their existential nature and sensitivity and gender and social outlook and the feminization of beauty under the influence of modernity has caused cultural pressure on women to act for beautification. Women living in Sanandaj city try to create a distinct self through body management, which represents their social identity and the opinion of others towards them.

Methods

This research is applied in terms of purpose, descriptive and correlational and survey in terms of data collection method. The statistical population of this research includes women aged 25 to 45 living in Sanandaj, which according to the statistics center, is equal to 152,879 people and the sample size is 441 people based on Cochran's formula and by removing outlier data, which was selected as a multi-stage cluster sampling. Sanandaj is randomly populated; Mubarak Abad, Meraj and Ghafoor and from the 5th region of Sanandaj, the neighborhoods of Saadi, Shalman and Vilashahr were selected and in each neighborhood, 75 women who were in the age group of 25 to 45 years were selected equally. In general, a questionnaire has been presented to 450 people and the research instrument of the questionnaire was made by a researcher and its validity was checked based on its face validity and reliability in accordance with Cronbach's alpha, which according to Cronbach's alpha coefficient, the reliability of the variable items of the research is above 0.70 and acceptable. Body

management in this research is based on the factors of weight control (through exercise, diet and medicine), medical manipulation (surgery), the importance of health care and cosmetics (daily bathing, hairdressing, makeup or face correction, use of perfume and cologne.) in two dimensions; 1- appearance management (based on grooming and the use of various types of surgery and tools to increase appearance beauty in two uses after the show and surgery and beauty) and 2- body fitness (through Attention: diet, sports suitable for body beauty, use of sports equipment, tendency to aerobic exercise and dance, use of diet or slimming drugs and use of low-fat foods and nutritious oils) have been measured.

Findings

According to the opinion of the majority of the respondents, the level of attention to the appearance and beauty of the body, body management (49.2%) is average and the level of acceptance (44.7%) is high, which means it is more accepted and accepted by groups, peers and society.

The degree of differentiation of most of the respondents is in the average level (45.8%), which means that the respondents have a tendency to choose a leisure style and identity and a distinctive appearance for their display and appearance and the level of dignity of the majority of the respondents is in the average level (40.8%), which means that to some extent Respondents express themselves through appearance and luxury to show their dignity and the amount of attention and importance of gender identity (54.6%) is high. According to the Pearson test results, in the 95% confidence interval and $\text{sig}=0.000$ significance level, between body management and social acceptance ($r=0.396$), body management and dignity seeking ($r=0.455$), body management and differentiation seeking ($r=0.528$) and gender identity ($r=0.362$) has a positive and significant relationship. In other words, people who have a greater desire and interest in accepting and approving others, self-expression in public and displaying a distinctive and special appearance and want to display their dignity or achieve a higher dignity and position through body management and the gender view of others. to change themselves and show a

desirable feminine image of themselves in order to leave a favorable position and face, they pay more attention to the appearance and style of nutrition and fitness, i.e., their bodies and the acceptance and type of approval and social acceptance among friends. It has the greatest effect on attention to the body. Based on the results of regression coefficients, it is $R^2=0.437$. That is in fact, 43% of body management is explained by dignity, gender identity and differentiation and differentiation has the most direct effect on body management. Based on the regression model; The direct effects of the variables on body management are differentiation ($b=0.448$), gender identity ($b=0.380$) and social status ($b=0.138$) and the most direct effect is related to differentiation and the indirect effects of the variables on body management respectively. prestige seeking ($b=0.273$), social acceptance ($b=0.213$) and gender identity ($b=0.016$) and the variable of social acceptance is an external variable and the most indirect effect is related to the prestige seeking variable.

Discussion

In general, dealing with the appearance and regulation and management of the body is a tool to introduce a distinct, special face and gain and display social dignity to present an accepted and accepted identity. Management is the product of society's views and values. For this purpose, people have to constantly design their bodies and our body image is formed based on the judgment and acceptance of others. In fact, the form of clothing, make-up and appearance management is an indicator of personal and social identity, which is made and discussed in feedback and interaction with others and each person manages the body to provide a better and more social identity. In this regard, we must change the gender view of women in the definition and introduction of her empowerment, so that we can use body management to model and change the style of clothing and make-up and nutrition based on the local standards of the people of Sanandaj and a healthy lifestyle.

Conclusion

In general, dealing with the appearance and regulation and management of the body is a tool to introduce a distinct, special face and gain and display social dignity to present an accepted

and accepted identity. Management is the product of society's views and values. For this purpose, people have to constantly design their bodies and our body image is formed based on the judgment and acceptance of others. In fact, the form of clothing, make-up and appearance management is an indicator of personal and social identity, which is made and discussed in feedback and interaction with others and each person manages the body to provide a better and more social identity. In this regard, we must change the gender view of women in the definition and introduction of her empowerment, so that we can use body management to model and change the style of clothing and make-up and nutrition based on the local standards of the people of Sanandaj and a healthy lifestyle.

Ethical Considerations

The principle and condition of the participants' entry into the survey plan was their desire and confidentiality of their names and personal information and even in the field plan, address registration was avoided.

Following the principles of research ethics: All ethical points such as honesty, convenience and trustworthiness, respect for politeness and without looking at values in answering and respecting the respondent's privacy have been taken into consideration by the researcher and questioner.

Compliance with ethical guidelines

All respondents in the survey have agreed to participate in this study, trusting the confidentiality and anonymity of the responses.

Funding

All the costs and financial resources of the research and the publication of the article were entirely borne by the author and no financial support was received.

Authors' contributions

The article is taken from the doctoral thesis of the first author of the article. Conflict of interest: According to the authors of the article, there is no conflict of interest.

Conflicts of interest

This article is taken from a doctoral thesis entitled "Study of body management in

women of Sanandaj city and its effect on social identity from their point of view" (Department of Cultural Sociology, Faculty of Humanities, Islamic Azad University,

North Tehran Branch, Iran). This research does not conflict with organizational and personal demands and interests.

مقاله پژوهشی

تبیین جامعه شناسی عوامل اثرگذار بر مدیریت بدن زنان سنندج
(مورد مطالعه: زنان ۲۵ تا ۴۵ سال ساکن شهر سنندج)پرستو ملکی^۱، حسین دهقان^{۲*}، طلحه خادمیان^۳

۱. دانشجوی مقطع دکترا جامعه شناسی فرهنگی، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

۲. استادیار گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

۳. استادیار گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

چکیده

هدف: مدیریت بدن؛ رسیدگی، دستکاری و توجه به بدن است که تحت تاثیر عوامل متفاوت است و این پژوهش درصدد تبیین مدیریت بدن و عوامل ظاهری اثرگذار بر مدیریت بدن زنان شهر سنندج است. چارچوب نظری این تحقیق مبتنی بر نظریات آنتونی گیدنز و اروینگ گافمن است.

روش: روش تحقیق پیمایشی و ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است و حجم نمونه برابر با ۴۴۱ نفر از زنان ۲۵ تا ۴۵ سال ساکن شهر سنندج که از طریق نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شده اند.

یافته ها: طبق نتایج بین مدیریت بدن و پذیرش اجتماعی، منزلت طلبی، تمایز طلبی و هویت جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد و طبق آزمون رگرسیون؛ منزلت طلبی بیشترین تاثیر را بر شکل دهی مدیریت بدن دارد. در واقع دستکاری و تنظیم بدن از دیدگاه پاسخگویان، ابزاری برای دریافت تایید و مقبولیت اجتماعی است، تا بتواند با بدن و ظاهری متمایز هویت نو و عامه پسند ارائه کند.

نتیجه نهایی: با این پژوهش می توان نتیجه گفت، مدیریت بدن از یک سو فرصتی برای بهبود وضعیت جسمانی و سلامتی و اتخاذ سبک زندگی سالم و از سوی دیگر تهدیدی برای سلامتی و اتخاذ سبک زندگی ناسالم و تظاهرگونه است و نکته مهم شیوه بهره مندی از این فرصت با توجه به علاقه و تعلق زنان سنندجی به سبک پوششی، سبک تغذیه و سبک مصرفی قومی جهت توانمندسازی و نمایش هنر و هویت قومی برای ارتقاء جایگاه زنان سنندجی است. به همین منظور باید مسئولین با افزایش آگاهی و مهیا کردن بستر و شرایط از این فرصت، برای معرفی و الگوسازی بهره بگیرند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۳

تاریخ داوری: ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۲۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

[10.30495/jzv.2024.32260.4047](https://doi.org/10.30495/jzv.2024.32260.4047)

واژه های کلیدی:

مدیریت بدن، تمایز طلبی، پذیرش اجتماعی، منزلت طلبی، هویت جنسیتی

* نویسنده مسئول: حسین دهقان

نشانی: استادیار گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

تلفن: ۰۹۳۰۴۷۹۰۴۲۶

پست الکترونیکی: maghalehh.projeh@gmail.com

مقدمه

بدن انسان، شاخص‌ترین تظاهر بیرونی است که در دنیای امروز مبنای پذیرش اجتماعی قرار می‌گیرد و نگرانی از بابت نداشتن اندامی موزون، بد شکل و نازیبا موجب دغدغه خاطر افراد از حیث عدم پذیرش اجتماعی شده است. از آنجا که زنان در مقایسه با مردان نسبت به وضع زیبایی و ظاهری خود حساسیت بیشتری نشان می‌دهند، این توجه فراوان آنان را مجبور می‌کند تا رفتارهایی گاه افراطی به منظور زیبایی چهره و اندام خود در پیش گیرند که این نوع نگاه پیامدهای بدی را به بار می‌آورد (۱). همه ما به عنوان انسان، صاحب پیکر هستیم. بدن محور رابطه با جهان است و مکان و زمانی است که هستی از خلال تصویر ویژه یک کنشگر اجتماعی تجسم می‌یابد. بدن از تجربه‌های اجتماعی ما و همچنین از هنجارها و ارزش‌های گروه‌هایی که به آن تعلق داریم، تأثیر زیادی می‌پذیرد (۲). در واقع امروزه، جسم و ظاهر، به یک اصل هویتی در میان زنان بدل شده است و آنها به هر سختی تن در می‌دهند تا به بدن جذاب دست یابند و از بدن برای معرفی و ورود به اجتماع استفاده کنند.

بدن انسانی در تمامی ادوار براساس ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی و سبک‌های زندگی شکل یافته و دائماً در حال تغییر است. سبک پوشش، آرایش و سبک تغذیه و مدیریت ظاهری، شکل‌های نمادین زندگی است که افراد به واسطه آن در حال بهبود کیفیت ظاهری بدن و همراهی با انتظارات فرهنگی و اجتماعی هستند و در این بین زنان به دلیل ماهیت وجودی و نگاه جنسیتی و اجتماعی، به بدن و ظاهر خود، توجه بیشتری می‌نمایند و برای بهبود و تغییر وضعیت ظاهری خود از هر ابزار و شیوه-ای استفاده می‌کنند، میزان استفاده از محصولات آرایشی و بهداشتی، تنوع طلبی و تغییر در سبک پوششی و استقبال از جراحی زیبایی و روی آوردن به ورزش‌های هوازی، پیلاتس، رقص و ... همه بیانگر دغدغه و دل‌نگرانی زنان نسبت به ظاهرشان است.

در واقع نوع مدیریت کردن ظاهر بدن به منزله یک معرف هویتی در برداشت افراد از خویشتن خود و قضاوت دیگران در مورد نمای ظاهری آنها نقش کلیدی دارد و قضاوت و تایید دیگران باعث شده است که افراد بدنی‌هایی به لحاظ اجتماعی مقبول و شبیه بهم بسازند، چنانکه برای زنان، داشتن بدنی جذاب تداعی کننده جوانی، موفقیت شغلی و مهارت اجتماعی است (۳). مدیریت بدن از جمله رفتارهای اجتماعی است که زنان ساکن شهر سنندج از طریق آن سعی می‌نمایند خود متمایز بیافرینند و سلیقه و ذوق آنها در مدیریت بدن، نمایانگر هویت اجتماعی و پنداشت دیگران نسبت به آنها است. چنانکه نرینی و همکاران^۱ (۲۰۱۹) معتقدند سبک پوششی و آرایشی، شیوه‌ای برای خودابرازی و نمایش خود ایده‌آل جهت کسب محبوبیت است (۴). از نظر ایلواری و ادیسی (۱۳۹۹) زنان به واسطه تابوهای اجتماعی و فشارهای هنجاری و نگاه ابزاری به زن، بیشتر از مردان مجبورند، به طراحی و اصلاح تصویری ذهنی خود بپردازند و تصویری مطلوب‌تر از خود نشان دهند تا در خانواده و اجتماع مورد حمایت و پذیرش قرار

بگیرند و دستیابی به زیبایی، زنان را به سمت جراحی و زندگی مصرفی سوق داده است (۵). مدیریت بدن، یک تصور ذهنی از بدن توسط فرد است و به دریافت و احساس وی از بدن خودش اشاره دارد (۶). پژوهش‌های زیادی در حوزه مدیریت بدن صورت گرفته است؛ اما در این مقاله، تنها به پژوهش‌هایی که با نگاه اجتماعی به مقوله مدیریت بدن و عوامل ترغیب کننده و اثرگذار همسو با فرضیات پژوهش پرداختند، اشاره شده است، چنانکه افشانی و همکاران (۷) ۱۴۰۱، جهان پرور و عشایری (۸) ۱۴۰۰، قاضی و همکاران (۹) ۱۴۰۰، ایلواری و ادیسی (۱۰) و روزاریا جولی و جولی (۱۱) ۲۰۲۰ معتقدند پذیرش اجتماعی و دریافت تایید دیگران عامل تحریک کننده و اثرگذار در پرداختن به بدن و مدیریت بدن است و همچنین جهان پرور و عشایری (۸) ۱۴۰۰، ایلواری و ادیسی (۱۰) و قاضی و همکاران (۹) ۱۴۰۰ به نقش تمایز طلبی در مدیریت بدن نیز اشاره کرده‌اند که افراد به واسطه ظاهر یا اندام (مدیریت بدن) در پی دستیابی به تصویر متفاوت و وجهه متمایز جهت برتری و جلوه‌گری هستند. نتایج پژوهش دانش مهر و حسن خانی (۱۲) ۱۴۰۰، استولوی (۱۳) ۲۰۲۱، کینگ گونگ^۴ و همکاران (۱۴) ۲۰۱۸ و کرلیسر و روبلدو (۱۵) ۲۰۱۸ هم به نقش منزلت‌طلبی و دستیابی یا اصلاح جایگاه منزلتی توسط مدیریت بدن تاکید دارند.

بدن بخشی مهم از زندگی فردی و اجتماعی است که این امکان را برای زنان جهت معرفی به حالت درخواستی یا واقعی در تعامل با دیگران فراهم می‌سازد، بدن زبان جاری هویت هر فرد است و از سویی جامعه با شیوه‌های معین، روش‌ها و مهارت‌هایی که در اختیار زنان قرار داده است، آنها را قادر ساخته تا خود را به واسطه بدن به دیگران معرفی کنند. در واقع مدیریت بدن بیانگر نگاه هویتی به زنان در جامعه است. با مطالعه مدیریت بدن و عوامل سازنده بدن از نگاه زنان سنندج (۲۵ تا ۴۵ سال) می‌توان دریافت که انگیزه آنها از پرداختن به بدن چیست و از چه شیوه‌ای برای مدیریت و تنظیم بدن استفاده می‌کنند تا هویت خود را به نمایش بگذارند. در این پژوهش بدون نگاه ارزشی سعی بر آن شده است که به مدیریت بدن با نگاهی عام و به عنوان یک ضرورت انسانی نه یک عامل تجویزی و تحمیلی نگریسته شود تا دریابیم زنان ساکن سنندج چقدر به بدن، سبک پوشش، آرایش و سبک تغذیه خود اهمیت می‌دهند و معیارهای انتخابی آنان چیست.

دیدگاه نظری

بدن ویرترین نمایشی هویت ظاهری فرد است و افراد، بدن و ظاهر خود را بر اساس آینه ذهنی دیگران می‌سازند و مطابق قضاوت ذهنی دیگران و برای پذیرش و مقبولیت اجتماعی دست به تنظیم و دستکاری بدن می‌زنند (۱۶). مدیریت بدن؛ سبک پوششی و تغذیه، شیوه مراقبت از بدن است. ظواهر و شمایل بدنی و تصویری که فرد از خود به نمایش می‌گذارد همان قالب بیرونی فرد است که بیانگر هویت اوست. به اعتقاد گیدنز^۶ سبک پوشش، آداب و رسوم غذا خوردن در نفس خود نمایشگاهی

- 4- Qingqing
- 5- ChrislerRobledo
- 6- Giddens

- 1- Nerini & etal
- 2- Rosaria & Juli
- 3- Stolovy

و ارائه تصویری مطلوب و کسب منزلت و ساخت هویت اجتماعی است (ارتباط منزلت، تمایزطلبی با مدیریت بدن).

روش پژوهش و ابزار پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی و همبستگی، از نظر شیوه گردآوری داده‌ها پیمایشی و از نوع متغیرهای مورد بررسی، کمی است. جامعه آماری این تحقیق شامل زنان ۲۵ تا ۴۵ سال ساکن سنندج که طبق گزارش مرکز آمار برابر ۱۵۲۸۷۹ نفر است و حجم نمونه در این تحقیق بر اساس فرمول کوکران و با احتساب ضریب خطا ۴۵۰ نفر شد که بعد از حذف داده‌های پرت تحلیل‌ها بر اساس نمونه ۴۴۱ نفری صورت گرفت است. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. که به صورت تصادفی با توجه به جایگاه منطقه‌ای از منطقه ۱، محله مبارک‌آباد، معراج و غفور و از منطقه ۵، محله شهرک سعدی، شالمان و ویلاشهر را انتخاب کردیم و در هر محله به طور مساوی با ۷۵ نفر پرسشنامه پر کردیم. در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده (روایی صوری) و پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ سنجیده شده است که با توجه به نتایج جدول (۱) ضریب آلفای بالای ۷۰ درصد بوده و پایایی متغیرها تایید شده است.

جدول ۱- آزمون آلفای کرونباخ

متغیرها	تعداد سوال / گویه	مقدار آلفای کرونباخ
مدیریت بدن	۳۷	۰/۸۱۱
پذیرش اجتماعی	۱۵	۰/۷۸۹
تمایز طلبی	۱۷	۰/۸۲۴
منزلت طلبی	۱۲	۰/۷۵۸

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

مدیریت بدن: مدیریت بدن به معنای نظارت و دستکاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است (۲۱). مدیریت بدن به کمک معرف‌های کنترل وزن (از طریق ورزش، رژیم غذایی و دارو) دستکاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی (استحمام روزانه، آرایش مو، آرایش یا اصلاح صورت، استفاده از عطر و ادکلن و...) در دو بعد؛ ۱- مدیریت ظاهری (بر اساس پیراستگی و استفاده از انواع جراحی و ابزارها برای افزایش زیبایی ظاهری در دو بعد مصرف نمایی و جراحی و زیبایی) و ۲- تناسب اندام (از طریق توجه به رژیم غذایی، ورزش‌های متناسب با زیبایی اندام، استفاده از وسایل ورزشی، گرایش به ورزش‌های هوازی، یوگا و رقص، استفاده از رژیم‌ها یا داروهای لاغری و استفاده از غذاهای کم کالری و روغنی‌های مغذی) سنجیده شده است.

از عادت‌های آیینی است؛ اما بر شکل و شمایل بدنی تأثیر می‌گذارند و احتمالاً اطلاعاتی نیز درباره‌ی پیشینه شخص و در مورد تصویری که از خود ساخته و پرداخته است، ارائه می‌دهد (۱۷). گیدنز همچنین معتقد است، در دنیای مدرن بدن انسان درگیر سازمان‌بازاندیشانه زندگی اجتماعی شده است و در این سیستم ما نه تنها مسئول طراحی خود هستیم، بلکه همچنین باید در ارتباط با دیگران بدن‌هایمان را نیز طراحی کنیم. بدن از نظر او جزئی از یک نظام کنشی است و نه صرفاً یک شی منفعل. همچنین نظارت بر فرایندهای جسمانی و رصد کردن مداوم صورت و تصویرهای بدن از ویژگی‌های دنیای مدرن است که فرد برای حضور و ارائه نمایش بی‌نقص از خود باید دائم به بازسازی تصویر ظاهری خود بپردازد (۱۸).

از نظر گافمن^۱ مدیریت بدن یک نوع هنجارشکنی و تمایز طلبی و نمایش هویت دلخواه فرد است که در قیاس با دیگران و برای نمایش تمایز و برتری او شکل گرفته است و تفاوت‌های ظاهری ناشی از شیوه‌های مدیریت بدن، معرف فرد است، برای همین افراد از الگوهای جدید و متمایز استفاده می‌کنند تا بیشتر جلوه‌گری نمایند و در صحنه اجتماعی تصویر مطلوب و خواستنی‌تری از خود ارائه دهند (۱۹). از دید او عاملان بدنی یا جسمی نیز رأی جمع‌کن‌هایی هستند که با توسل به همه روش‌های علامت‌دهی اجتماعی سعی دارند، نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی، معرف‌های تجسد یافته منش و منزلت هستند که می‌توانند توسط دیگر کنشگران تفسیر شوند و بدن دارایی مادی افراد است، دارایی که افراد به منظور انجام تعامل، آن را کنترل می‌نمایند و نمایش می‌دهند و افراد بدن‌هایشان را بر اساس فرهنگ لغات زبان بدنی مشترک نمایش داده و مدیریت می‌کنند و بدن واسطه روابط بین هویت شخصی و هویت اجتماعی می‌شود، در نتیجه معانی اجتماعی که به نمایش و عرضه بدنی نسبت داده شده، یک عامل مهم در احساس افراد نسبت به خود و ارزش درونی آنها است (۲۰). گافمن، آدم‌ها را بازیگرانی می‌داند که درحال ایفای نقش‌های متعدد در صحنه‌ی زندگی هستند. افرادی که روی صحنه‌ی زندگی نقش را بازی می‌کنند، درکی از دیدگاه‌ها و نظرات مخاطب خود دارند و تلاش می‌کنند تا نقش مناسبی را که مخاطبشان انتظار دارد به نمایش گذارند و آرایش و دستکاری ظاهری نقابی است که افراد برای ترس از دست دادن شأن اجتماعی و داغ ننگ خوردن از آن بهره می‌گیرند تا نمایش تمام عیار از خود به واسطه بدنشان به اجرا بگذارند (۱۹).

به طور کلی از نظر گیدنز، فرد با دستکاری ظاهری و تغییر سبک پوششی، سبک تغذیه و تغییر شیوه مراقبت و رسیدگی به بدن و ایجاد ظاهری متمایز و خلاقانه، خودآرایی و تزئین بدن به دنبال خودآرایی و ارائه تصویر مطلوب جهت پذیرش اجتماعی و تایید هویتی از سوی گروه خاص یا اجتماع است (ارتباط پذیرش، هویت جنسیتی و تمایز با مدیریت بدن) از نظر گافمن هم فرد برای دستیابی به تصویر ایده‌آل و فرار از واقعیت و ترس از برچسب خوردن (طرد شدن) به خودنمایی و مدیریت بدن روی می‌آورد و نمایش بدن وسیله‌ای برای خودآرایی (تمایزطلبی)

آن را ترجیح می‌دهند (۲۵). منزلت‌طلبی بر اساس جایگاه و حیثیتی است که فرد در توجه به ظاهر و مصرف کالا در دو بعد - خودابرازی (نمایش جایگاه و موقعیت ظاهری) و ۲- تجمل‌گرایی (تمایل به مصرف کالای لوکس و مصرفی، تنوع در پوشش و خودآرایی) سنجیده شده است.

- هویت جنسیتی: هویت جنسیتی آن بخش از رفتار و نگرش فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تاثیر شرایط فرهنگی و اجتماعی شکل می‌گیرد (۲۶). بر اساس نوع نگاه زن نسبت به جایگاه و توانایی خود در جامعه در دو بعد - نگرش (شأن و احترام زن) و ۲- عملکرد (اعتقاد به توانایی و عملکرد زنان) سنجیده شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج پژوهش از نظرسنجی از ۴۴۱ نفر از زنان ۲۵ تا ۴۵ سال ساکن شهر سنندج بدست آمده است.

براساس نتایج جدول ۲: میزان توجه به زیبایی ظاهری و تناسب بدن یعنی مدیریت بدن (۴۹/۲٪)، میزان منزلت‌طلبی (۴۰/۸٪) و تمایزطلبی (۴۵/۸٪) در حد متوسط است و میزان پذیرش اجتماعی (۴۴/۷٪) و اهمیت به هویت جنسیتی (۵۴/۶٪) در حد زیاد است.

- پذیرش اجتماعی: پذیرش اجتماعی شامل پذیرش تکثر با دیگران، اعتماد به خوب بودن ذاتی دیگران و نگاه مثبت به ماهیت انسان‌ها است که همگی آنها باعث می‌شوند فرد در کنار سایر اعضای جامعه انسانی، احساس راحتی کند (۲۲). منظور از پذیرش بدن در اجتماع، اشکال و تظاهرات خاص تن از حیث وضعیت ظاهری، آرایشی و پوششی است که در نظام اجتماعی مورد پذیرش می‌باشد (۲۳). در این پژوهش پذیرش اجتماعی در سه بعد: ۱- پذیرش عمومی، ۲- پذیرش در بین همسالان ۳- پذیرش سازمانی، با نگاه جنسیتی و زیبایی‌ظاهری و اندامی به عنوان شاخص فرد برتر و مورد اقبال سنجیده شده است.

- تمایز طلبی: تمایز بیانگر میزان توانایی فرد در تفکیک فرایندهای عقلانی و احساسی از یکدیگر است (۲۴). تمایز طلبی در این پژوهش بر اساس تمایز فرد با توجه به نگاه ظاهری و بدنی و انگیزه درونی آن در سه بعد: ۱- تمایز فراغتی (توجه به ظاهر و سبک پوششی بخشی از تفریح و سرگرمی فردی است)، ۲- تمایز هویتی (پیروی از برند به انگیزه ساخت و تولید چهره و شخص خاص و متفاوت) و ۳- تمایز اعتراضی و عاطفی (توجه به سبک پوششی و آرایشی برای خاص بودن و نشانگر اعتراض به وضعیت موجود است) سنجیده شده است.

- منزلت‌طلبی: قضاوتی است که به موجب آن جامعه، حیثیت و محبوبیت بیشتری به موقعیت یا پایگاه اجتماعی خاص پیدا می‌کنند و

جدول ۲- توزیع درصدی متغیرهای مستقل

متغیر	میانگین	میان	نما	انحراف معیار	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
مدیریت بدن	۹۸/۴۷	۹۸	۹۶	۲۵/۳۲	۰/۵	۱۴/۷	۴۹/۲	۳۲/۲	۳/۴
پذیرش اجتماعی	۳۳/۷۷	۳۵	۴۳	۱۱/۸۳	۴/۱	۱۵/۴	۳۵/۸	۳۶/۱	۸/۶
تمایز اجتماعی	۳۰/۹۶	۳۱	۳۳	۱۰/۸۰	۴/۸	۳۱/۵	۴۵/۸	۱۵/۴	۲/۵
منزلت طلبی	۲۲/۶۵	۲۳	۲۵	۸/۶۴	۶/۴	۳۰/۴	۴۰/۸	۱۸/۸	۳/۶
هویت جنسیتی	۴۵/۴۸	۴۵	۳۶	۱۰/۸۸	-	۵/۲	۴۰/۱	۳۷/۴	۱۷/۲

سبک تغذیه و تناسب اندام یعنی بدن خود توجه می‌کنند و به دستکاری و تزئین بدن و ظاهر خود می‌پردازند.

طبق نتایج جدول (۳) در فاصله اطمینان ۹۵٪ و سطح معناداری $\text{Sig}=0/000$ بین مدیریت بدن و متغیرهای مستقل؛ پذیرش اجتماعی ($F=0/396$)، منزلت طلبی ($F=0/455$)، تمایزطلبی ($F=0/528$) و ($F=0/362$) رابطه مثبت و معناری داری وجود دارد. به عبارتی افرادی که تمایل بیشتری به دریافت و مقبولیت و خودابرازی و خوداظهاری و اصلاح نگاه جنسیتی و دریافت تایید جنسیتی هستند بیشتر به ظاهر و

جدول ۳- آزمون پیرسون بین مدیریت بدن و متغیرهای مستقل

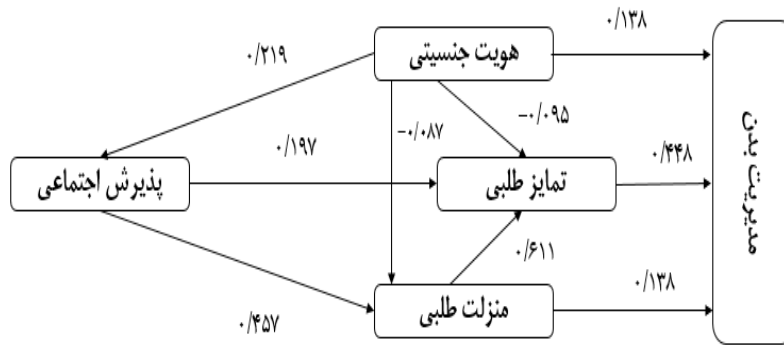
متغیر	متغیر	مدیریت ظاهری	تناسب اندام	مدیریت بدن
پذیرش سازمانی	r	۰/۳۰۲	۰/۳۱۹	۰/۳۴۸
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
پذیرش همسالان	r	۰/۳۲۲	۰/۳۱۳	۰/۳۵۴
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
پذیرش عمومی	r	۰/۳۱۵	۰/۳۰۵	۰/۳۴۵
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
پذیرش اجتماعی	r	۰/۳۵۶	۰/۳۵۳	۰/۳۹۶
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
خودابرازی	r	۰/۴۴۳	۰/۳۳۰	۰/۴۲۳
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تجمل‌گرایی	r	۰/۳۷۶	۰/۳۶۹	۰/۴۱۵
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
منزلت‌طلبی	r	۰/۴۴۷	۰/۳۷۷	۰/۴۵۵
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تمایز فراغتی	r	۰/۴۹۰	۰/۴۰۹	۰/۴۹۶
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تمایز هویتی	r	۰/۴۹۸	۰/۴۰۵	۰/۴۹۷
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تمایز اعتراضی	r	۰/۳۵۳	۰/۲۴۷	۰/۳۲۷
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تمایز طلبی	r	۰/۵۲۸	۰/۴۲۵	۰/۵۲۸
	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نگرش	r	۰/۳۲۸	۰/۴۰۱	۰/۴۲۱
جنسیتی	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
رفتار	r	۰/۱۹۵	۰/۲۶۱	۰/۲۶۰
جنسیتی	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
هویت	r	۰/۲۸۱	۰/۳۵۸	۰/۳۶۲
جنسیتی	sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

رگرسیون خطی دارد. با توجه به نتایج جدول (۴)، $R^2=0/437$ است. یعنی در واقع مدیریت بدن به میزان ۴۳ درصد توسط منزلت‌طلبی، هویت جنسی و تمایز طلبی تبیین می‌شود و تمایز طلبی بیشترین اثر مستقیم را بر مدیریت بدن دارد.

برای سنجش تاثیر متغیرهای مستقل بر مدیریت بدن، از تحلیل رگرسیون استفاده شده است تا مشخص شود هر یک از متغیرها کنار هم بر روی متغیر وابسته به چه میزان و به چه نحو تاثیر دارد. برای این کار از روش گام به گام استفاده گردید که غرابتی نزدیک به مدل

جدول ۴- ضرایب رگرسیونی مربوط به مدل‌های پیش‌بینی شده

Sig	Standardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		Model	R ²
	T	Beta	Std Error	B		
۰/۰۹۲	۱/۶۹۱	۰/۱۳۸	۹۶	۹/۱۳۹	عدد ثابت	۰/۴۳۷
۰/۰۰۶	۲/۷۴۶		۴۳	۰/۴۰۳	منزلت طلبی	
۰/۰۰۰	۱۰/۵۶۳	۰/۳۸۰	۳۳	۱/۱۱۶	هویت جنسیتی	
۰/۰۰۰	۸/۹۳۷	۰/۴۴۸	۲۵	۱/۰۵۱	تمایز طلبی	



نمودار ۱- مدل تحلیل رگرسیون

(۱۴۰۰)، قاضی و همکاران (۱۴۰۰)، ایلواری و ادیسی (۱۳۹۹)، استولوی (۲۰۲۱) و کینگ گونگ و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. از نظر دانش مهر و حسن خانی (۱۴۰۰) و استولوی (۲۰۲۱) شیوه و سبک پوششی زنان به عنوان یکی از ابعاد مدیریت بدن، بیانگر تمایز اجتماعی و مصرف‌نمایی است که فرد برای نمایش خود از آن بهره می‌گیرد. پوشیدن لباس‌های مارک و متمایز هم بیانگر منزلت و جایگاه اقتصادی- طبقاتی و هم روحیه استقلال‌طلبانه و زندگی مصرفی و خاص زنان است و کسب منزلت مهم‌ترین عامل در تغییر و روی آوردن به سبک پوششی خاص است. از منظر گیدنز نوع سبک پوشش و تغذیه و آرایش فرد بیانگر منزلت و طبقه انتسابی یا اتخاذی فرد است و گافمن بدن را فرصتی برای جایجایی و ورود به جایگاه منزلتی برتر می‌داند. از دیگر یافته‌های پژوهش رابطه بین تمایز طلبی و مدیریت بدن (۱۴۰۱) است که با نتایج تحقیقات افشانی و همکاران (۱۴۰۱)، جهان پرور و عشایری (۱۴۰۰) و قاضی و همکاران (۱۴۰۰) همخوانی دارد. از نظر قاضی و همکاران (۱۴۰۰) ساخت بدن متمایز و خاص بیشتر نظر دیگران را جلب می‌کند. به اعتقاد گافمن مدیریت بدن برای رهایی از تصویر بدنی منفی و ارائه تصویر مثبت و متمایز است. گیدنز هم، گرینش سبک پوششی و تغذیه و استفاده از کالاهای لوکس را نشانه منزلت و تمایز طلبی فرد و روشی اعتراضی بر اثبات فرد در جامعه می‌داند.

همچنین بین هویت جنسیتی و مدیریت بدن (۳۶۲/۱=۱) رابطه وجود دارد که با نتایج تحقیقات دانش مهر و حسن خانی (۱۴۰۰) و کینگ گونگ و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. از نظر دانش مهر و حسن خانی، میزان دستکاری ظاهری بخصوص به واسطه جراحی برای ساختن ظاهری مطلوب برای دستیابی به جایگاه هویتی جدید است تا نظر دیگران را جلب کند، از دیدگاه گیدنز دستکاری و حفاظت از بدن (مدیریت بدن) تصویری هویتی و نمایشی است و هویت اجتماعی ویژگی بازتابانه دارد که فرد به تناسب تغییرات باید هویت پویا داشته باشد و تصویری نو بسازد. از نظر او ما نه تنها مسئول طراحی خود هستیم بلکه همچنین باید در ارتباط با خود بدن‌هایمان را نیز طراحی کنیم و از این منظر هویت محصول نگاه ارزشی جامعه است.

بر اساس مدل رگرسیون که در نمودار (۱) مشاهده می‌کنید، اثرات مستقیم متغیرها بر مدیریت بدن به ترتیب، تمایز طلبی ($b=0/448$)، هویت جنسیتی ($b=0/380$) و منزلت طلبی ($b=0/138$) است و بیشترین اثر مستقیم مربوط به تمایز طلبی است و اثرات غیر مستقیم متغیرها بر مدیریت بدن به ترتیب، منزلت طلبی ($b=0/273$)، پذیرش اجتماعی ($b=0/213$) و هویت جنسی ($b=-0/016$) و متغیر پذیرش اجتماعی، بیرونی‌ترین متغیر و بیشترین اثر غیر مستقیم مربوط به متغیر منزلت طلبی است.

بحث و نتیجه گیری

بدن خصلت بازنمایانه دارد و فرد با دستکاری ظاهری و خودآرایی بدن می‌خواهد هویت نو از خود بسازد تا مورد پذیرش همگان قرار گیرد و هر چه بتواند هویت متمایز و عامه‌پسندتری از خود به نمایش بگذارد، راحت‌تر در بین اجتماع پذیرش می‌شود و مدیریت بدن تحت تاثیر عوامل متعددی است چنانکه نتایج نشان می‌دهد، بین پذیرش اجتماعی و مدیریت بدن (۳۹۶/۰) رابطه وجود دارد که با نتایج تحقیقات افشانی و همکاران (۱۴۰۱)، ایلواری و ادیسی (۱۳۹۹)، کینگ گونگ و همکاران (۲۰۱۸) و روزاریا جولی و جولی (۲۰۲۰) همخوانی دارد. از نظر افشانی و همکاران (۱۴۰۱) مدیریت بدن برای ایجاد تصویر مثبت و مطلوب است تا فرد از قضاوت منفی دیگران رها شود و راحت‌تر در جامعه مورد پذیرش دیگران قرار گیرد و نظر دیگران را به خود جلب کند. بدن محصول اجتماع است و در پی قضاوت و منظر اجتماعی شکل می‌گیرد و اکثر افراد برای فرار از قضاوت و رهایی از نقص تصویری حاصل از بینش و تصویر ذهنی دیگران همان داغ گافمن به تنظیم و مدیریت بدن می‌پردازند و فرد برای پذیرش در اجتماع، گروه و موقعیت-های اجتماعی نیازمند ارائه تصویر مطلوب ظاهری است. دستکاری و مدیریت بدن فرد را پذیرفتنی می‌کند و مطلوبیت و محبوبیت حاصل از تنظیم و مدیریت بدن مسیر فرد برای ورود به عرصه اجتماعی هموار می‌سازد.

همچنین بین منزلت طلبی و مدیریت بدن (۴۵۵/۰) رابطه وجود دارد که با نتایج تحقیقات افشانی و همکاران (۱۴۰۱)، دانش مهر و حسن خانی

ترجیح می‌دهند، کم‌تر سراغ دستکاری مصنوعی و روی آوردن به جراحی‌های وسواسی بروند و با استفاده از تغذیه سالم و ورزش زیبایی ظاهری خود را حفظ کنند؛ اما همچنین علاقه‌مند به پوشیدن لباس شیک، فاخر با حفظ هویت قومی و عناصر و نشانه‌های قومی خود هستند که از این نوع نگرش زنان سنندجی و ظرفیت‌های فرهنگی و قومی می‌توان در توانمندسازی و افزایش سطح سلامت آنها بهره گرفت.

ملاحظات اخلاقی

شرط ورود شرکت‌کنندگان به طرح تمایل و محرمانه ماندن اطلاعات شخصی آنها بوده است.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این پژوهش برگرفته از رساله دکتری نکات اخلاقی از قبیل صداقت، امانتداری و رعایت ادب و رعایت حریم خصوصی پاسخگو توسط پژوهشگر مدنظر قرار گرفته است.

حامی مالی

تمامی هزینه پژوهش تماماً بر عهده نویسنده بوده و هیچگونه حمایت مالی دریافت نشده است.

مشارکت نویسندگان

مقاله بر گرفته از رساله دکتری نویسنده اول مقاله است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله فاقد هر گونه تعارض منافع است.

به طور کلی مدیریت بدن و توجه به زیبایی و مدیریت ظاهری در بین زنان جایگاه ویژه‌ای دارد، بررسی وضعیت مدیریت بدن در بین پاسخگویان نشان می‌دهد که آنها سبک زندگی سالم‌تری دارند و زیبایی و جلوه‌گری بدن برای آنها بسیار حائز اهمیت است، چنان‌که زنان سنندجی (پاسخگویان) تمایل کمی به استفاده از زیورآلات مصنوعی دارند، اما ضمن علاقه به مصنوعات قومی خود، علاقه زیادی هم به خرید کالاهای برند و شیک دارند و تمایل دارند تصویری منحصر به فرد و خاص با آراستن و پوشش و رسیدگی به بدن و اندام داشته باشند و بدن و ظاهر خود توجه ویژه‌ای دارند و به دلیل ارزش قومی و دسترسی، سبک تغذیه سالم تری را انتخاب می‌کنند و به ندرت از غذاهای فست فود و تنقلات و نوشیدنی‌های غیراستاندارد استفاده می‌نمایند و سلامتی بدن و پوست، بهداشت و داشتن آرایش به روز برایشان بسیار مهم است و برای حفاظت و سلامتی بدن خود سعی می‌کنند از روش‌های استاندارد و طبیعی استفاده کنند و بیشتر پاسخگویان برای یافتن محبوبیت، مقبولیت، تایید و پذیرش اجتماعی از سوی خانواده، دوستان، همسالان و اجتماع و بهبود وضعیت زندگی و دستیابی به فرصت‌های بهتر زندگی و شغلی و جذب دیگران و یافتن احترام و منزلت اجتماعی و ارائه تصویری مطلوب و بازنمایی تصویر خاص به مدیریت و تنظیم بدنی می‌پردازند. با توجه به خانه‌دار بودن و بیکار بودن غالب جمعیت پاسخگو، پذیرش در اجتماعی و گروهی که زنان در آن حضور دارند، عامل مهمی در خودنمایی و رسیدگی به ظاهر و بدن است و نگاه فرهنگی - اجتماعی آنها در شیوه رسیدگی و مدیریت آنها تأثیر دارد؛ اما خواستار تمایزطلبی به نحوی نمایانگر و اعتراضی نیستند و از جایگاه جنسیتی خود راضی‌اند، اما دوست دارند به واسطه تغییرات ظاهری به بازتعریف و تعریف هویتی خود بپردازند. زنان سنندجی مورد مطالعه بر اساس الگوهای عامه‌پسند و مدرن که ساخته و پرداخته دنیای امروزی و تعلقات اجتماعی به دستکاری و خودآرایی خود می‌پردازند و

References

- Ghobadi, H. Kaldi, A.R., & Mahdavi, M.S. A. (2007). Sociological Explanation of Body Management and its Relationship with Social and Cultural Factors, The women and families culture-educational,13(45):P. 75-95. [Persian].
- Giddens, A. (2009). Modernity and individuality, society and personal identity in the new era. Translator: Nasser Mofaqian. Sixth edition. Tehran: Ney Publishing, [Persian].
- Amirpoorsaeed, M.A. Seifi, B., & Rezaii, A. (2021). Lifestyle and body management: A

- Sociological study (Case study: Women in Rafsanjan), Scientific publications management system, **14**(53):P. 47-70. [Persian]
4. Nerini, A, Matera, C. DiGesto, C. Rosa Policardo, G., & Stefanile, C. (2019). Exploring the Links Between Self-Compassion, Body Dissatisfaction and Acceptance of Cosmetic Surgery in Young Italian Women, *Frontiers in Psychology*, **3** (10):P. 108-119.
5. Ilvari, M., & Edrisi, A. (2021). Body management and the acquisition of modern identity in female citizens, using Grounded Theory approach (Case of study: Gorgani women), *Journal of sociological Urban student*, **10** (37):P. 91-120. [Persian]
6. Inanlou, M. (2015). *Constructing the Body: The Sociology of Youth Body Management Styles*. First Edition. Tehran: Sociologists. [Persian].
7. Afshani, A., & Salmani, H. (2022). Shiri Mohammadabad, h. Social factors related to body management among the youth of Yazd, *Iranian Journal of Sociology*, **22** (4):P. 97-119. [Persian]
8. Jahanparvar, i., & Ashayeri, T. (2021). Meta-analysis of Iranian society's tendency to manage the body. *Journal Socio-cultural changes*, **18** (2): P.49-68. [Persian]
9. Ghazi, b. Rashidpour, A. Qolizadeh, A., & Causi, A. (2020). Women's body management style with socio-cultural approaches, *Behavioral studies in management*, **9** (18): P.1-19. [Persian]
10. Ivvari, M., & Edrisi, A. (2020). Social Changes of Distinction and Costs of Body Management with Grounded Theory Approach (Case study; Gorgan women). *Journal of Socio-cultural changes*, **17** (1): P.1-20. [Persian].
11. Rosaria, J. M., & Juli, L. (2020). Body Identity Search: The Suspended Body. *Psychiatry Danubina*, **32** (1): P.83-87.
12. Daneshmehr, H., & Hassankhani, A. (2022). Girls' Narrative of the Dressing Phenomenon: A Redefinition of Its Identity and for Meaning (Case study: young girls in Shahindej). *Quarterly of Social Studies Research in Iran*, **11** (1): P.81-112. [Persian]
13. Stolovy, T. (2021). The Self, Styling Clothing Practices, Personality Traits and Body Image Among Israeli Women, *National Library of Medicine*, **13** (12): P.719-726.
14. Qingqing, S. Katherine, L.A., & Nicole, A. Materialism, (2018). Self-Objectification and Capitalization of Sexual Attractiveness Increase Young Chinese Women's Willingness to Consider Cosmetic Surgery, *Sec. Gender, Sex and Sexualities*, **23** (9):P. 11-19.
15. Chrisler, J.C., & Robledo, J. (2018). Woman's Embodied Self: Feminist Perspectives on Identity and Image. *American Psychological Association*, **13** (7):P. 1-14.
16. Safari Shali, R. (2019). Women's Tendency towards Cosmetic Surgery as Social Acceptability: Displaying Objective Welfare. *Social Sciences*, **26** (84):P. 69-96. [Persian].
17. Giddens, A. (2004). *Central Issues in Social Theory: Action, Structure and Contradiction in Social Analysis*, Translator: Mohammad Rezaei, Tehran: Nasher Soad. [Persian].
18. Giddens, A. (2006). *The Consequences of Modernity*, translated by Mohsen Trio, third edition, Tehran, Markaz ublication. [Persian].
19. Goffman, A. (2006). *Dag Nang, a solution to lost identity*, translator: Masoud Kianpour, second edition, Tehran: Ney publishing center. [Persian].
20. Goffman, A. (2020). *Self-expression in everyday life*, translator: Massoud Kianpour, 7th edition, Tehran: Nashr-e-Karzan. [Persian].
21. Norozi, A. Maleki, A. Parsamehr, M., & Ghasemi, H. (2018). Investigating the effect of body image and body management on women's sports participation in Ilam province, *Journal of Applied sociology*, **29**

(4): 99-122. [Persian].

22.Zorofi, M.(2013). The relationship between social acceptance and skill among students of Islamic Azad University of Shabestar. The Journal of Sociolog studies, 6 (19):91-110. [Persian].

23.Abbaszadeh, M. Mahmoud Moulai Kermani, B.,& Aghdasi Alamdari, F. (2014).Sociological Study of the Intervening Variable of Social Acceptance in the Effectiveness of Mass Media on the Tendency of Women to Cosmetic Surgery. Quarterly Journal of Woman & Society, 5 (19): 47-66.[Persian].

24.Naeimi, G. Pirseghi, F. Bashirpoor, M.,& Akbari, Z. (2015).Role of Family of Origin and Self-Differentiation components' in anticipation of Students' propensity to Marriage.Counseling and Psychotherapy Culture Quarterly, 6 (21): 87-107.[Persian].

25.Moslehti Kochsefahani, h.,& Kakui Dinki, A.(2020).Social status. First edition. Tehran: Publishing to Andish.[Persian].

26.Sabinejad, M.(2009). Identity and gender roles. First edition. Tehran: Center for Women and Family Affairs.[Persian].

