



Bodybuilding and the Beauty Industry: Narratives of Middle-Class Women and Men on Bodybuilding (A Case Study of Sanandaj County)

Kamalkhaleghpanah^{1✉} | Afshin binandeh²

1. Corresponding Author, Associate Professor, Department of Sociology, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.
E-mail: kkhaleghpanah@gmail.com.
2. Corresponding Author, Department of Information Science, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
E-mail: afshinbinandeh68@gmail.com.

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received 26 August 2024
Received in revised form 29 September 2024
Accepted 10 March 2025
Published online 9 April 2025

Keywords:

Body, Bodybuilding,
Body Construction,
Beauty Industry,
Commodification
of the Body

ABSTRACT

The embodiment of everyday life in modern societies has transformed body construction into a routine and continuous practice. Among various practices, physical exercise plays a central role in shaping and reconstructing the body. The theoretical framework of this study situates body construction through physical activities at the crossroads of social and cultural modernity. Within this context, the body is both a site for expressing personal identity and a field for investment by the hegemonic capitalist culture. This article seeks to explore the narratives of middle-class men and women in Sanandaj County concerning bodybuilding and its intersection with the beauty industry, as well as the role of bodybuilding in constructing the socially accepted ideal body. Employing a critical perspective on how the body is embedded within dominant cultural and social capitalist structures, the study uses narrative analysis and thematic analysis to interpret the embodied experiences of bodybuilding. The findings reveal eight key themes: (1) Escaping the monotony of everyday life through the consumption of the body in bodybuilding; (2) The globally youthful body; (3) The tyranny of measurement standards; (4) The body as a performative display; (5) Postmodern fantasy anatomies; (6) The engineered and curated showcase body; (7) Cultural imperialism manifested through the mediated body; and (8) Individual identity conceptualized as an adorned body. The results suggest that bodybuilding functions as a tool for body construction under the pervasive influence of hegemonic consumer culture within capitalism. The body becomes a cultural commodity, subject to constant scrutiny and consumption. Consequently, individuals passively undergo profound transformations, driven by external desires and aligned with body standards constructed by the beauty industry.

Cite this article: Khaleghpan, Kamal; Binandeh, Afshin (2025) Bodybuilding and the Beauty Industry: Narratives of Middle-Class Women and Men on Bodybuilding *Sociological Review (Social Science Letter)*, 32 (1), 161-181
DOI: <http://doi.org/10.22059/JSR.2025.377481.1972>.



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSR.2025.377481.1972>.

ورزش بدن‌سازی و صنعت آراسته‌گری: روایت زنان و مردان طبقه متوسط از ورزش بدن‌سازی (مطالعه موردی شهرستان سنندج)

کمال خالق پناه^۱ | افشین بیننده^۲

۱. نویسنده مسئول، دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران، رایانامه: kkhaleghpanah@gmail.com
 ۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی ایران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: afshinbinandeh68@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	بدن مدار بودن زندگی روزمره در جوامع مدرن کردار بر ساخت بدن را به فعالیتی روزمره بدل کرده است. یکی از کردارهای بر ساخت بدن فعالیت‌های ورزشی است. مفروضه نظری این مقاله بر ساخت بدن به میانجی فعالیت‌های ورزشی در محل تقاطع مدرنیته اجتماعی و فرهنگی قرار دارد. بر این اساس بدن به نمایش هویت شخصی و مکان سرمایه‌گذاری فرهنگ هژمونیک نظام سرمایه‌داری بدل شده است. هدف این مقاله کاوشی در روایت مردان و زنان طبقه متوسط شهرستان سنندج از ورزش بدن‌سازی و ارتباط آن با صنعت آراسته‌گری و همچنین جایگاه این ورزش در بر ساخت بدن ایده آل مورد پذیرش اجتماعی است. به واسطه تاملات انتقادی که بدن در چارچوب ساختارهای مسلط فرهنگی و اجتماعی سرمایه‌داری قرار می‌دهند، با استفاده از روش تحلیل روایت و استرژئی تحلیل مضمونی داستان بدن را از طریق فعالیت ورزشی بدن‌سازی تفسیر کرده ایم. یافته‌ها حاکی از استخراج ۸ مضمون فراگیر است: ۱) گریز از روزمرگی به میانجی مصرف بدن در بدن‌سازی ۲) بدن جوان جهانی ۳) استبداد متریک ۴) بدن همچون نمایش ۵) اندامگان فانتزی پست مدرن ۶) بدن ویتروینی مهندسی شده ۷) امپریالیسم فرهنگی بدن رسانه‌ای ۸) هویت فردی به مثابه بدن بزرگ شده. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که ورزش بدن‌سازی همچون ابزاری در خدمت بر ساخت بدن تحت استیلای فرهنگ مصرفی هژمونیک سرمایه‌داری می‌باشد. بدن مبدل به کالایی فرهنگی شده است که هر لحظه مورد بازیابی و مصرف قرار می‌گیرد لذا بدن سوژه‌های انسانی منفعلانه و در راستای میل دیگری و همسو با استانداردهای بدنی بر ساخت شده توسط صنعت آراسته‌گری دستخوش تغییراتی بنیادین می‌شود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۰۵	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۰۸	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۲۰	
کلیدواژه‌ها:	
بدن، ورزش بدن‌سازی، بر ساخت بدن، صنعت آراسته‌گری، کالایی‌سازی بدن	

استناد: خالق پناه، کمال؛ بیننده، افشین (۱۴۰۴). ورزش بدن‌سازی و صنعت آراسته‌گری: روایت زنان و مردان طبقه متوسط از ورزش بدن‌سازی (مطالعه موردی شهرستان سنندج). *مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)*، ۳۲ (۱)، ۱۶۱-۱۸۱.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSR.2025.377481.1972>

© نویسندگان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه و طرح مسئله

امروزه بدن از محدوده های شخصی فراتر رفته است و سوژه ای گفتمانی و سرشار از نشانه ها است. گفتمان هایی که بدن را به شیوه خود و برخلاف میل و رغبت افراد در جهت تکنولوژی های خود بر ساخت می کنند. در این چارچوب فرهنگ مصرفی بدن را به سان ماشینی تعریف می کند که هرروزه باید به آن رسیدگی کرد و مرتب نگاه داشته شود. فرهنگ مصرفی بدن را به کالایی تبدیل می کند که می تواند ارتباطات بشری را بنیاد خود قرار دهد (کاریگان^۱، ۱۳۹۶: ۲۶۰-۲۵۹). در این راستا امروزه تکنولوژی ها، ابزارها و نهادهای مختلفی به میدان بر ساخت بدن ورود پیدا کرده اند، که بدن را نه تنها غیرشخصی کرده اند بلکه آنرا به عرصه مبارزه برای بازتولید نظام اجتماعی و فرهنگی بدل کرده است. یکی از این ابزارها ورزش کردن و در اینجا فرم بدن سازی برای بر ساخت بدن ایده آل و پسندیده می باشد.

ورزش با اینکه به صورت ذاتی و فی نفسه به مثابه فعالیت بدنی و مفید تلقی می شود اما به صورت پدیداری پدیده ای چند بعدی به شمار می آید که کارکردهای مختلف اجتماعی و فرهنگی دارد. سطح پدیداری ورزش بدن سازی بدن را ساحتی ساخته است برای دخل و تصرف در هویت شخصی، برای بازتولید فرهنگ تنانه مسلط و تولید شیوه جدیدی از بودن. (علی پور، ۱۳۹۱: ۳۱). تغییر و اصلاح بدن به مثابه قسمتی از مدیریت بدن، شامل عرصه بسیار گسترده از سازوکارهایی می شود که سوژه انسانی به مدد ابزار و وسایل گوناگون و به طرق مختلف، با دخل و جرح در اندام های بیرونی عملی می کند. سازوکارهایی مانند پرورش اندام و بدن سازی، آرایش و پیرایش بدن، تاتو و نقاشی روی بدن و انواع جراحی ها از جمله این کنش ها به شمار می روند (ذکایی و امن پور، ۱۳۹۲: ۳۷۳).

در سطوح خرد همچنان حد ایده آل تناسب، جسم را به ابزاری برای متقاعد کردن مشاهده کنندگان بدل می کند (باومن و می^۲، ۱۳۹۰: ۱۵۶). و در سطح کلان منازعه بر سر بدن به واسطه تبلیغات و بازنمایی های رسانه ای باعث شده است که در جهان مدرن خود مسئله سالم بودن و سلامت فردی نیز تبدیل به گفتمانی ایدئولوژیک شود و سلامت و تندرستی علاوه بر دارا بودن معانی پیشین هم زمان دارای ارزش ابزاری است (جواهری، ۱۳۸۴: ۵۱). بنابراین در جامعه مصرفی امروز تناسب جسمانی، یک پدیده فرهنگی پذیرفته شده است و می توان کیفیت کلی بدن را با آن ارزیابی کرد. در همین راستا ما شاهد تعداد کثیری از باشگاه های ورزشی، کفش های ورزشی و پیاده روی و لباس هستیم که همگی دال بر در اولویت بودن زیبایی و جذابیت بدن بر خود امر ورزش کردن می باشد (باومن و می^۳، ۱۳۹۰: ۱۵۷-۱۵۹).

در همین راستا اما آنچه از آن تحت عنوان صنعت آراسته گری یاد می شود سازوکاری است که از ورزش به مثابه ابزاری برای سلطه و بر ساخت بدن مدرن در راستای فرهنگ هژمونیک سرمایه داری بهره می جوید. آراسته کردن (صنعت آراسته گری) فعالیت است که هم انسان ها و هم حیوانات انجام می دهند. نقش آن حفظ سلامتی و بهداشت فردی است، اما به همان میزان به منزله ابزاری برای حفظ روابط اجتماعی و فرهنگی نیز عمل می کند. صنعت زیبایی یک حرفه چند میلیارد دلاری است که صرفاً تعداد معدودی از شرکت های چندملیتی آن را کنترل می کنند؛ این شرکت ها در نیمه نخست قرن بیستم ظاهر شدند و عبارت اند از: استی لادر، لورال، شیسیدو و یونیلور (ریچاردسون، لاکس^۳، ۱۳۹۸: ۵۳).

امروزه صنعت زیبایی، بدن را تحت عنوان زیبایی ذیل سیطره خود قرار داده است. صنعت زیبایی، جذابیت و زیبایی را با فاکتورهای بازنمایی می کند که بیشتر افراد از آن برخوردار نیستند؛ افراد از بدن کنونی خود ناراضی هستند و برای رسیدن به بدن

^۱. Corrigan

^۲. Bauman & May

^۳. Richardson & Lax

مطلوب شروع به رژیم گرفتن ها، ورزش ها، جراحی‌ها و استفاده از هورمون‌های تغییر شکل عضلات خود می‌زنند. این ایده آل‌های زیبایی در راستای کلیشه‌های تولید شده و برای پشتیبانی و تقویت بازار سرمایه داری می‌باشند. طوریکه عدم دسترسی به این ملاک‌های زیبایی فرد را دچار ناکامی و شکست می‌کند. بنابر آنچه بیان شد روابط قدرت همسویی جدانشدنی با بدن در دنیای مدرن دارد. بدن سوژه‌ای است که بر روی آن سرمایه‌گذاری می‌شود، نشانه‌گذاری می‌شود، مورد جرح و تعدیل قرار می‌گیرد و اصلاح و بازبینی در آن صورت می‌گیرد. ما در می‌یابیم که ایماژ ما از بدن هایمان به شدت تحت سلطه ایدئولوژی‌های هژمونیک صنعت زیبایی می‌باشد.

در چند دهه اخیر میل به پرورش اندام و بدن‌سازی در میان مردان و زنان جامعه ایران به‌طور فزاینده‌ای افزایش یافته است. رئیس فدراسیون بدن‌سازی و پرورش اندام گفت: هم‌اکنون ۱۲ هزار باشگاه سازمان‌یافته و مجوز دار و نزدیک به سه هزار باشگاه غیر سازمان‌یافته بدن‌سازی و پرورش اندام در کشور فعالیت می‌کنند (خبرگزاری ایرنا، ۷ اردیبهشت ۱۳۹۶). طبق آمارهای موجود (آمار موجود در هیئت بدن‌سازی شهرستان سنندج) تا این لحظه ۱۸۵ باشگاه بدن‌سازی (آیروبیک، آمادگی جسمانی و فیتنس) در استان کردستان دایر و در حال فعالیت می‌باشد، که از این تعداد، قریب به ۱۰۰ باشگاه در شهرستان سنندج می‌باشند. در این پژوهش باشگاه‌هایی که به‌صورت دو نوبت مردانه و زنانه فعالیت دارند مدنظر است، که ساعت کاری این باشگاه‌ها ساعت ۸ تا ۱۳ زنان و ساعت ۱۳ تا ۲۳ مردان می‌باشد. وجود تعداد بالای این باشگاه‌ها دال بر رشد روزافزون خرده‌فرهنگ ورزش بدن‌سازی و متقابلاً میل به بدن‌های عضلانی نسبت به خرده‌فرهنگ‌های دیگر می‌باشد. بدن‌سازی و پرورش اندام به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به بدنی زیبا و تناسب‌اندام بسیاری از زنان و مردان ایرانی را به‌سوی خود جذب کرده است، به‌طوریکه به یکی از اولویت‌های زندگی روزمره تبدیل شده است. آنان حتی حاضرند پیامدهای وخیم و مضر این ورزش را به جان بخرند فقط برای اینکه بتوانند بازنمایی درخور توجهی از بدن خود داشته باشند. این افراد خود را از زندگی و تغذیه سالم محروم می‌کنند و بیشتر اوقات درگیر رژیم گرفتن‌ها و حتی مصرف انواع داروهای چاقی و لاغری و مکمل‌ها صرفاً جهت دستیابی به تناسب اندام می‌باشند. (نوری و محسنی تبریزی، ۱۳۹۵، ص ۳۱).

مطالعاتی که ورزش را به‌عنوان ابزاری در خدمت صنعت آراسته‌گری و بدنمندی قرار بدهد و اینکه به تحلیل مردان هم‌چون زنان به‌عنوان ابژه‌ای تحت سلطه صنعت زیبایی بپردازد بسیار نادر است. به این منظور پژوهش حاضر به دنبال واکاوی تجربه مردان و زنان طبقه متوسط ساکن شهرستان سنندج که به سالن‌های ورزشی مراجعه می‌کنند و ورزش بدن‌سازی را انجام می‌دهند می‌باشد و اینکه روایت آن‌ها از ورزش بدن‌سازی و بدن ایده آل چیست؟ و چگونه ورزش را تحت سیطره رژیم‌های فرهنگی سرمایه‌داری هژمونیک برای برساخت بدن خود به خدمت می‌گیرند؟ و چگونه با ورزش بدن‌سازی بدن خود را آراسته می‌کنند و روایتشان از این آراستگی چیست؟.

بنابراین، میل به بدن‌سازی در میان طبقه متوسط شهرستان سنندج، که همزمان با گسترش فضای شهری و افزایش دسترسی به امکانات ورزشی و فرهنگی رخ می‌دهد، فراتر از پاسخی ساده به نیازهای جسمانی است. این پدیده، بازتابی از تلاش این گروه برای جست‌وجوی هویت، کسب پذیرش اجتماعی و واکنش به فشارهای فرهنگی برساخته‌شده توسط رسانه‌ها و صنعت آراسته‌گری محسوب می‌شود. به بیان دیگر، افراد طبقه متوسط از طریق دگرگونی بدن خود می‌کوشند هم در فردیت خود تحول ایجاد کنند و هم موقعیت اجتماعی‌شان را در ساختارهای جدید فرهنگی ارتقا دهند.

پیشینه تجربی

اغلب پژوهش‌هایی که در زمینه ی بدنمندی و صنعت زیبایی صورت گرفته است، بیشتر به تحلیل بدن از زاویه جراحی‌های زیبایی، پوشش، مد، لوازم‌آرایشی و بهره‌کشی بوده است و به صورت درصدی بیشتر زنان را موردتوجه قرار داده است. هیچ پژوهشی با موضوع روایت ورزش بدن‌سازی و صنعت آراسته‌گری یافت نشد و این امر بیانگر جدید بودن موضوع پژوهش می‌باشد. پژوهش‌هایی که ورزش را به مثابه ابزاری در خدمت صنعت آراسته‌گری مورد کاوش قرار داده باشند موجود نیست. لذا همین امر ما را واداشت تا به منابع نیمه مرتبط با موضوع بینادیشیم و جست جوی خود را بر اساس کلید واژه‌هایی همچون ورزش، بدن، سبک زندگی، مصرف، صنعت زیبایی و ... که نزدیک به موضوع پایان نامه می‌باشد تنظیم کنیم.

فاردولی و وارتانیان^۱ (۲۰۱۶) پژوهشی را با موضوع مصرف اینستاگرام و مسائل مرتبط با ایماژ بدن زنان جوان و عینیت‌بخشی به خود در کشورهای ایالات‌متحده و استرالیا به عمل آوردند. ابزار مورد استفاده در این پژوهش مصاحبه‌ی عمیق بوده که جامعه آماری آن ۲۷۶ جوان بین سنین ۱۸ تا ۲۵ سال می‌باشد. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این است که زنان با به اشتراک گذاشتن تصاویر بدن خود در فضای اینستاگرام به دنبال مقایسه بدن خود هستند که این امر تأثیرات منفی بر باورها و مسائل مربوط به بدن زنان جوان داشته است. طوریکه می‌توان گفت که زنان تغییرات در بدن خود را برای به دست آوردن بازخورد دلخواه از طریق کامنت و لایک اعمال می‌نمایند.

یکی دیگر از پژوهش‌های مهم در این حوزه «کاوش زنانگی مردانه در بحران: مردان و جراحی زیبایی» می‌باشد که توسط اتکینسون^۲ در سال ۲۰۰۸ انجام شده است. این پژوهش در کشور کانادا و با روش قوم‌نگاری، اطلاعات آرشویی و همچنین مصاحبه با مردانی که طی پنج سال گذشته تجربه جراحی زیبایی را داشته‌اند به عمل آمده است. یافته‌های این پژوهش چگونگی تغییر و دگرگونی در روابط میان جنسیت‌ها و ایدئولوژی‌های مصرف تکنولوژیک- علمی که مردان را تحت تأثیر نمایش بدنی قابل قبول قرار می‌دهد را نمایان می‌سازد. این پژوهش نشان داد که میل و گرایش جمعی مردان به جراحی‌های زیبایی برای دست یابی به بدن‌های جوان تر، جذاب تر و شاداب تر می‌باشد که این می‌تواند دال بر تغییر عادت واره این افراد باشد. این موضوع همچنین گفتمان سنتی هویت مردانه را به چالش کشیده و اینکه در نهایت به کردار بدنی زیبایی منجر می‌شود می‌پردازد.

گیل و همکاران^۳ (۲۰۰۵) در تحقیقی کیفی با ابزار مصاحبه، تحت عنوان بدن و تنظیم مردانگی بهنجار ۱۴۰ جوان بریتانیایی در دسته سنی ۱۵ تا ۳۵ را به‌عنوان نمونه‌گیری مورد مصاحبه قرار دادند، که در پی شناسایی روایت‌های این افراد از بدن زیسته خود و اینکه چه فعالیت‌هایی را برای ایجاد تغییر و اصلاح و مراقبت در بدن خود به کار گرفته‌اند. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه، مردان جوان کارکردی هویت‌بخش برای بدن خویش قائل هستند و آن را به‌عنوان قرارگاهی برای استقرار خود در جامعه معاصر می‌دانند.

دانش مهر، حسین و سبحانی، پرویز (۱۴۰۰)، مطالعه‌ای را با عنوان «بدن‌مندی و بر ساخت مردانگی: روایت مردان از تجربه ی جراحی‌های زیبایی» با رویکرد کیفی و استفاده از روش تحلیل روایت به انجام رسانده‌اند. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش، گلوله برفی بوده و داده‌های این پژوهش از طریق مصاحبه ی با تعداد ۲۰ نفر از مردان شهر سمنان که عمل زیبایی انجام داده‌اند و چهار نفر پزشک متخصص در زمینه ی جراحی زیبایی به عنوان مرجع تایید داده‌ها، گردآوری شده است. نتایج حاصل از این پژوهش

^۱ . Fardoli and Vartanian

^۲ . Atkinson

^۳ . Gill et al

نشان می‌دهد که مولفه‌هایی همچون زوال سنت گرایی، رشد فناوری‌های ارتباطی، دسترسی آسان به تکنولوژی‌های تغییر بدن و تغییر زاویه دید جامعه نسبت به مردان ایده آل در برساخت مردانگی تاثیر گذار می‌باشند.

حبیبی و همکاران (۱۳۹۴)، در مطالعه‌ای با موضوع بررسی شیوع مصرف مواد نیروزا و عوامل مرتبط با آن در ورزشکاران بدن‌ساز مرد سنندج در سال ۱۳۹۴، به بررسی مصرف مواد نیروزا در میان ورزشکاران مرد شهر سنندج پرداخته‌اند. در این مطالعه توصیفی-تحلیلی، ۱۹۹ ورزشکار بدن‌ساز مرد سنندج مورد پرسشگری قرار گرفتند، که نتیجه به‌دست‌آمده این بود شیوع مصرف مواد نیروزا بیشتر به دلیل تناسب‌اندام می‌باشد.

مدنی، سعید و صفری، کیهان (۱۳۹۹). در پژوهشی تحت عنوان بدن زیسته: کشاکش جامعه و بدن (واکاوی پدیدار شناختی روایت زنان از بدن)، با روش کیفی و رویکرد پدیدارشناسی تفسیری، ۲۶ نفر از زنان ساکن در شهرستان سنندج را تحت مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته قرار دادند. نتایج پژوهش حاکی از آن است شرایط حاکم بر بدن زنان و تصورات ذهنی آنها نسبت به بدن خود بیش از آنکه نوعی انتخاب جمعی سوپزکتیو باشد، امری ابژکتیو بوده که ریشه در شرایط اجتماعی و تاریخی شهرستان سنندج دارد.

بررسی مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که جذابیت جسمانی و نگاه زیبایی شناسانه به بدن در دوران مردن استانداردهای جدید پیدا کرده است. نقش بدن و جذابیت ظاهری در تعاملات و مناسبات اجتماعی سبب شده است که سوژه‌های به سمت و سوی کردارهای تغییر بدنی گام بردارند. بنابر آنچه بیان شد پژوهش‌های زیادی چه در داخل و چه در خارج بر روی بدن و بدنمندی به انجام رسیده است و نتایج آنها در نشریات علمی به چاپ رسیده است، اما به جرات می‌توان گفت علی‌رغم اهمیت ورزش در برساخت و تغییر بدن پژوهش‌های محدودی در این زمینه صورت گرفته است. محققان آنطور که باید، بر روی ورزش (در اینجا بدن سازی) به عنوان موضوعی مهم فعالیت نداشته‌اند و خلاءهای زیادی چه به لحاظ تئوریک و چه به لحاظ فعالیت‌های پژوهشی در این زمینه محسوس می‌باشد. پژوهش‌هایی اینچنین در کشور بیشتر حول جراحی‌های زیبایی به انجام رسیده است و کمتر پژوهشی هم‌زمان مردان و زنان یک جامعه را مخاطب خود قرار داده است. این در حالی است که ورزش به صورت روز افزون جایگاه ویژه‌ای برای خود در زندگی روزمره زنان و مردان امروزی پیدا کرده است.

چهار چوب مفهومی پژوهش

مفاهیم بدن و زیبایی در حوزه علوم اجتماعی، در چند دهه اخیر توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. در جهان مدرن بدن و زیباسازی آن در پرتو روش‌های جدید و گونه‌گون برساخت می‌شود، که یکی از این روش‌ها ورزش کردن (در اینجا ورزش بدنسازی) می‌باشد. امروزه ورزش به منزله‌ی پدیده‌های موثر در همه‌ی جوامع جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است به‌طوری‌که در علوم اجتماعی از آن به عنوان بارزترین نمادهای زندگی اجتماعی و فرهنگی یاد شده و آن را در عقلانی شدن زندگی اجتماعی و توسعه‌ی جوامع مدرن موثر می‌دانند (سندویک^۱، ۲۰۱۹).

بودریار معتقد است زیباسازی افراطی بدن یکی از پدیده‌های فرهنگی دنیای معاصر می‌باشد که همین امر خود واقعیت بدن را در دنیای مدرن دچار شک و تردید کرده است. دنیایی که در آن به‌واسطه ابزارهای گوناگون همچون نظام پزشکی یا رسانه‌های ارتباط جمعی، مرز بین واقعیت و حقیقت نابود شده است. در این گرایش افراطی بدن به زیباترین شیء بدل می‌شود که نیازمند مراقبت است و عواطف به‌اصطلاح معمول را به نفع خود مصادره می‌کند، بدون آنکه ارزش خاص خود را پیدا کند، زیرا در فرایند انحراف عاطفی، هر شیئی می‌تواند بر اساس همان منطق بت واره پرستانه این نقش را ایفا کند. بدن زیباترین این اشیاء است که به لحاظ

¹. Sandvik

روانی تحت تملک قرار گرفته، بدن که این‌گونه باز تملک شده، فوراً در خدمت اهداف سرمایه‌داری قرار می‌گیرد (بودریار^۱، ۱۳۸۹). بودریار به این موضوع نیز می‌پردازد که چگونه نظام پزشکی کنونی از طریق سازوکارهایی مختلف افراد را وادار می‌کند که بدن خود را مدیریت بنمایند. وی این واقعیت را هم نادیده نمی‌گیرد که امروزه نظام پزشکی با فرهنگ هژمونیک سرمایه‌داری پیوندی مستحکم پیدا کرده است. راز خوش‌هیكل بودن و جاذبه اندام لاغر به این دلیل تا این حد تأثیری عمیق دارد که اشکالی از خشونت هستند و دقیقاً این بدن است که در اینجا قربانی می‌شود؛ بدنی که هم نقطه کمال خود را تثبیت می‌کند و هم به‌گونه‌ای خشونت‌آمیز قربانی می‌شود. تمامی تناقضات این جامعه در بدن خلاصه می‌شود. یکی از ترفندهای سرمایه‌داری در ارتباط با مدیریت بدن، تبلیغات بی‌شماری است که در زمینه استفاده از داروها و مواد مصرفی خاصی برای لاغری و تناسب‌اندام انجام می‌دهند. به گفته بودریار، در ایالات‌متحده آمریکا، مواد غذایی دارای کالری پایین، کره‌های بدون چربی، قندهای مصنوعی و رژیم‌های غذایی به مدد تبلیغات روزافزون سبب ثروتمند شدن سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان این حوزه شده‌اند (بودریار، ۱۳۸۹). بودریار می‌گوید در جامعه مصرفی ورزش اغلب بر سر دوراهی بهره‌وری و اغوا گیر کرده است (جیولیونوتی^۲، ۱۳۹۱).

پروژه‌های سلامتی، جراحی پلاستیک و بدن‌سازی، گویای فرصت‌ها و محدودیت‌های همراه با روابط تنگاتنگ میان بدن و خویشتن‌یابی‌اند. آشکار است که کارهایی را که به تغییر شکل و اندازه‌ی بدن می‌انجامد به‌طور معمول مخاطرات خاص خودشان را هم دارند. سن تجربه‌ی اضطراب در خصوص شکل و وزن بدن، در حال پایین آمدن است و پژوهش‌های انجام‌شده طی دو دهه‌ی اخیر نشان می‌دهند که بیش از هشتاد درصد پسران و دختران جوان در سن نه‌سالگی در رژیم بوده‌اند (Bordo, 2003). لذا برای آن‌ها که نمی‌خواهند یا نمی‌توانند مخاطرات یک عمل جراحی را بپذیرند، ورزش بدن‌سازی در خدمت است، فعالیتی که تا همین اواخر در حواشی گم و ناپیدای صنعت ورزش قرار داشت (Shilling, 1993). در دنیای کنونی جهانی‌شدن امری دربرگیرنده است، جهانی‌شدن چیزی نیست جز گردش بین‌المللی بدن‌ها، تصورات بدنی و خدمات بدنی (Ehrenreich and Hochschild, 2002). از این لحاظ جهانی‌شدن عبارت است از تجارت اندام، همسران پستی، تورسیم جنسی و بردگی کودکان. در خصوص ورزش نیز کمابیش چنین چیزی یعنی دادوستد بدنی مصداق دارد (Klein, 1991).

همچنین، (Turner, 1984) بدن را به دو قسمت بیرونی و درونی تفکیک می‌کند. از نظر او بدن بیرونی به چگونگی ظهور بدن‌ها که حامل شخصیت و هویت انسان هستند، در فضاها و اجتماعی نظر دارد. وجه درونی بدن به پرهیز و کنترل امیال، تمناها و نیازها به راستای سازمان اجتماعی و تحکیم نظم جامعه قرار دارد. ترنر اصطلاح جامعه جسمانی را برای بیان این موضوع به کاربرد که بدن در نظام اجتماعی مدرن چگونه تبدیل به میدان اصلی فعالیت‌های فرهنگی و سیاسی شده است. او از مفهوم رژیم برای بدن انضباط یافته در دنیای مدرن بهره می‌جوید. رژیم نوعی حکومت بدنی محسوب می‌شود، تکنیک‌های جامعه‌ی مدرن و فرهنگ مصرفی در حفظ سلامتی و زیبایی، به‌مثابه اصل اساسی در زندگی باکیفیت و سالم در نظر گرفته می‌شود (در این جوامع به ورزش و تناسب‌اندام ... بسیار تأکید می‌شود). لذا شاید بی‌اشتهایی در نگاهی مردانه از زن زیبا به لاغر و ورزشی برگردد (Turner, 1996).

نظریه‌های مختلفی در باب بدن وجود دارند و هرکدام ایده خاص خود را دارند و بدن و بر ساخت بدن را یا به‌منزله مقاومت و یا انطباق با رژیم‌های فرهنگی مورد کندوکاو قرار می‌دهند. در این مقاله نظریه‌های انتقادی راهنمای این پژوهش بوده‌اند. مفروضه‌ی بنیادین رویکرد انتقادی در باب بر ساخت بدن این است که رژیم‌های فرهنگی سرمایه‌داری هژمونیک ایماژهای ذهنی بدن‌های امروزی را بر ساخت می‌کنند و افراد برای دست‌یابی به تیپ بدنی ایده‌آل به روش‌های گوناگونی تحت سلطه ایده‌آل‌های زیبایی

¹ . Baudrillard

² . Giulianotti

برساخت شده قرار می‌گیرند. بر این اساس مفاهیم و گزاره‌های برجسته‌ای همچون: صنعت فرهنگ، الیناسیون و کالایی‌سازی بدن، زیباسازی افراطی بدن به سان زیباترین شی، پروژه‌های سلامتی، جراحی پلاستیک و بدن‌سازی و روابط تنگاتنگ میان بدن و خویشن‌یابی، گرایش به بازنمایی و نمایش بدن در جامعه‌ی مصرفی، ماهیت ایدئولوژیک ورزش، بدن همچون سرمایه‌ای فیزیکی و فرهنگی خواهی نخواهی ساحت درگیری و رقابت طبقات اجتماعی در میدان ورزش محسوب می‌شود همچنین، گفتمان‌هایی مانند گفتمان پزشکی، گفتمان سرمایه‌داری و گفتمان زیباشناختی را برای تبیین موضوعیت دیدگاه خود به کار می‌برند.

بنابراین طرفداران این رویکرد قائل به این می‌باشند که سوژه بدن در نظام سرمایه‌داری ارزشی کالایی و مبادله‌ای پیدا کرده است و لذا ارزش بدن در بازار ایده‌آل‌های تنانه‌مورد نظر فرهنگ مصرفی سرمایه‌داری معنا پیدا می‌کند. همچنین انسان‌ها نه به عنوان سوژه‌هایی انتخاب‌گر بلکه به سان ابژه‌هایی منفعل میل به برساخت بدن خود را دارند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر کیفی و با تحلیل مضمون یا تماتیک به انجام رسیده است. بر این اساس در چهارچوب سنت کیفی از روش تحلیل روایت برای تفسیر جهان زیسته شده سوژه‌ها استفاده شد. بر همین اساس تکنیک گردآوری اطلاعات در این پژوهش مشاهده همراه با مشارکت و مصاحبه عمیق و مصاحبه‌های روایتی با مردان و زنان طبقه متوسط شهرستان سنندج می‌باشد که ورزش بدنسازی را برای برساخت بدن خود تجربه کرده‌اند. برای دستیابی به نمونه مورد نظر از روش غیراحتمالی نمونه‌گیری هدفمند استفاده نموده و نمونه‌گیری را تا حصول به اشباع نظری ادامه داده ایم.

طبق آخرین آمارهای موجود (آمار موجود در هیئت بدنسازی شهرستان سنندج) تا این لحظه ۱۸۵ باشگاه بدنسازی (آیروبیک، آمادگی جسمانی و فیتنس) در استان کردستان دایر و در حال فعالیت می‌باشد، که از این تعداد، قریب به ۱۰۰ باشگاه در شهرستان سنندج می‌باشند. میدان مطالعه این پژوهش تعداد ده باشگاه بدنسازی با اسامی سورنا، فیزیک، عاج، فلکس، فیکس، هیربد، پالادیوم، فیتنس، دایمون و مارلی به صورت دو نوبت زنان و مردان در سطح شهرستان سنندج مشغول به فعالیت هستند می‌باشد. موقعیت جغرافیایی این باشگاه‌ها در مناطق متوسط نشین شهرستان سنندج می‌باشد و در منطق طبقه متوسط شهری کاوش به عمل می‌آید. جامعه آماری و واحد تحلیل مردان و زنان طبقه متوسط شهرستان سنندج می‌باشند که در این باشگاه‌ها ورزش بدن‌سازی را انجام می‌دهند.

با توجه به اینکه خود پژوهشگر پیشینه‌ی ورزشی داشته و از سرمایه اجتماعی لازم در این حوزه برخوردار بوده، سعی در جست و جویی هدفمند در باشگاه‌های بدنسازی از قبل تعیین شده برای یافتن افرادی که همخوانی لازم را با موضوع مورد پژوهش داشته شده است. پس از انتخاب و آشنایی اولیه با مصاحبه شونده‌ها، در این مرحله مصاحبه‌هایی عمیق و به صورت انفرادی و صمیمی با آقایان و خانم‌هایی که تجربه‌ی ورزش بدنسازی داشته و اکنون مشغول به آن هستند انجام گرفت. آنچه حائز اهمیت است این بود که جهت دست‌یابی به دیدگاه‌های متفاوت افراد نسبت به موضوع تحقیق، سعی شد تا از آقایان و خانم‌هایی از سنین مختلف جهت مصاحبه دعوت به عمل آید. در این میان مصاحبه‌هایی هم با تعدادی از مربی‌های بدنسازی انجام شد. مدت زمان مصاحبه با هر مشارکت‌کننده هم به طور میانگین ۳۰ دقیقه طول کشید. مصاحبه‌هایی که انجام می‌گرفت اغلب آزاد و باز بود و مداخله در مصاحبه بیشتر در حد هدایت بحث به عمل می‌آمد، که گاهی گپ و گفت‌هایی صمیمانه را چاشنی مصاحبه‌ها جهت رسیدن به پاسخ‌هایی شفاف‌تر کرده‌ام. در نهایت امر، موفق به مصاحبه‌هایی عمیق و حضوری با تعداد ۲۲ نفر شدم که از این میان ۲ نفر مربی آقایان و ۲ نفر مربی خانم‌ها، ۹ ورزشکار آقایان و ۹ ورزشکار خانم‌ها که تجربه ورزش بدنسازی را داشتند مورد مصاحبه قرار گرفتند.

در پژوهش حاضر، مشخصات افرادی که حاضر به مصاحبه شدند از قرار: نام، سن و سال، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات، وضعیت اشتغال، سابقه تمرین و مربی یا ورزشکار بودن، ارایه شده است.

برای تحلیل اطلاعات و داده‌های جمع‌آوری شده از روایات مصاحبه‌شونده‌ها از روش تحلیل مضمونی اترید-استرلینگ استفاده گردید. در ادامه پژوهش، با توجه به مضامین استخراج شده از داده‌های اولیه، مضامین به صورت تئوری بسط و تشریح گردیده و بر اساس نقل قول‌هایی مستقیم از بیانات مصاحبه‌شونده‌ها مضامین پایه استخراج شده سپس ضمن ترکیب و تلخیص مضامین پایه مضامین سازمان‌دهنده شکل یافته و در نهایت مضمونی فراگیر به عنوان معرفی بر مراحل انجام شده تعیین گردیده و توضیحی نظری برای مضمون فراگیر به شرح زیر ارائه داده شده است (اترید-استرلینگ^۱، ۲۰۰۱).

جدول شماره یک: مشخصات ورزشکاران مصاحبه‌شونده

ردیف	نام	سن	وضعیت تاهل	میزان تحصیلات	وضعیت اشتغال	سابقه تمرین	ورزشکار/مربی
۱	فوزیه	۳۴	مجرد	کارشناسی ارشد	خانه دار	۲ سال	ورزشکار
۲	جمیل	۳۸	متاهل	دیپلم	کارمند	۲ سال	ورزشکار
۳	سپیده	۲۳	مجرد	لیسانس	دانشجو	۱ سال و ۶ ماه	ورزشکار
۴	سهیلا	۳۱	متاهل	دیپلم	خانه دار	۱ سال و ۶ ماه	ورزشکار
۵	هومن	۳۰	متاهل	لیسانس	کارمند	۴ سال	ورزشکار
۶	پیتا	۱۸	مجرد	دیپلم	محصل	۱ سال	ورزشکار
۷	شهاب	۴۳	مجرد	متخصص میکروبیولوژی	کارمند	۵ سال	ورزشکار
۸	اسرین	۳۲	مجرد	فوق دیپلم	مدیر باشگاه	۴ سال	ورزشکار
۹	میلاد	۲۹	متاهل	لیسانس	مغازه دار	۱ سال و ۹ ماه	ورزشکار
۱۰	پریسا	۲۲	مجرد	لیسانس	آرایشگر	۳ سال	ورزشکار
۱۱	پرهام	۲۰	مجرد	دیپلم	بیکار	۲ سال	ورزشکار
۱۲	شهاب	۳۰	مجرد	لیسانس	مهندس	نزدیک به ۳ سال	ورزشکار
۱۳	سوران	۲۵	مجرد	کارشناسی ارشد	مغازه دار	۳ سال	ورزشکار
۱۴	آزاد	۳۰	مجرد	دیپلم	منشی دکتر	۵ سال	ورزشکار
۱۵	آذر	۳۵	متاهل	لیسانس	کارمند	۳ سال	ورزشکار
۱۶	محمد	۲۶	مجرد	دکتری پزشکی	دانشجو	۲ سال	ورزشکار
۱۷	شیوا	۳۹	مجرد	دیپلم	خانه دار	۴ سال	ورزشکار
۱۸	سمیرا	۳۳	مجرد	دیپلم	آرایشگر	۲ سال	ورزشکار

جدول شماره دو: مشخصات مربیان مصاحبه‌شونده

ردیف	نام	سن	وضعیت تاهل	میزان تحصیلات	وضعیت اشتغال	سابقه تمرین	ورزشکار/مربی
۱	به‌نوش	۴۶	متاهل	لیسانس	خانه دار	۱۲ سال	مربی
۲	روژان	۳۹	مجرد	فوق دیپلم	خانه دار	۱۵ سال	مربی
۳	سامان	۲۸	مجرد	دیپلم	مدیریت باشگاه	۱۰ سال	مربی
۴	پژمان	۲۷	مجرد	کارشناس ارشد	دانشجو	۱۰ سال	مربی

^۱. Attride-Stirling

یافته‌های پژوهش

همان‌طور که بدن از جایگاه محوری در زندگی روزمره جوامع مدرن برخوردار شده است، ورزش بدنسازی و صنعت آراسته‌گری به‌ویژه در میان طبقه متوسط، به ابزارهایی برای برساخت هویت و پاسخ به نیازهای نمایی و اجتماعی تبدیل شده‌اند. در پژوهش حاضر، روایت‌های زنان و مردان طبقه متوسط شهرستان سمنان از ورزش بدنسازی و پیوند آن با صنعت آراسته‌گری، پنجره‌ای به درک چگونگی شکل‌گیری بدن مطلوب اجتماعی در بستر فرهنگی ایران می‌گشاید. تحلیل این روایت‌ها نشان می‌دهد که بدنسازی، فراتر از یک کنش ورزشی صرف، به حوزه‌ای برای گریز از روزمرگی، نمایش فردیت و هم‌رنگی با الگوهای زیبایی جهانی تبدیل شده است. بر این اساس پس از واکاوی دقیق یافته‌های به دست آمده و مقایسه‌های مکرر با موضوعات و پرسش‌هایی که حین مصاحبه مورد بررسی قرار گرفته، این یافته‌ها حول ۸ موضوع سازمان دهی و مورد بررسی قرار گرفتند. در ادامه پژوهش، با توجه به مضامین استخراج شده از داده‌های اولیه، مضامین به صورت تئوری بر پایه نقل قول‌هایی مستقیم از بیانات مصاحبه‌شونده بسط و تشریح گردیده و با عنوان مضمون پایه آورده شده نهایتاً ضمن ترکیب و تلخیص مضامین پایه مضامین سازمان دهنده شکل یافته و در نهایت مضمونی فراگیر به عنوان معرفی بر مراحل انجام شده تعیین گردیده و توضیحی نظری برای مضمون فراگیر به شرح زیر ارائه داده شده است.

جدول شماره سه: مضامین پایه، مضامین سازمان دهنده و مضامین فراگیر

مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده	مضامین فراگیر
تجربه ورزش	فرار از مشغله‌های ذهنی و فکری، عوض شدن روحیه، تخلیه شدن روحی و روانی، دوری از سرخوردگی اجتماعی	گریز از روزمرگی به میانجی مصرف بدن در بدنسازی
	مهم نبودن سن در بدنسازی، راحت بودن و آسیب دیدگی کمتر در بدنسازی به نسبت ورزش‌های دیگر، بدنسازی هم سلامتی و هم زیبایی، بدنسازی ورزشی عامیانه و همگانی، وقت گیر نبودن و آزادی عمل در بدنسازی	
	تب لاغری، تناسب اندام، عشق هیکل، جذابیت ظاهری، بازنمایی خود	
گرایش به بدنسازی	بدن‌های هالیوودی، صنعت رسانه	بدن جوان جهانی
	اتمسفر بدن زیبا، الگوپذیری از دیگران، تاثیر گذاری گروه همسالان، تناسب ظاهر با انتظار	
	بدن ایده آل مجازی، دنیای اطلاعات ورزشی اینترنتی، پیگیری شخصیت‌های اینستاگرامی	
جایگاه بدن در بدنسازی	نارضایتی از بدن خود، تب افزایش و کاهش وزن، سختی رژیم گرفتن	استبداد متریک
	بدن اندازه گیری شده، دستکاری بدن، خود نظاره گری	
	زندگی شتاب زده، مافیای مکمل، بدن مصرفی	
ایده آل‌های تنانه در ورزش بدنسازی	مدیریت ظاهر بدن، تناسب قد و وزن، کمر باریک و شکم تخت، بدن چشم نواز	بدن همچون نمایش
	رسیدن به بدن حجیم دارای تفکیک، بدن لباسی روئیت پذیر، دست یابی به بدن عضلانی، فرار از بدن چربی دار	
	جذب مردانگی بدن، جذب زنانگی بدن	
ایده آل‌های زیبایی شناختی در بدنسازی	بدن عضلانی، موی شیو شده، بدن ترکه ای، هیکل پایه	اندامگان فانتزی پست
	مربی خصوصی برای بدن، ظاهرآرایی پولی، بدن سرمایه داری، جلوه ی پول در جسم	
	تب سیکس پک، هیکل ساعت شنی، بدن شش تیکه، بالانس بالاتنه و پایین تنه، بدن خیالین فرهیخته	

مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده	مضامین فراگیر
مدیریت کمر باریک		مدرن
توسل به جراحی پلاستیک، ارضای میل دیگری، ارجحیت زیبایی بر سلامتی	بازنمایی پلاستیکی بدن، بدن‌سازی آفرینشگر بدن زیبا	چالش بدن زیبا و بدن سالم
بدن بیرونی در انتظار عموم، تضاد بدن بیرونی و بدن درونی	برتری بدن بیرونی بر بدن درونی	
اهمیت کلی بدن بیرونی، رابطه مستقیم بدنسازی با بدن بیرونی زیبا	خویششتن بر مبنای میل دیگری	
نگاه بیزنسی به ورزش بدنسازی، برنامه نویسی پولی، صنعت بدنسازی، رسانه و تبلیغات	صنعت ورزش بدنسازی	فرهنگ جسمانی حاکم و کار با بدن
فروش مکمل و دارو و لباس، مربی نما ها، سرمایه گذاری ورزشی	بدن تجاری شده	
اپیدمی بدن ایده آل، فرهنگ بدنی مجازی، بیان خود، ارزش والای بدن، فشار اجتماعی، برجسته کردن زیبایی و بدن توسط رسانه ها	بدن به روز جهانی بدن فرهنگی شده	
ارتباطات غیر کلامی، اعتماد به خود در ارتباطات، احساس قدرت در محیط اجتماعی، اهمیت بدن در شروع ارتباطات	زبان بدن، مدیریت ارتباطات	بدن و هویت یابی
حس برتری نسبت به دیگران، اعتماد به نفس، حس ایده آل بودن، داشتن غرور و قدرت	خود شیفتگی	
حس ورزشکار بودن، شخصیت و احترام، محبوبیت و شهرت	اعتماد به نفس تنانه	

تحلیل و تفسیر یافته‌های میدانی

(۱) گریز از روزمرگی به میانجی مصرف بدن در بدنسازی

همه افراد ممکن است در زندگی اجتماعی خود روزمرگی‌هایی را تجربه کنند و این روزمرگی‌ها می‌تواند ریشه در عادات زندگی هر فرد داشته باشد. زندگی در دنیای مدرن، سرشار از دغدغه‌های گوناگون و ناکامی و سرخوردگی‌های ناشی از این دغدغه‌ها می‌باشد. برای ایجاد تغییر در زندگی روزمره و گریز از خستگی‌های اجتماعی، افراد همیشه به دنبال جایگزین‌هایی برای تغییر عادات سبک زندگی خود هستند، در زندگی کنونی بیشتر جوامع بشری امر ورزش کردن به عنوان یکی از این جایگزین‌ها نقش مهمی را ایفا می‌کند. ورزش همچون پدیده‌ای اجتماعی و تاثیرگذار در زندگی افراد همیشه مورد استفاده قرار گرفته است. یکی از ورزش‌هایی که طی دو دهه اخیر بسیار مورد توجه عموم مردم قرار گرفته است بدنسازی می‌باشد. بنابر آنچه در بالا ذکر شد بدنسازی و تجربه کردن بدنسازی می‌تواند کاردکردهای متنوعی داشته باشد. لذا سوزدهای امروزمین سعی دارند از طریق تجربه کردن ورزش بدنسازی هم تنفسی اجتماعی و هم گریزی هر چند کوتاه را از دردهای اجتماعی را اجتماعی داشته باشند. به موازات این کار تغییراتی را هم در ظاهر خود در راستای ایده آل‌های زیبایی مدرن ایجاد نمایند، به گونه‌ای که با بر ساخت بدن خود بر اساس آن ایده آل‌هایی که در ذهن خود می‌پروراندند، در تلاش هستند تا هم مقاومتی در برابر روزمرگی‌های خود داشته باشند و هم بدنی زیبا و مزایای آن را تجربه کنند.

شیوا، ۳۹ ساله، سرپرست خانواده، خانه دار این طور بیان می‌کند که:

«راستش رو بخای من با شریک زندگیم خیلی مشکل داشتم. ولی خب به خاطر دو تا دخترم همش تحمل می‌کردم. تا اینکه چهار سال پیش شوهرم فوت کردن و من افسردگی گرفته بودم. گفتم باید خودک رو جمع و جور کنم و پیش خودم اینطوری که

همیشه گوشه خونه بشنیم و خودم و مریض بکنم. رفتم ورزش و شروع بج بدنسازی کردم البته من از قبل تر هم خیلی به ورزش علاقه داشتم ولی شوهرم خدابایمرز اصلا اجازه نمی داد و موافق نبود. رک و پوست کنده بگم همیشه قیافه و اندام خیلی برام مهم بوده البته بدنسازی خیلی روی روحیه ام هم تاثیر گذار بوده و من الان اصلا شیوای چهار سال پیش نیستم».

سمیرا، ۳۳ ساله، مطلقه، آرایشگر به این اشاره می کند که:

«من به دلیل اینکه یک زایمان داشته ام خیلی احساس کرحتی و خستگی داشتم البته بدنم مقداری شل شده و دوسدارم که سفت بشه و رو فرم بیاد. آخه الان ظاهر خیلی مهمه و همه خیلی به ظاهر اهمیت میدن و هم برای اینکه ظاهر جذابی داشته باشن و جلب توجه کنن صد درصد میرن بدنسازی».

حالت گوشه گیری و دوری جستن از اجتماع و همچنین نارضایتی از شکل و فرم بدنی خود، می تواند در هر سنی در افراد به وجود بیاید. امروز به دلیل گستردگی زندگی اجتماعی، انسان ها دیدگاهی متفاوت تر در مورد بدن نسبت به گذشته اتخاذ کرده اند. آن ها بر این باورند اگر بدن هایشان را دستخوش تغییراتی کنند، متعاقبا تغییراتی را در روح و روان و سبک زندگی خود به وجود خواهند آورد. بنابراین افراد برای ایجاد چنین تغییری به سراغ تجربه کردن ورزش می روند. به طوریکه افراد سلامتی روحی و روانی شان را در گرو سلامتی و زیبایی جسمی خود می دانند.

۲) بدن جوان جهانی

امروزه جهانی شدن پدیده ای است که همه ی مرزهای جغرافیایی را در نور دیده است و تمامی ساختارهای کلان و سنتی فرهنگی و اجتماعی را دستخوش تغییر و باز اندیشی کرده است. جهانی شدن ابعاد و دامنه آن، آنقدر وسیع است که تمامی آداب و رسوم زندگی بشری را تحت الشعاع خود قرار داده است. به عقیده گیدنز^۱ (۱۹۹۰) جهانی شدن را می توان به عنوان عامل تشدید روابط اجتماعی جهان که فاصله ها و مکان های دور دست را به گونه ای به هم پیوند می دهد مشخص کرد که به میانجی آن رخدادهای محلی تحت تاثیر حوادثی شکل می گیرد که از نظر مکانی کیلومترها از یکدیگر فاصله دارند و بالعکس. بی شک پدیده جهانی شدن بدن و بر ساخت بدن مدرن همسو با ایده آل های زیبایی مدرن را هم به میانجی ابزارهای نوین ارتباطی (فیس بوک، تلگرام، اینستاگرام و ...) تحت تاثیر خود قرار داده است. در ادامه نقل قول هایی از مصاحبه شونده ها در زمینه گرایش به بدنسازی و عوامل تاثیر گذار بر این گرایش آورده شده است.

پرهام، ۲۰ ساله، مجرد، بیکار در این مورد بر این باور است که:

«کلا دنیای مجازی روی بدنسازی خیلی مانور میده و هر روزه از بدن های زیبا رونمایی میکنه. کلا هر جایی توی مجازی حالا مثلا اینستاگرام، وقتی واردش می شی می بینی یه آقای اون ور دنیا اومده و بدن جذابی درست کرده و خیلی مورد تایید همه قرار گرفته و شخصیت دیگه ای داره و به یه چشم دیگه بهش نگاه میکنن خب آدم به خودش میکنه چرا من نه؟ چرا منم اینطور نباشم».

پژمان، ۲۸ ساله، مجرد، کارشناس ارشد فیزیولوژی ورزشی و مربی بدنسازی اینطوری میگه:

«گر سابقه ی بدنسازی تقریبا چند دهه باشه توی شهر سندرچ من میگم اینه دهه ی آخر حتی پنج سال آخر همش بر می گرده به فضای مجازی که خیلی سفت و سخت پا گرفته است. الان یه چیزی بگم خیلی از افراد که میان باشگاه نمایان که ورزش بکنن، فقط باشگاه نقش آتلیه عکاسی رو داره براشون که یه چندتا عکس بگیرن و برن خونه و توی اینستاگرام بارگذاری بکنن».

¹ . Giddens

در عصر حاضر با ظهور شبکه‌های ارتباطی گسترده، مردم در گوشه و کنار این کره ی خاکی می‌توانند از احوالات و سبک زندگی یکدیگر خبر داشته باشند. افزایش استفاده از پلتفرم‌های گوناگون همچون اینستاگرام سبب شده است که افراد بدن‌های متفاوتی را ببینند و به بر ساخت بدنی همچون آنچه در دنیای مجازی می‌بینند گرایش پیدا کنند. حال باید این را در نظر داشت که در گسترش فرهنگ بدن و آنچه مدیریت بدن نامیده می‌شود، رسانه‌ها و ارتباطات ناشی از آن نقشی تعیین کننده دارند. تصور افراد از بدن ایده‌آل اغلب برگرفته از تصاویر رسانه‌ای است. بنابر آنچه بیان داشته شد گرایش به بدنسازی و برساخت بدن مدرن با وجود ابزارهای ارتباطی و کانال‌های بازنمایی این بدن‌ها امری طبیعی جلوه می‌دهد و نهایتاً افراد هر روزه گرایش بیشتری نسبت به داشتن بدنی همگون با آنچه در دنیای مجازی به اشتراک گذاشته می‌شود پیدا می‌کنند.

(۳) استبداد متریک

همانطور که گیدنز می‌گوید، نه تنها بدن پسامدرن به منزله ابراز شخصیت فردی تلقی می‌شود بلکه پروژه‌های بدن نیز در پسامدرنیته متاخر به منزله بخش اصلی برساخت خود قلمداد می‌شوند. از این پروژه‌های بدن می‌توان به برساخت بدن در بدنسازی اشاره داشت. کتاب‌ها و مقاله‌های دانشگاهی متعدد به دلیل مصرف مکمل و داروهای غیر مجاز نگاهی آسیب شناختی نسبت به بدنسازان داشته‌اند. آشکار است که تعداد زیادی از بدنسازان دانش آماتوری دقیقی درباره مصرف مکمل و دارو دارند. در واقع کمک گرفتن از مواد شیمیایی به یکی از عناصر همه ورزش‌ها تبدیل شده است اما به نظر می‌رسد که بدنساز از منظر تمرکز منفرد بر بدن، انگشت نامترین و افراطی ترین مصرف کننده همه این موارد است. افرادی که بدنسازی کار می‌کنند دلمشغولی بسیار بالایی نسبت به تغییرات بدنی خود دارند همانطور که در مبانی نظری به این موضوع اشاره شده است، مارک سیمپسون^۱ (۱۹۹۲) مشاهده کرده است ست که بدنسازی مبتنی بر استبداد متر اندازه گیری است: گردن، پشت بازو، سینه، بازو، پا؛ اینچ‌ها انسان‌ها را اندازه می‌گیرند. ما می‌توانیم این نکته را بیافزاییم که بدنسازی به همان میزان اگر نه بیشتر مبتنی بر استبداد مقدار تجویز شده مکمل و داروها می‌باشد (ریچاردسون، لاکس، ۱۳۹۸: ۱۳۱، ۱۳۰، ۱۲۶).

سوران، ۲۵ ساله، مجرد و مغازه دار در این باره می‌گوید:

«من هم دارو و هم مکمل مصرف کردم. من مکمل بهم پیشرفت داد چون جای پیشرفت داشتم و همیشه گفتم ورزش کشش فکری می‌خواهد نه کشش بدنی و من از به جایی به بعد دیگه کشش فکری نسبت به بدنم و پیشرفت‌ش نداشتم و وقتی عضلاتم رو اندازه می‌گرفتم میدیدم که دارم درجا میزنم و به همین خاطر بود که دارو شروع کردم، چون وزنم دیگه از به جایی به بعد بالا نمی‌رفت و یا اینکه دیگه مکمل‌ها جوابگو نبودند و یا اینکه توقع خودم نسبت به بدنم بالا رفته بود. البته به هیچ کس هم توصیه نمی‌کنم که این کار را انجام بده. شاید من دوست داشتم به اون چیزی که می‌خوام زودتر برسم چون وقتی بدنت حجم بیشتری داشته باشه جذاب تر هم میشه».

بهنوش، ۴۶ ساله، متأهل، فوق دیپلم و مربی بدنسازی اینطور می‌گوید:

«آره طرف میاد هر ماه عضله هاشو اندازه گیری میکنه و دلش اینه که آیا رشد کرده و میتونه این راه رو ادامه بده یا نه؟ و اگر هم عضلاتش تغییری نکرده باشه بیاد و گریزی بزنه، اینجاست که دوباره پای مکمل و دارو باز میشه به حوزه بدنسازی. به چیز دیگه هم هست که افراد میخوان زود و جی پاسی به بدن ایده آل برسند و بغض آیا احساسی برخورد میکنند نه عقلانی. نمیکن که فلان ورزشکار چقدر استمرار و تمرین داشته فقط میگن ما بیایم و یک شبه ره صد ساله رو بریم».

¹. simpson

جامعه مدرن پیوسته شتاب روز افزون تری به خود می‌گیرد به گونه‌ای که انسانها همیشه احساس کمبود زمان را با خود دارند. هارتموت رزا در کتاب شتاب و بیگانگی این موضوع را مورد بررسی قرار داده است و بیان می‌دارد که احساس وجود شتاب در جهان پیرامون ما هرگز انسان مدرن را ترک نگفته است. اما در قرن بیست و یکم زمینه فرهنگی به کلی عوض شده است. امروز شتاب به یک ضرورت ساختاری تبدیل شده است ما باید نوآور، خلاق، سخت کوش و سریع باشیم. این شتاب در سرعت زندگی، تاریخ، فرهنگ و جامعه جلوه پیدا کرده است. در شتاب دگرگونی اجتماعی نگرش‌ها، ارزش‌ها، مدها، زبان‌های اجتماعی و نیز کردار و عادات‌ها به میزان هرچه بیشتر دگرگون می‌شوند. این مساله انسان امروزی را هم در شتاب برای دستیابی به رویاهایش تحت تاثیر قرار داده است. در جامعه بدنمند کنونی سوژه‌های انسانی تمایل دارند که از هر دست آویزی از ورزش گرفته تا مصرف مکمل و دارو برای بر ساخت هرچه سریعتر بدن ایده آل خود اقدام کنند.

(۴) بدن همچون نمایش

فشارهای اجتماعی بر تصویر بدنی و مدیریت بدن در دهه‌های اخیر به میزان قابل توجهی مرتبط با تغییرات وزنی و شکل بدن مطرح است. افراد درگیر بر ساخت شکل بدن خود بر مبنای تقاضاهای جنسیتی، تناسب اندام و بازنمایی این بدن در محیط اجتماعی می‌باشند. ارائه روایتی بصری از خود و بدن خود یکی از مولفه‌های اصلی وجود اجتماعی انسان‌ها می‌باشد، تصویر بدن یک فرد پیرامون ایده‌ها و انتظارات جامعه در مورد چگونگی بازنمایی بدن شکل و سازماندهی می‌گیرد و نه اینکه فرد چگونه به تنهایی شکل بدن را درک می‌کند. همچنین مردانگی و زنانگی ویژگی‌های ذاتی سمژه‌های تجسم یافته نیستند، بلکه موضوعات مربوط به بازنمایی هستند. ایده آل‌های تنانه در هر جامعه‌ای در کنش‌های اجتماعی افراد نسبت به یکدیگر شکل می‌گیرد البته نباید از این قضیه چشم پوشی کرد که در دنیای ابزارهای ارتباطی نوین بیشترین کنش‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی بازنمایی می‌گردند و مورد نمایش قرار می‌گیرند. در واقع امروزه می‌توان مدیریت بدن و مدیریت تناسب اندام سوژه‌های اجتماعی را در همسویی با نمایش‌های اجتماعی در تمامی ساحت‌های اجتماعی مورد پذیرش قرار داد.

در این مورد سپیده، ۲۳ ساله، مجرد و دانشجو می‌گوید:

«می‌خواهم به اون وزنی که خودم دوسدارم برسم. من پایین تنه ام به نسبت درشت تره دوس دارم جمع و جور تر بشه البته چون وزنم بالتر بود و وزن هم کم کردم بدنم شل شده، بازو هام و پوست شکمم خیلی شل شده خب باید ورزش بکنم تا سفت بشه کلا باید خودم رو جمع جور کنم. نمیدونم احساس میکنم روی جذابیت خیلی تاثیر داره و اینکه بالخره انسان یه روزی متاهل میشه».

محمد، ۲۵ ساله، مجرد و دانشجو نظرش را اینطور بیان می‌کند:

«دوسدارم سرشانه‌های درشتی داشته باشم به اضافه ی بازو و پشت بازوهای درشتی داشته باشم ولی پاهام نسبت به بالا تنه ام کوچیک تر باشه و کمر باریکی داشته باشم در کل بدنم حالت V یا شکل بدنی مانند عدد ۷ داشته باشم. به نظر من بدنی که ورزشکاری نباشه و به چشم نیاد زیاد جالب نیست».

با توجه به رویه‌ای که ما در زندگی روزمره نسبت به بدن هایمان در پیش گرفته ایم، بدن هر فرد ابتدایی ترین و در دسترس ترین ابزار برای بازنمایی و شناخت فرد تلقی می‌شود. در واقع افراد بر این باورند که هر گونه تغییر و دگرگونی بدنی سبب بروز تغییراتی در در زندگی اجتماعی نیز می‌شود که این امر امتیازاتی را به دنبال خود برای فرد مهیا می‌کند. لذا دست یابی به ایده آل‌های زیبایی بدنی به وسیله ورزش کردن، این توانایی را به فرد می‌دهد که بتواند نشانگان به زعم خود نازیبای بدن خود را تغییر یا بزدايد و بیشتر از حضور در اجتماعات انسانی و نمایش و بازنمایی بدنی خود لذت ببرد.

(۵) اندامگان فانتزی پست مدرن

به نظر جیمسون فرهنگ پست مدرنیسم، فرهنگی تقلیدی و سرهم بندی شده است که سیر تجاری و کالایی شدن جامعه در سرمایه داری متأخر، فاکتور اصلی این فرهنگ محسوب میشود. جیمسون نابودی و اضمحلال سبک شخصی را از صفات اصلی فرهنگ پست مدرنیسم می‌داند و دائماً به این قضیه اشاره دارد که فرهنگ پست مدرنیسم، فرهنگی سطحی است؛ فرهنگی که از تصاویر و سطوح عجین شده تا توده‌های مردم را وادار کند که آن را از روی انفعال و بی تمیزی مورد پذیرش قرار دهند. به عقیده ی او رسانه‌های نوین مبلغ نوع جدیدی از سبک زندگی هستند که در این سبک، تبلیغات معطوف به تصاویر سطحی و بدون معنای عمقی است (تاجیک، ۱۳۸۷). اندیشه پست مدرن که بر پایه‌های ابهام، سیالیت و مصرف برای استوار است، بدن و برساخت نوین آن را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است. بدن در این دوران از طریق تبلیغات و تجاری سازی و کالایی شدن به امری خیالی و قابل خرید و مصرف تبدیل شده است. سوژه‌های اجتماعی دچار فانتزی‌های ذهنی درمورد شکل و فرم بدنی خود میشوند که به آنها تحمیل شده است. آنچه امروز به وفور رویت پذیر است تلاشهای بی فرجامی ست که انسان‌ها برای دستیابی به اندام‌هایی فانتزی همچون سیکس پک، هیکل ساعت شنی، کمر باریک باری و ... انجام می‌دهند و میل به ساخت بدن خود در سطحی ترین حالت ممکن دارند.

روژان، ۳۹ ساله، مجرد، مربی بدنسازی در این باره می‌گوید:

«بیخشید (با خجالت) این روزا اگه خانومی سینه‌های درستی داشته باشه دوست داره کوچیکش کنه، اگه باسن کوچکی داشته باشه دوست داره بزرگش بکنه، یعنی کلاً تمامی اندام هاشون برعکسشو می‌خوان درست بکنن. کلاً تضاد بین کوچک و بزرگ هستش و میخوان به اون چیزی که ایده آل جامعه هستش برسن مثلاً الان سایز سینه ۸۵ ایده آل خانوماست اگه کسی سینهش کوچیک باشه میخوان بزرگش کنه و بکندش سایز ۸۵ و اگر بزرگتر باشه میخوان کوچیکش کنه بکندش ۸۵. همه اینها حول یک محور می‌چرخه و اونهم تعاریفی هستش که جامعه از زیبایی به ما میده و از ما میخاد».

پژمان، ۲۸ ساله، مجرد، کارشناس ارشد فیزیولوژی ورزشی و مربی بدنسازی می‌گوید:

«این به چیزی که خیلی مشهوره، آقا سیکس پک میخواند و خانوم سیرینی (عضلان باسن) میخاد. جدای از تناسب اندام و کسایی که لاغر نمی‌خوام چاق بشن یا چاقن میخوان لاغر بشن ۹۵ درصد سیکس پک میخوان و سیرینی میخوان درست بکنن. اصلاً انگاری ورزش بدنسازی رو فقط ختم به این دو قسمت کردن».

تلاش برای ایجاد تناسب در اندام‌های مختلف زمانی اهمیت پیدا می‌کند که فرد با فرم اندامی خود مشکل دارد و ترجیح می‌دهد که به فرمی مانند ساعت شنی که از نظر اکثریت جامعه ایده‌آل تلقی می‌شود نزدیک شود. فرم‌های بدنی ایده‌آل‌هایی است که همواره متغیر بوده و عوامل بسیاری در این موضوع دخیل می‌باشند. در هر برهه‌ای از تاریخ اندامگان خاصی مورد توجه و به عنوان تیپ ایده‌آل بدنی معرفی شده است. به عنوان نمونه در جامعه صد سال پیش ایران فربه و چاق بودن دال بر سلامتی بود و افراد لاغر انواع برجسب‌های اجتماعی را باید تحمل می‌کردند در حالی الان عکس موضوع در ایران صادق است. در هر جامعه‌ای زمانی تلاش برای ایجاد تناسب در اندام‌های مختلف اهمیت پیدا می‌کند که فرد خود را در مقابل هجمه‌ای از تغییرات زیبایی شناختی فرهنگی نسبت به بدن احساس می‌کند و ترجیح می‌دهد که مثلاً بدنش را به فرمی مانند ساعت شنی که از نظر اکثریت جامعه ایده‌آل است نزدیک کند. البته ایده‌آل‌های زیبایی شناسانه دیگری نیز همچون بدن حجیم، عضلانی، موی شیو شده و سیکس پک از داغ ترین فاکتورهای زیبایی مد روز هستند که رسانه‌های جمعی و صنعت زیبایی هر لحظه در تکاپوی تولید و بازتولید این‌ها هستند.

۶) بدن ویترونی مهندسی شده

تشویش و اضطراب ناشی از نداشتن فرم بدنی ایده آل هم‌نوا با آنچه مورد پذیرش عموم در جامعه است، سبب می‌شود که فرد میل به تغییر در بدن ظاهری خود داشته باشد. در چنین شرایطی جامعه را می‌توان به سان نمایشگاهی فرض کرد که افراد به عرضه اندامگان بیرونی خود می‌پردازند. بیان خود یا نمایش دادن خود ظاهری در واقع به آن جنبه‌ای از وجود انسانی اشاره دارد که قابل عرضه به دیگران است. چنین دیدگاهی به بدن تا حد زیادی سبب مورد غفلت قرار گرفتن بدن داخلی یا درونی فرد می‌شود که مخاطراتی را به دنبال دارد و این چنین است که بدن‌های انسانی حالتی ویترونی و ظاهری پیدا می‌کنند. این قضیه از جانب بازارفرهنگ مصرفی به گونه‌ای مهندسی شده است که در صورتی که فرد استطاعت مالی داشته باشد می‌تواند از طرق مختلف که یکی از آنها ورزش بدنسازی است، هزینه کرده و بدن ویترونی مهندسی شده را تا جایی که بدنش تا بتوان داشته باشد به دست بیاورد. البته نباید از این موضوع غافل ماند که جذب بدن بیرونی در برهه کنونی به شدت معادلات اجتماعی را تحت تاثیر خود قرار داده و همین امر هم دال مهمی برای میل به بر ساخت بدن بیرونی و مورد غفلت قرار گرفتن بدن درونی می‌باشد.

فوزیه، ۳۴ ساله، مجرد و خانه دار بر این باور است که:

«به نظر من بدنسازی زیبایی و بدن بیرونی، چون آدم با نیم ساعت پیاده روی و تغذیه سالم میتونه سلامت خودش رو حفظ کنه. بدن بیرونی توی بدنسازی خیلی اهمیت داره، چون جامعه همش شده زیبایی. چون من وقتی کسی را از دور میبینم اولین چیزی که از اون میبینم ظاهرش هست. الان من هیچکس دوست نداره از لحاظ ظاهری نسبت به کس دیگه‌ای کمبود داشته باشه و برای اینکه خیلی اهمیت به ظاهر نشون میدن و به نظرم هم اینکه بدنسازی تعیین حد گسترش پیدا کرده دلیلش همین جنبه زیباییه و بس».

سهیلا، ۳۱ ساله، متأهل و خانه دار اینطور می‌گوید:

«باور کنید درونیه اصلاً بهش فکر نمیکنم من بدن بیرونی برام مهمه چون بدن بیرونی که جلوی چشم و همه میبینن، ببینید توی دل هر چی باشه تا به زبون نیاد هیچی مشخص نیست ولی بدن خودش گویاست برقرار میکنه».

فراگیری و دسترسی همگانی به اینترنت در میان جوامع مختلف سبب شده است که فرهنگ مصرفی امروز به واسطه مد و تبلیغات دست به معرفی محصولات آرایشی، رژیم‌های تغذیه، ورزش و جراحی زیبایی برای رسیدن به بدنی زیبا بزند. بدن و ظاهر افراد امروزه به منزله نمادی به حساب می‌آید که معانی فرهنگی نیز به آن آویخته شده است، و هویت یابی افراد نیز تا اندازه زیادی از این طریق شکل می‌گیرد. همچنین رواج مقوله‌هایی همچون تناسب اندام سبب گشته است که مخاطبان این محموله‌های فرهنگی هر روز بیشتر به فکر بر ساخت بدنی بیرونی متناسب و همسو با ایده آل‌های مورد پسند عموم گام بردارند. البته باید این موضوع را هم خاطرنشان کنیم که درصد زیادی از زیبایی که در گذشته متعلق به صورت و چهره فرد بود در جامعه امروزی به فیزیک بدنی ارجاع پیدا کرده است.

۷) امپریالیسم فرهنگی بدن رسانه‌ای

انسان در همه ابعاد وجودی قابل تربیت است و از مهمترین آنها بعد جسمانی است. اگر نگاهی به رسانه‌ها بیاندازیم پی خواهیم برد که چه مقدار تولیدات رسانه‌ای درباره بدن و محصولات مرتبط با بدن می‌باشد. بدن مقوله‌ای بسیار گسترده است و مواردی همچون لوازم آرایشی، پوشاک، مد، ارتباطات غیر کلامی، سلامت و ... را به همراه خود دارد. در جامعه امروزی پیکر جسمانی انسان دلالت‌های فرهنگی - اجتماعی متعددی دارد و توجه به تربیت جسمانی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. چنانچه کریس

بارکر در کتاب مطالعات فرهنگی خود بیان می دارد ضرورت داشتن بدنی قابل قبول، خوش فرم و سالم در زندگی امروزه دیگر به حیطه های سلامت و زیبایی شناسی تعلق ندارد؛ بلکه به حوزه های داوری اخلاقی نیز رسوخ پیدا کرده است. امروزه داشتن تپیی ایده آل از بدن نه تنها به ظاهری خوش سلیقه و دلپذیر یا حتی طول عمر مربوط می شود بلکه به فضیلت اخلاقی نیز ارجاع داده شده است. تغییرات بدن از طریق مد و تزئین بدن تبدیل به بخش مهمی از پروژه های هویتی معاصر شده است. این مجموعه از استراتژی های سلامت و زیبایی همواره روایت هایی از تغییر و قاعده مند شدن خویشتن ارائه می دهد. همچنین شیلر (۱۹۶۹) چنین استدلال می کند که رسانه ها با دریافت حمایت ایدئولوژیک از سرمایه داری و به ویژه شرکت های فراملیتی سعی دارند که ذهن مخاطبان خود را به گونه ای دستکاری کنند که به شرایط موجود فرهنگ جسمانی و کار با بدن وابسته باشند (بارکر، ۱۳۹۶: ۵۷۲). قائل شدن به چنین نقشی برای بدن در جامعه کنونی منجر به همه گیر شدن فرهنگ جسمانی حاکم و همچنین کار با بدن برای حضور در تمامی ساحت های مختلف اجتماعی می باشد.

جمیل، ۳۸ ساله، متاهل و کارمند بانک اینگونه نظرش را بیان می دارد:

«به نظر من این فضای مجازی بیشتر به خصوص این شخصیت های مجازی مانند خواننده ها، بازیگرا، ورزشکارا باعث شدن که این همه بدن اهمیت پیدا کنه. قبلا این امکانات فضای مجازی نبود ولی الان اینا رو میبینیم و به سمت اینها کشش پیدا می کنیم. قبلا یه تلویزیون بود و چهار تا کانال سیاه و سفید که اصلاً هم روی این قضایا تاکید نمی کرد ولی وقتی ماهواره و گوشی و اینا اومد دیگه شرایط تغییر کرد. من اعتقادم اینه ۸۰ تا ۹۰ درصد مردم دچار چشم و هم چشمی شدند اونم نه با دیگران بلکه با کسانی توی فضای مجازی. مردم بدنشون رو بر طبق اون چیزی که توی فضای مجازی می بینن میخوان جلو ببرند».

هومن، ۳۰ ساله، متاهل و کارمند در این زمینه می گوید:

«قطعاً بحث بیزنس هست ورزش های دیگه توی شهر سندرچ اصلاً اینطوری نیست. چون ورزش های دیگه این بحث فروش مکمل و برنامه و اینا توش نیست. یا مثلاً همین ورزش بدن سازی میدونی چقدر باید پول تردمیل و تمرینات هوازی را پرداخت کنیم. حتی الان بدنسازی ها چند منظوره هم شده و همش هم درآمد زایی هستش. البته به نظرم توی بدنسازی هرچه پولدار تر باشی میتونی موفق تر هم باشی. چون خیلی از باشگاه های طبقه بالا و لاکچری کسانی که میرن اونجاها پول های کلانی رو برای بدنشون هزینه می کنن. بعدشم اگه درآمد زایی نبود که سر کوجه یه باشگاه بدنسازی نمی دیدیم».

در فرهنگ معاصر ما همواره به نمایش «کار بدنی» فرا خوانده می شویم، کاری که به حفظ کردن وضعیت مطلوب و خاص جسم مربوط می شود. این فرایند می تواند از سویی به عنوان پیامد انفعالی قدرت انضباطی و از سویی دیگر، به عنوان پروژه فعال بر ساخت هویت درک شود. بنابر آنچه مصاحبه شوندگان در این قسمت بیان داشتند می توان گفت که افراد تا اندازه زیادی زندگی خود را تحت تاثیر شکل و فرم بدنی خود مدیریت می کنند و چگونگی شکل بدن می تواند بسیاری از مسائل اجتماعی را پوشش بدهد. آنها حاضرند هر روزه با بدن خود کار کنند تا ایده آل به نظر برسند ولی شرم ناشی از بدن طبیعی را تحمل نکنند. بدن امروزه به کالایی گرانبها تبدیل شده که می توان آن را با قیمتهای گزافی به دیگران فروخت. همچنین ورزش که همواره هدفی متعالی بوده تحت سلطه گفتمان بدن فرهنگی شده به ابزاری برای استیلای انسانها بدل شده است. ورزش (در اینجا ورزش بدن سازی) دیگر فقط در خدمت سلامتی نیست بلکه همچون پدیده های صنعتی و تجاری به آن نگریسته می شود که همپای بر ساخت بدن های ایده آل نوین می تواند بیزینسی پردرآمد باشد. ورزش در زندگی روزمره اکنون انسان ها دیگر کمترین ارتباط را با روح انسان ها دارد و هر آنچه هست جسم و مقوله هایی حول جسم مندی می باشد.

۸) هویت فردی به مثابه بدن بزرگ شده

در دهه‌های اخیر، دغدغه‌ی جهانی فزاینده‌ای نسبت به اندازه، شکل، عملکرد و ظاهر بدن‌ها شکل گرفته است. این دغدغه با مرکزیت ریخت و قیافه در فرهنگ مصرفی شدت گرفته است؛ فرهنگی که جوانی مقدس، تن جنسی شده و خوش تراش را بر سر نهاده است، تنها به دلیل اینکه بگوید چنین چیزی به واقع برای همه ما دسترسی پذیر است. اهمیت رشد یابنده‌ی زیبا شناسی جسمانی، فقط به پارامترهای فرهنگ مصرفی محدود نمی‌شود، بلکه برای طیفی از گروه‌های مذهبی، ملی گرا و دیگر گروه‌ها نیز اهمیتی داثما فزاینده برای خود جعل کرده است (ترنر و یانگمن^۱، ۲۰۰۹). بدن به عنوان بی واسطه ترین و مستقیم ترین پدیده‌ای که می‌تواند بیانگر تمایز در شیوه زندگی و سنخ‌های هویت باشد، اهمیت روز افزونی می‌یابد و بدین ترتیب ما بدن را به سان یک اصل هویتی مورد پذیرش قرار خواهیم داد. توانمندی ایجاد یک هویت قابل قبول اجتماعی از طریق سبک‌های زندگی که در مرکز آن مدیریت بدن قرار دارد شکل می‌گیرد. بدن در دوران جدید اغلب به عنوان پدیده‌ای در نظر گرفته می‌شود که به منظور بیان هویت افراد شکل می‌گیرد، آراسته می‌شود و پرورش می‌یابد (شیلینگ، ۱۹۹۳: ۱۷۹، ۳۹۰). لذا هرگونه ایجاد تغییر در فرم و شکل بدن سبب بروز تغییرات مهم در هویت فرد شده و نشانگر این است که بدن در عصر حاضر می‌تواند به وسیله بازنمایی و مصرف فرهنگی بدن که از خصایص برجسته در جامعه ما محسوب می‌شود، به مثابه هویت اجتماعی تلقی شود. در واقع آنچه از آن به عنوان ظاهر بینی یاد می‌شود می‌تواند همین شناسایی هویت افراد از طریق ظاهر بدن بزرگ شده یشان باشد. به گونه‌ای که هویت به شدت تنانه گشته است و در جامعه نمایشی امروز هیچ کسی لایه‌های پنهان هویتی خود را بروز نمی‌دهد.

شهاب، ۳۰ ساله، مجرد و مهندس در این مورد می‌گوید:

«به نظر من در جامعه ما اگر قدرت بیان خوبی داشته باشی و همزمان بدن ایده آل و رو فرمی داشته باشی، حتی اگر تحصیلات نداشته باشی به نظر من ۸۰ درصد ارتباطات رو می‌بری. چون مردم اکثرشون ظاهر بین هستن و عقلشون به چشماشونه. الان شما خیلی هم کتابخون باشی کسی نمیدونه ولی اگر بدن رو فرمی داشته باشی وقتی از خیابان یل جایی رد می‌شی همه بهت توجه میکنن».

بیتا، ۱۸ ساله، مجرد و محصل می‌گوید:

«منی دونم حالا برای شخصیت خودم هست یا برای ورزش و بدنم بوده ولی این دو سال محبوبیت دو چندانی پیدا کردم میان فامیل و دوستانم و کلا کسانی که باهاشون ارتباط دارم. این قضیه در دنیای مجازی هم فوق العاده تاثیر گذار بوده و باعث محبوبیتم شده و حس خوشایندی دارم به صورت کلی».

معیارهای اجتماعی در مقایسه با دهه‌های پیشین تغییرات بسیاری کرده است. مقبولیت اجتماعی‌ای که در زندگی روزمره، دنیای مجازی و حتی در عرصه ارتباطات اجتماعی به میانجی بدن به دست می‌آید، سبب گشته است که انسان‌ها بیش از پیش در صدد شناساندن خویش به دیگران به واسطه بدن‌هایشان باشند. ارتباطات جهان گستر در زندگی مدرن باعث داشته است که افراد هر لحظه بیشتر نیازمند ارتباط و تایید از جانب دیگران باشند. انسان امروز به روحیه و اعتماد به نفس بالایی نیاز دارد تا بتواند ارتباطات روزمره را به نفع خود به سرانجام برساند، اینجاست که اهمیت بدن نمایان می‌شود زیرا بنابر آنچه که بیان داشته شد اعتماد به نفس در دنیای کنونی ارتباط مستقیمی با داشتن بدن روی فرم و ایده آل دارد. البته لازم به ذکر است گاهی و یا شاید به وفور دیده شود که این اعتماد به نفس حالتی از خودشیفتگی و اعتماد به نفس توخالی را به خود گیرد.

¹ . Turner and Yangman

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج پژوهش و مضامین به دست آمده، ایده کلی در باب روایت مصاحبه‌شوندگان از ورزش بدنسازی معطوف به این امر می‌باشد که افراد در جامعه‌ای به شدت بدنمند زندگی می‌کنند و انتخاب و فعالیت ورزشی هم بیشتر صیغه‌ای زیبا شناسانه دارد تا اینکه خود جوهر ورزش مد نظر باشد. با تغییرات کلی در سبک زندگی و گسست از زندگی سنتی و شکل‌گیری سرمایه‌داری نوین در قرن حاضر، همچنین تغییرات ارزشی از سنتی به مدرن افراد هم در سرتاسر دنیا دیدگاهی متفاوت تر نسبت به بدن و جایگاه بدن پیدا کرده‌اند.

سرمایه‌داری همچون یک سیستم اقتصادی همیشه سعی در تولید کالاهایی برای سود بیشتر در مبادلات داشته است. اما این بار بدن، نحوه بر ساخت و فرآوری آن را سوژه‌ی خود قرار داده است. در نظام سرمایه‌داری بدن از طبیعت به کالا، از ارزش مصرفی به ارزش مبادله‌ای و از کالا به پول نقل مکان می‌کند و لذا ارزش بدن در بازار ایده‌آل‌های تنانه‌مورد نظر فرهنگ مصرفی سرمایه‌داری تحقق پیدا می‌کند. در چنین شرایطی انسان و بدنش در وضعیتی مشابه کالا قرار دارد. در دوران کنونی بدن ارزشی مبادله‌ای را در ارتباطات انسانی ایفا می‌کند و شباهت با آنچه لازمه‌ی این ارزش‌های بدنمند مبادلات انسانی است مولد یک اجتماع‌پذیری مصونیت بخش می‌باشد. حرکت بدن از ارزش مصرفی به ارزش مبادله‌ای ذات کالاسازی می‌باشد و اینجاست که بدن همچون کالا، کیفیت و مطلوبیتش را کارکردهای مبادله‌ای تعیین می‌کند و این کالایی شدن به مساله روابط بین انسان‌ها نیز انتقال می‌یابد. انسان‌ها به دنبال معیاری برای مقایسه بدن‌های خود هستند که این معیارها توسط رسانه‌های جمعی تحت سلطه فرهنگ سرمایه‌داری بازنمایی می‌شود و انسان‌ها همیشه در تلاش اند که خود را به این معیارها نزدیک بسازند. در واقع بدن به عنوان نماینده‌ی نمادین ارزشی که سوژه‌ها برای خود در برابر سایر سوژه‌ها قائل هستند عمل می‌کند، لذا سوژه انسانی بدن را به عنوان ابزاری برای بازنمایی ارزش خود به عنوان آینه‌ای برای انسانیت خود بر ساخت می‌کند.

ورزش بدنسازی هم که طی دهه‌های اخیر وارد جامعه ایران گشته است تحت سیطره فرهنگ بدنی کالایی شده و صنعت زیبایی، از ورزش و فرهنگ ورزشی حاکم در ایران سنت زدایی کرده است و فرهنگ و دیدگاهی نوین را نسبت به بدن به وجود آورده است. صنعت آراسته‌گری موفق شده است ورزش بدنسازی، تحت فشار قرار دادن و شکنجه‌ی بدن را روشی برای زیبایی و تناسب اندام عامه پسند معرفی بنماید و محبوب جلوه دهد. ورزش بدنسازی هم همچون صنعتی که با صرف هزینه‌های کلان برای تبلیغات، به مخاطبانش القا می‌کند، بدنی ایده‌آل است که صنعت آراسته‌گری آن را توسط رسانه‌ها و تبلیغات رونمایی می‌کند. بنابراین رابطه‌ی سوژه با بدن خود به جدالی مشمئزکننده میان بدن واقعی و بدن آرمانی تبدیل می‌شود و در نهایت کار این جدال مولفه‌های جا افتاده در ذهن واقعیت بدن را شکست می‌دهد. نتیجه این شکست سوژگی زدایی و کالایی‌سازی بدن است. بدن کالایی شده برای اینکه بتواند در مبادلات انسانی جایگاهی داشته باشد باید بی‌وقفه به روز رسانی شود و از بازار رقابت عقب نماند. در واقع مکانیزم صنعت آراسته‌گری طوری طراحی شده است که بدن‌هایی را از پیش طراحی شده به عنوان گزینه‌هایی در ورزش بدنسازی بارگذاری می‌کند و سوژه‌ها به سان قربانیانی مجبور به انتخاب یکی از گزینه‌های از پیش طراحی شده می‌باشند. در نتیجه افراد تحت سلطه صنعت آراسته‌گری قرار گرفته و جوامع و زندگی اجتماعی هر چه بیشتر به سوی بدنمند بودن پیش می‌رود و سوژه‌های اجتماعی بیشتری هم هر روز در گیر زیباسازی بدن خود از طریق این ورزش می‌شوند. در نهایت نباید این امر را نادیده گرفت که تأثیرات منفی این ورزش در جوامع توسعه نیافته بسیار بیشتر به چشم می‌آید و افراد بیشتری را تحت سلطه‌ی خود قرار می‌دهد.

منابع

- شیلر، هربرت (۱۹۶۹). وسایل ارتباط جمعی و سلطه آمریکا. ترجمه: احمد میرعابدینی. تهران: انتشارات سروش، سال ۱۳۷۷.
- بودریار، ژان (۱۳۸۹). جامعه‌ی مصرفی. ترجمه: پیروز ایزدی. تهران: نشر ثالث.
- جیولیونوتی، ریچارد (۱۹۶۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی انتقادی در ورزش. ترجمه: افسانه توسلی، تهران: نشر علم، ۱۳۹۱.
- بارکر، کریس (۱۹۵۵). مطالعات فرهنگی (نظریه و عملکرد). ترجمه: مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.
- شیلینگ، کریس (۱۹۹۳). بدن و نظریه‌ی اجتماعی. ترجمه: حسن شهرکی. تهران: انتشارات انسان‌شناسی.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۷). «بحران معرفت‌شناختی در عصر جهانی شدن»، مجموعه مقالات جهانی شدن، فرصت‌ها و چالش‌های نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات راهبردی سازمان آموزش و پرورش شهر تهران.
- جواهری، فاطمه (۱۳۸۴). دلالت‌های حرفه پزشکی برای نظم جامعه. مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی ششم، شماره ۲، ۱۳۸۴، ص ۴۵-۷۲.
- کاریگان، پیتر (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی مصرف. ترجمه: سعید صدراالاشرفی، تهران: نشر گل‌آذین.
- علی پور هرچگانی زاده، سعید (۱۳۹۱). تبارشناسی ستاره سینمای ایران، تهران: نشر علم.
- ذکابی، محمد سعید، امن پور، مریم (۱۳۹۲). درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن در ایران. تهران: نشر تیسرا.
- نادریان جهرمی، مسعود (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی در ورزش. تهران: نشر بامداد کتاب.
- ریچاردسون، نایل و لاکس، آدام (۱۳۹۸). مطالعات فرهنگی بدن. ترجمه: حسین حسینی، تهران: نشر نیو.
- باومن، زیگمونت و می، تیم (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی کاربردی در زندگی روزمره. ترجمه: راضیه خزاعی. تهران: نشر لوح فکر.
- خبرگزاری ایرنا، (۱۳۹۶). <https://www.irna.ir/news/82507908>.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی. ترجمه: هوشنگ ناییبی. تهران: نشر نی.
- نوری، علی و محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن با تأکید بر خودنمایی: مورد مطالعه: مردان شهر تهران. بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۲۹-۵۳.
- Schiller, Herbert (1969). Mass Communication and American Dominance. Translated by Ahmad Mirabedini. Tehran: Soroush Publications, 1998. (in persian)
- Baudrillard, Jean (2010). The Consumer Society. Translated by Pirouz Izadi. Tehran: Nashr-e Salees.
- Giulianotti, Richard (1966). Critical Sociological Theories in Sport. Translated by Afsaneh Tousli. Tehran: Nashr-e Elm, 2012. (in persian)
- Barker, Chris (1955). Cultural Studies: Theory and Practice. Translated by Mehdi Faraji and Nafiseh Hamidi. Tehran: Institute for Cultural and Social Studies, 2008. (in persian)
- Shilling, Chris (1993). The Body and Social Theory. Translated by Hasan Shahraki. Tehran: Anthropology Publications. (in persian)
- Tajik, Mohammadreza (2008). "Epistemological Crisis in the Era of Globalization," in Globalization: Opportunities and Challenges of the Education System of the Islamic Republic of Iran, Tehran: Strategic Studies Institute of Tehran Education Organization. (in persian)
- Javaheri, Fatemeh (2005). "The Implications of the Medical Profession for Social Order," Iranian Sociology Journal, Vol. 6, No. 2, pp. 45-72. (in persian)
- Carrigan, Peter (2017). Sociology of Consumption. Translated by Saeed Sadr Al-Ashrafi. Tehran: Golazin Publishing. (in persian)
- Alipour Harchgani Zadeh, Saeed (2012). Genealogy of Iranian Cinema Stars. Tehran: Nashr-e Elm. (in persian)
- Zakaei, Mohammad Saeed & Amanpour, Maryam (2013). An Introduction to the Cultural History of the Body in Iran. Tehran: Tisa Publishing. (in persian)

- Nadrian Jahromi, Masoud (2010). *Fundamentals of Sociology in Sport*. Tehran: Bamdad-e Ketab Publishing. (in persian)
- Richardson, Niall & Lox, Adam (2019). *Cultural Studies of the Body*. Translated by Hossein Hassani. Tehran: New Publishing. (in persian)
- Bauman, Zygmunt & May, Tim (2011). *Applied Sociology in Everyday Life*. Translated by Razieh Khazaei. Tehran: Louh-e Fekr Publishing. (in persian)
- IRNA News Agency (2017). <https://www.irna.ir/news/82507908>(in persian)
- Giddens, Anthony (2016). *Sociology*. Translated by Houshang Nayeibi. Tehran: Nashr-e Ney. (in persian)
- Nouri, Ali & Mohseni Tabrizi, Alireza (2016). "A Sociological Explanation of Body Management with Emphasis on Self-Presentation: A Case Study of Men in Tehran," *Iranian Social Issues Review*, pp. 29-53. (in persian)
- Bordo, S. (2003) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*, 2nd edn. Berkeley: University of California Press.
- Ehrenreich, B. and Hochschild, A. (2002) *Global Woman*. London: Granta
- Klein, A. (1991) *Sugarball: The American Game, the Dominican Dream*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Turner, B. (1996). 1984. *The Body and Society*. London, Sage.
- Sandvik MR. (2019), Sport, stories, and morality: a Rortyan approach to doping ethics, *Journal of the Philosophy of Sport*; 46(3): 383-400.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative research*, 1(3), 385-405.
- Turner, B.S. and Yangman, Z. (eds) (2009) *The Body in asia*. Londin: Sage.
- Simpson, Mark (1992) *Male Impersonators* (London: Cassell).