

عنوان مقاله:

تحلیل پدیدارشناسانه مدیریت بدن در بین دختران و زنان جوان شهر تهران سال 1396

محل انتشار:

کنفرانس ملی رویکردهای نوین علوم انسانی در قرن 21 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

عاطفه آقایی - دکترای ارتباطات دانشگاه تهران-

محسن خلیلی - پزشک و دادیار انتظامی نظام پزشکی تهران

خلاصه مقاله:

بدن به مثابه امری اجتماعی است و برای فهم مدیریت بدن باید به معنای آن نزد کنشگران در زمینه اجتماعی توجه کرد. ایران با رشد شاخص های مدیریت بدن از جمله مصرف فرآورده های آرایشی روبرو است. اما اکثر تحقیقات در این زمینه با رویکرد اثباتی انجام شده، بنابراین این مقاله با رویکرد تفسیری در پی پاسخ به این پرسش است که زنان و دختران جوان شهر تهران چه فهمی از مدیریت بدن خود دارند و آن را چگونه معنا می کنند در این مقاله از روش پدیدارشناسی استفاده کردیم که بر تجربه های دست اول کنشگران تاکید می کند. به این جهت با 26 نفر از زنان و دختران جوان شهر تهران در شش ماه تابستان و پاییز سال 1396 مصاحبه عمیق انجام شد. با این شرط که نمونه ها در شاخص های مدیریت بدن، یعنی استفاده از لوازم آرایشی، انجام اعمال جراحی زیبایی و رژیم های تناسب اندام فعال باشند. گروه سنی مشارکت کنندگان بین 18 تا 23 سال بود و از مناطق مختلف تهران نمونه گیری ها انجام شده و از مصاحبه شوندها رضایت نامه آگاهانه گرفته شد. یافته ها به دو گروه مقوله کلی عوامل خرد و عوامل کلان دسته بندی می شوند. عوامل سطح خرد شامل: نیاز به دیده شدن ایجاد حس اعتماد به نفس، غلبه بر ترس، حفظ آبرو و حیثیت و عوامل سطح کلان شامل: افزایش مشارکت اجتماعی، مقابله با طرد اجتماعی، ایجاد فرصت های ازدواج و دوستی، نمایش تعلق به طبقه اجتماعی بالاتر، حفظ خانواده و روابط زناشویی و شباهت به دیگر اعضای گروه هستند. از یافته های نتیجه می گیریم آگاهی مشارکت کنندگان از مدیریت بدن شان در مواجهه بدنمندان با جهان زیسته شان شکل گرفته و روایتی است که بیش از تمایز در جهت شباهت با دیگران بروز شکل می گیرد.

کلمات کلیدی:

مدیریت بدن، پدیدارشناسی، رویکرد تفسیری، تولید معنا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/718736>

