



Research Article

Social-psychological model of body management of generation (z) based on virtual space and cultural capital with the mediation of social comparison

H. Nouri*¹, E. Valdi²

1. PhD in health psychology, researcher, psychotherapist. Iran. Corresponding Author: sako5652@gmail.com
2. Master's Degree in Clinical Psychology, Faculty of Psychology, Islamic Azad University, Kermanshah Branch, Iran.

Abstract

One of the paradigms proposed in the field of social-psychology of the body, which has become popular among girls today, is the body management of Generation Z, in which girls are faced with changes in the physical characteristics of their bodies after the 2022 protests. The research method was applied in terms of application and purpose, and the survey method was used in terms of descriptive-analytical implementation. The research tools include: Bourdieu's cultural capital questionnaire and the researcher-made questionnaire of girls' body management scale and Gibbons' social comparison. This research was conducted in 2022 and the sample size was made up of 60 girls aged 15 to 30 in Sanandaj, the sampling method was a simple random type and for the analysis of quantitative data, SPSS26 and SMART software were used. PLS has been used. The research findings showed that there is a significant relationship between the variables of generation z body management, cultural capital, virtual space, and social comparison of the mentioned variables. The social-psychological model of body management of generation z (z) based on virtual space and cultural capital with the mediation of social comparison (case study of protest girls 2022) is suitable. The effect of predicting body management of Generation Z girls based on social comparison in this research is equal to 0.42 and the effect of predicting body management based on cultural capital in this research is equal to 0.44 and the effect of predicting body management of Generation Z. based on virtual space in this research is equal to 0.47. In generation z girls of Sanandaj city, social comparison is an essential source of information about the self-management of generation (Z) bodies, and social comparison processes fill the gap between self-related topics and the concept of individual and intergroup identity based on protest psychology. As the consumption of external virtual space increases, the body management of generation z increases. In fact, these results show that the society in question has been exposed to conflicting and emerging sources of identity.

Keywords: Z generation, body management, cultural capital, virtual space, social comparison.

Citation: Nouri, H., Valdi, E. (2023). Social-psychological model of body management of generation (z) based on virtual space and cultural capital with the mediation of social comparison. *Journal of Social Psychology*, 10(66), 91-109.

الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس فضای مجازی و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی

حامد نوری^۱، اقبال ولدی^۲

۱. دکتری روانشناسی سلامت، پژوهشگر، روانشناس و رواندرمانگر، ایران. نویسنده مسئول: sako5652@gmail.com
۲. کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی، دانشکده روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، ایران.

چکیده

یکی از پارادایم های مطرح شده در حوزه روانشناسی - اجتماعی بدن، که امروزه در میان دختران رواج فراوانی یافته، مدیریت بدن نسل Z (زد) است که در آن دختران با تغییر ویژگی های ظاهری بدن بعد از اغتشاشات ۱۴۰۱ مواجه شده است. روش پژوهش از نظر بکارگیری و هدف از نوع کاربردی و از نظر اجرا توصیفی - تحلیلی از روش پیمایشی استفاده شد. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو و پرسش نامه محقق ساخته مقیاس مدیریت بدن دختران و مقایسه اجتماعی گیبونز. این پژوهش در سال ۱۴۰۱ انجام شده است و حجم نمونه را ۶۰ نفر از دختران ۱۵ تا ۳۰ ساله شهرسندج تشکیل داده اند، روش نمونه گیری از نوع تصادفی ساده بوده و برای تجزیه و تحلیل داده های کمی از نرم افزارهای SPSS26 و نرم افزار SMART-PLS استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان داد که میان متغیرهای مدیریت بدن نسل Z (زد)، سرمایه فرهنگی، فضای مجازی، مقایسه اجتماعی متغیرهای ذکر شده رابطه معناداری وجود دارد. الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس فضای مجازی و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی دارای برآزش است. اثر پیش بینی مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) بر اساس مقایسه اجتماعی در این پژوهش برابر است با ۰/۴۲ و اثر پیش بینی مدیریت بدن بر اساس سرمایه فرهنگی در این پژوهش برابر است با ۰/۴۴ و اثر پیش بینی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس فضای مجازی در این پژوهش برابر است با ۰/۴۷ می باشد. در دختران نسل Z شهرسندج مقایسه اجتماعی یک منبع ضروری از اطلاعات درباره خود مدیریتی بدن نسل Z (زد) به شمار می آید و فرآیند های مقایسه اجتماعی شکاف میان مباحث مربوط به خود و مفهوم هویت فردی و میان گروهی بر اساس روانشناسی اعتراض را پر می کنند. با افزایش مصرف فضای مجازی، مدیریت بدن نسل Z افزایش می یابد. در واقع، این نتایج نشان می دهد که جامعه مورد نظر در معرض منابع خارجی تعارض ساز و نوظهور هویت ساز قرار گرفته اند.

کلمات کلیدی: مدیریت بدن نسل Z، سرمایه فرهنگی، فضای مجازی، مقایسه اجتماعی

مقدمه

از پارادایم های مطرح شده در حوزه روانشناسی - اجتماعی بدن، که امروزه در میان دختران و زنان رواج فراوانی یافته، تغییرات مدیریت بدن دختران نسل z است که در آن افراد با تغییر ویژگی های ظاهری بدن بعد از اغتشاشات ۱۴۰۱ دچار دگر دیسی اجتماعی - رفتار روانشناختی شده است. از موضوعات مورد علاقه و مورد پسند دختران نسل زد توجه به مدیریت بدن و نقش ابزاری آن برای نشان دادن خواسته ها، عقاید و الگوی درونی رفتار می باشد. بدن یک موجودیت مهم و واقعی با جنبه زیست شناسی و روان شناسی نیست، بلکه موضوعی است که به صورت اجتماعی و روانشناختی و بین رشته ای مورد پژوهش قرار می گیرد (غفاری، فرامرزینی، ۱۳۹۷). یکی از مشکلات اصلی که دغدغه ی اصلی پژوهشگر در شهر سنندج می باشد، پارادایم تغییر مدیریت بدن دختران نسل z تحت تاثیر فضای مجازی و مقایسه اجتماعی بعد از اغتشاشات اخیر (۱۴۰۱) است بطوری که سرمایه فرهنگی سنتی را به خطر انداخته و افزایش چشمگیر تمایل به اجتناب از حجاب عرفی و تغییرات پوشش را موجب شده است. تا کنون پژوهشی یا مدل پژوهشی در باره اتفاقات اخیر در فاصله زمانی شهریور ماه تا آذر (۱۴۰۱) در شهر سنندج درباره این موضوع انجام پذیرفته شده است و اهمیت این موضوع زمانی بیشتر احساس می شود که در چند ماه اخیر جهت دهی به دادخواهی حقوق زنان و دختران به بهانه مرگ چندین دختر از سوی رسانه های خارجی بیشتر شده است. از طرف دیگر بر اساس تحقیقات انجمن بین المللی جراحی پلاستیک^۲ که در ژوئن ۲۰۱۷ منتشر شده، کشورهای آمریکا، برزیل، ژاپن، ایتالیا و مکزیک در رتبه های اول تا پنجم عمل های جراحی زیبایی تهاجمی و کم تهاجمی در سال ۲۰۱۶ قرار دارند. روسیه، هند، ترکیه، آلمان و فرانسه در رتبه های ششم تا دهم و ایران نیز در رتبه بیستم این جدول جای داشته است. بنابراین مدیریت بدن دختران به معنای دست بردن و تغییر در صورت ظاهری بدن است (انجمن جراحان پلاستیک، ۲۰۱۷). در شهر سنندج نیز به تبعیت از فرهنگ مقایسه اجتماعی و تبادلات فرهنگی فضای مجازی این آثار بعد از اتفاقات و اغتشاشات شهریور ماه و مهر و آبان (۱۴۰۱) رو به افزایش گذاشته است. لذا با ظهور عصر جدید و جامعه مصرفی، نما و صورت ظاهری بدن برای افراد جامعه اهمیت بسیار زیادی یافته است. رژیم های ویژه بدن سازی و توجه به آراستگی و نظافت جسم در دوره اخیر تجدد، و اجتناب از پوشش و حجاب بدن را در برابر گرایش های بازتابی مداوم به ویژه در وضعیتی که اکثر انتخاب وجود داشته باشد، تأثیر پذیر کرده است. هم برنامه ریزی و تنظیم زندگی و هم پدید آمدن گزینه هایی برای انتخاب شیوه زندگی با رژیم های غذایی در هم آمیخته اند (کیوان آرا، ۱۳۸۹). از طرف دیگر جنگ گریز گفتگو در بسیاری از موارد زمینه کنشگری انتقادی و اعتراضی جامعه را بیشتر نمایان ساخته است. رویکردی که باعث شده مطالبات مردم هرگز امکان طرح پیدا نکند و به صورت عقده های اجتماعی تلنبار شود. در عرصه سیاسی با رداصلاحیت های گسترده و رویکردهای جناحی، صدای منتقدان مسکوت گذاشته شد و در عرصه های اجتماعی و عمومی نیز اجازه اعتراض، تجمع و نقد از آحاد جامعه دریغ شد. حتی فضای مجازی و رسانه ها نیز نتوانستند، نقش ویژه خود را برای نقد

1. Body management
2. (ISAPS)

و انتقال مطالبات ایفا کنند. اما تصمیم‌سازان کشور توجهی به این واقعیت نداشتند که این محدودیت‌ها باعث نمی‌شود تا مطالبات کاملاً از میان بروند، بلکه از لایه‌های بالایی جامعه به زیر پوست تحولات منتقل شدند تا با بروز هر تکانه‌ای دوباره به سطح بیابند و منشأ اغتشاشات گسترده شوند. در علم روانشناسی این اصل کاملاً پذیرفته شده است که عقده‌ها و مطالبات فروخورده فرد، وقتی با سرکوب مواجه شوند از میان نمی‌روند، بلکه در ناخودآگاه فرد پنهان می‌شود تا در زمان بروز تکانه‌های احساسی و هیجانی به سطح بیاید و در شمایل رفتارهای اعتراضی و حتی خشونت بروز کند. با توجه به اینکه جامعه نیز یک اکوسیستم زنده و پیکره واحد است، این معادله در خصوص جامعه نیز به همین شکل محقق می‌شود. مطالبات سرخورده مردم از میان نمی‌روند، بلکه در ناخودآگاه جمعی جامعه می‌نشینند تا فرصتی دوباره که به سطح آمده و نمایان شوند (روزنامه اعتماد، ۱۴۰۱). لذا در هر جامعه‌ای بدن انسان، یک واقعیت جسمانی و یک واقعیت اجتماعی دارد و ممکن است در زنان مقوله‌ی وسیله‌ای برای اعتراض و مطالبه‌ی انگیزه زیبایی‌شناختی-تابوی زنانه قرار گیرد. بنابراین شکل، اندازه، پوشاک زینت بدن انسان وسیله‌ای برای ارتباط و انتقال اطلاعات به دیگر اعضای جامعه است، بنابراین بدن یک فرهنگ است و موضوعات اساسی درون آن فرهنگ را به نمایش می‌گذارند. با وجود این، تا ربع آخر قرن بیستم مسئله بدن در میان نظریه پردازان کلاسیک جامعه‌شناسی اهمیت چندانی نداشته است (آندرسون^۱، ۲۰۰۴). اغتشاشات روزهای اخیر با رویدادهای سال‌های ۹۶ و ۹۸ تفاوت دارد چرا که در آن سال‌ها شورش شکل گرفت و رهبری نداشتند اما این اغتشاشات اخیر جنبشی است که برای اولین بار جامعه بانوان جلوتر از مردان در آن حضور دارند. رویدادهای اخیر حاصل یک دهه تلاش فضای مجازی و رسانه‌ای و پیچیده است که به سادگی شورش‌ها قابل مدیریت و سرکوب نیست. چنین جنبش‌هایی پایان ندارد و تنها شکل آن تغییر می‌کند (شریفی‌ساعی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین برای بیان ترنر^۲ بر این باور است که بدن در نظام‌های اجتماعی مدرن زمینه اصلی فعالیت فرهنگی و سیاسی شده است. صنعت زیبایی، ضمن ارائه دانش و مهارت‌های ویژه به کارفرمایان و اشخاص به اهمیت رو به رشد آن دسته از اشکال اجتماعی هویت بدنی که از نظر اجتماعی پذیرفته شده هستند، دامن می‌زند (ترنر، ۱۹۹۴). راه مدیریت و برخورد با یک جنبش، سرکوب نیست بلکه گفتمان و بده بستن است تا بتواند از رویدادهای جبران‌ناپذیر از آن جلوگیری کند. مشکل این است که تنها حامیان حکومت حق راهپیمایی دارند و مخالفان را اقلیت می‌دانند و از چنین اغتشاشاتی جلوگیری می‌کند در نتیجه مسئله اصلاً مکان برپایی اعتراض نیست چرا که هرگونه اعتراض پیامدهای سیاسی برای حکومت دارد (شریفی‌ساعی و همکاران، ۱۴۰۱).

وضع بدن در جامعه مصرفی متضمن نوعی علاقه تجاری، نمایشی و آرایشی به آن است. در این جامعه، وضع بدن باید متناسب، لاغر و جوان نگاه داشته شود. در جامعه ما، فراگیر شدن پدیده آرایش دختران و زنان در عرصه زیست اجتماعی و استفاده از لباس‌هایی که در آن‌ها سه خصوصیت چسبان، کوتاه و بدن نما بودن به وضوح قابل مشاهده است با آموزه‌های دینی و بافت اجتماعی، هنجاری، عرفی و قانونی جامعه که هر

1. Anderson
2. Brayan Turner

نوع کامجویی زن و مرد از یکدیگر را در چارچوب تشکیل خانواده تعریف می کند در تعارض آشکار است. اعتراض منجر به ظلم می شود یا عدالت را به ارمغان می آورد. در دنیای متمدن امروزی گفتگو یک ابزار بسیار مهم برای برقراری ارتباط تلقی می شود که می توان از این ابزار در جهت بهبود ناهنجاری های جامعه نظیر سلطه جویی افراد بهره برد. قاطعیت نیز یکی از مفاهیم مهمی است که مانوئل اسمیت به طور مفصل آن را توضیح داده است و از لزوم آن در شرایط مختلف زندگی صحبت کرده است. به عقیده ی او برای داشتن جامعه ای سالم و بدون از آفت سلطه جویی باید فرهنگ قاطعیت را افزایش دهیم. او در کتاب خود این مسئله را از دوران کودکی مورد کنکاش قرار داده است. مثلاً زمانی که پدر و مادر با قاطعیت بسیار مانند یک فرمانده با کودک رفتار می کنند باعث می شود حق طلبی زیادی به کودک تلقین می شود و او در آینده می تواند هر کاری را انجام دهند (جی اسمیت^۱، ۲۰۰۷). به عقیده جی اسمیت روانشناسی اعتراض شامل وقایعی مانند: واکنش های موروثی بقا، حق قاطعیت، حقوق حقی، ما، قاطعیت و پافشاری، روابط اجتماعی حساب شده، برخورد با سلطه جوی کبیر، انتقاد، فکر سلطه جویی را از سر دوستان و آشنایان بیرون کنید، اختیارات سرپرستی، روابط مبتنی بر مساوات (جی اسمیت^۲، ۲۰۰۷). یکی از توده ها و گروه های تاثیر گذار اجتماع نسل دهه هشتاد به بعد است که دارای خصوصیات خاص روانشناختی در عصر فضای مجازی هستند که می توان آنان را نسل زد ایران^۳ نام برد. لذا نسل زد (z) از اواخر دهه ۹۰ (حدود ۱۹۹۵) یا اواخر دهه ۲۰۰۰ (حدود ۲۰۱۰) به دنیا آمده اند. از همان ابتدا با ابزارهای دیجیتال آشنا شده اند و خیلی از کارهای خود را بوسیله آن ها انجام می دهند. به آن ها نسل اینترنت، نسل نت، بومی های دیجیتال یا مادرزادی نیز می گویند. اولین نسلی هستند که در دوران جهانی سازی، چندگانگی فرهنگی و پسانوگرایی متولد شده اند و با اینترنت قابل حمل بزرگ شده اند. نسبت به سازمان متعهد نیستند اما نسبت به منافع خودشان به شدت متعهد هستند. به همین دلیل است که کار فریلنسری در این نسل بشدت اوج گرفت. در جستجوی حقایق شخصی و اجتماعی هستند و برای این منظور هزینه می کنند. این جستجو منجر به آزادی بیان در جوامع شان خواهد شد؛ بنابراین این افراد پذیرش بیشتر در مورد انواع متفاوت انسان ها خواهند داشت. هویت فردیشان برایشان بسیار مهم است اما از اینکه بخواهید آن ها را در یک قالب مشخص بگنجانید بشدت گریزانند. ویژگی های این نسل متأثر از گسترش تلفن های همراه هوشمند و شبکه های اجتماعی است (آدل لانتادو و همکاران^۴، ۲۰۱۹). در واقع این نسل، تنها نسلی است که دنیا را قبل از ظهور تکنولوژی و دیجیتالی شدن، ندیده است. هم چنین پژوهشی در دانشگاه آکسفورد در مورد نسل^۵ z صورت گرفت. نتایج حاکی از آن بود که هر چند «زومرها» اکنون در حاشیه بازار کار و اقتصاد هستند، اما تا سال (۲۰۳۰) میلادی، یک سوم نیروی کار جهان را تشکیل خواهند داد. جالبتر اینکه ثروت این نسل، از حدود چهارصد و شصت میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹، به حدود ۳،۲ تریلیون دلار (معادل ۳ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار) در سال ۲۰۳۰ میلادی خواهد رسید. یعنی در طول یک دهه ۷

1. Manuel J. Smith
2. Manuel J. Smith
3. Iranian Z Generation
4. Adelantado-Renau, Mireia; Moliner-Urdiales, Diego
5. Z Generation

برابر می‌شود که یکی از سریع‌ترین نرخ‌های تجمیع ثروت در میان نسل‌هاست. مشابه همین داده‌های آماری را در حوزه مصرف هم می‌توانیم داشته باشیم. طبق پیش‌بینی پژوهش دانشگاه آکسفورد، متولدین «نسل Z»، که در سال (۲۰۱۹) میلادی معادل ۴۶۷ میلیارد دلار کالا و خدمات مصرف می‌کرده‌اند، در سال ۲۰۳۰ میلادی سالانه حدود سه تریلیون دلار مصرف مستقیم خواهند داشت که معادل یازده درصد از کل مصرف جهان است (ترنر^۱، ۲۰۱۵). از طرف دیگر توسعه فرهنگ مصرفی در جوامع صنعتی مدرن، حرکت از مدرنیته به سوی مدرنیته معاصر را نیز از جمله مقایسه اجتماعی^۲ و تغییرات اجتماعی عمده ای می‌دانند که بدن را به موضوع مهم در مطالعات اجتماعی و فرهنگی معاصر تبدیل کرده است (کراچکای^۳، ۲۰۰۹). ترنر^۴ بنیان‌گذار جامعه‌شناسی بدن^۵ توجه به زیبایی و جوانی در فضای مجازی و رسانه‌های جمعی، افزایش علاقه به جوانی و تلاش برای حفظ و تداوم آن در سال‌های غیر جوانی، مدیریت بدن نظیر رژیم‌های غذایی، جراحی‌های زیبایی، ورزش و آبرویک را از عوامل توجه به موضوع بدن به عنوان یک مبحث اجتماعی-روانی واداشته است (ترنر، ۲۰۱۵). چنین وضعیتی به ویژه در سال‌های اخیر از یک سو سبب انباشت حجم عظیمی از نارضایتی‌ها، عصبانیت‌ها و خشم‌های پیداپنهان در میان اقشار و بخش‌های مختلف جامعه به ویژه بخش‌هایی شده است که فشارهای مضاعفی را نظیر دختران و جوانان تحمل کرده‌اند. نشانه‌های آشکاری از این نارضایتی‌ها و خشم‌ها در چند سال اخیر به‌گونه‌های متفاوتی در انواع اعتراض‌ها و ناآرامی‌ها آشکار شده بود اما هر بار بیشتر یا نادیده گرفته یا فقط محدود می‌شد. این بار اما این نارضایتی‌ها و خشم‌ها با شدت و حدت بیشتری از گفتار و کردار بخش‌های آسیب‌دیده‌تر و نگران‌تر جامعه یعنی دختران نسل Z خود را نشان می‌دهد و البته این نباید ما را دچار این اشتباه سازد که این رویدادها را فقط به مسائل و نارضایتی‌های موردی جنیستی و نسلی تقلیل دهیم (دلآوری و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین نسل زد با گرایش به اقتصاد مصرف‌گرایی از نظر مالی افرادی آگاه هستند و تمایل به خوداتکایی دارند. در خرج کردن محافظه‌کارند و پول هایشان را به باد نمی‌دهند. نسل Z به عنوان عوامل اثرگذار روی اقتصاد کشورها در حال مطرح شدن می‌باشد. برای مثال ۵۰ درصد از جمعیت هند نسل Z هستند. در هند و بسیاری از کشورهای دیگر، این نسل مورد توجه شرکت‌های بزرگ قرار گرفته است و برای برقراری تعامل و استفاده از ظرفیت‌های آنان چه به عنوان مصرف‌کننده و چه به عنوان کارمند سرمایه‌گذاری‌های بزرگی را شروع کرده‌اند. البته این مصرف‌گرایی همراه است با شکل‌های جدیدی از مدل‌های استفاده که لزوماً به معنای مالکیت نیست. استفاده مشترک از خدمات و منابع مانند نمونه‌های تاکسی‌های اینترنتی و فضاهای کاری مشترک در میان اعضای نسل Z جا افتاده است. آن‌ها دوست دارند سایر خدمات و محصولات را هم به این شیوه مصرف کنند. افزون بر این، بیان هویت فردی با پوشیدن لباس‌های خاص و متفاوت، رنگ مو، انتخاب موسیقی و نوشتن بایوهای کشنده در اینستاگرام نشان می‌دهد که فردگرایی آن‌ها نسبت به نسل‌های قبلی بیشتر است. رفتار نسل Z ها به

1. Turner
2. Social compartment
3. Karçkay
4. Turner
5. Body sociology

عنوان مشتری، بازگوکننده ارزش‌ها و باورهای آنان است که خود تحت تاثیر فضای مجازی می‌باشد. آن‌ها وقتی چیزی را بخواهند بخرند از شبکه ارتباطی آنلاین و مهارت‌های اینترنتی خود به خوبی برای کسب اطلاعات از محصول و تجربه خریداران استفاده می‌کنند تا تصمیم‌های منطقی بگیرند. نکته جالب اینجاست که تصمیم‌های آن برای خرید، احساسی، هیجانی و بهانه‌گیرانه نیست بلکه واقع‌گرایانه قبل از اقدام به خرید، گزینه‌های پیش رو را بدون توجه به نظر والدین، بررسی می‌کنند و تصمیم‌شان را می‌گیرند. آن‌ها رفتار برندها را زیر نظر می‌گیرند و به شخصیت برند توجه می‌کنند. این نسل که همزمان با جنبش‌های میتو^۱ و مثبت‌نگری به بدن بزرگ شده اند نسبت به تبلیغات و بازاریابی شرکت‌ها حساس هستند و هرگونه بی‌اخلاقی از چشمان پنهان نمی‌ماند (آدل لاتادو و همکاران^۲، ۲۰۱۹). از طرف دیگر در مورد تأثیرپذیری بدن از فضای مجازی، زنان و دختران نسل Z همواره در تلاش هستند تا بتوانند با بالا بردن کیفیت تظاهر (نمایش) بدنی، خود را با انتظارات اجتماعی و فرهنگی جامعه که از سوی رسانه‌ها ترویج می‌شود هماهنگ سازند. هم‌چنین روزنامه‌ها، مجلات و تلویزیون همگی سرشار از ویژگی‌هایی هستند که چگونگی تصور بدن، جراحی پلاستیک و نیز جذاب‌سازی و نمایش جنسی بدن را ترویج می‌کنند. مسئله مدیریت بدن موضوعی اجتماعی و فرهنگی است که با گسترش مجاری نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به مثابه وجه سخت‌افزاری جهانی شدن فرهنگی، شدت و گسترش قابل توجهی پیدا کرده است (فدراستون^۳، ۲۰۱۰). بنابراین یکی از تأثیرهای فن‌آوری‌های نوین (عصر دیجیتال) و فضای مجازی ارتباطی بر آنها، دگرگونی در فرآیند تولید و بازتولید تعریف و تصور جوان از خود و بدنشان دارد. امروزه بررسی هویت اجتماعی افراد بی‌توجه به توسعه فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، ناقص و کم‌ارزش خواهد بود. مطالعات پیمایشی کیا در خصوص جوانان، فضای مجازی و جهانی شدن نیز مؤید این مسئله است که رسانه‌های ارتباطی و فضای مجازی اخیراً در مصرف فرهنگی و فراغتی جوانان به ویژه زنان جوان و دختران بالاترین سهم را به خود اختصاص داده و به مثابه مهمترین منبع هویت بخشی هستند. از طرف دیگر از دهه نود میلادی و با دسترسی به اینترنت این دوره به یک عصر قدیمی، با عناصر نوستالژیک تکنولوژی تبدیل شده است. همین تأثیرگذاری شدید اینترنت بر زندگی بشر موجب شد تا بسیاری تعاریف نسلی هم بر اساس آن شکل بگیرد. در ایالات متحده آمریکا به متولدین بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ نسل Z گفته می‌شود. آنها کسانی هستند که از ابتدای زندگی‌شان روی زمین به اینترنت دسترسی داشته‌اند و سبک زندگی‌شان را بر اساس استفاده از اینترنت تعریف کرده‌اند. برخی این تعریف آمریکایی را به همه دنیا نسبت می‌دهند اما واقعیت ماجرا این است که نسل Z در هر کشوری بر اساس زمان در دسترس قرار گرفتن و همگانی شدن اینترنت تعریف می‌شود. تریسی فرانسیس در مقاله‌ای که درباره نسل Z نوشته است، می‌گوید: مطالعه ما براساس نظرسنجی صورت گرفته، چهار رفتار اصلی را در نسل Z مشخص کرد که همه آنها به یک عامل بستگی دارند: این نسل به دنبال

1. metoo #
2. Body positivity
3. Adelantado-Renau, Mireia; Moliner-Urdiales, Diego
4. Featherstone

واقعیت است. نسل Zها به بیان نظرات و احساسات فردی ارزش می‌دهند و از برجسبها دوری می‌کنند. آنها خودشان را برای انواع اهداف و انگیزه‌ها بسیج می‌کنند و عمیقاً به اثربخشی گفت‌وگو برای حل تعارضها و بهبود دنیا اعتقاد دارند. در نهایت به شیوه‌ای کاملاً تحلیلی و واقع‌گرایانه تصمیم‌گیری می‌کنند. به همین دلیل است که از نظر ما، نسل Z «نسل حقیقت‌جو» تلقی می‌شود. اعضای این نسل، ایدئال‌گراتر و ستیزه‌جوتر هستند و تمایل کمتری به پذیرش نظرات مختلف دارند. یکی از ویژگی‌های مهم نسل Z شناخت بهتر خودشان و نیازهایشان است. چیزی که باشندگان نسل‌های پیش از اینترنت چندان با آن آشنا نبودند و اغلب در بزرگسالی و در پی اختلال‌های رفتاری و مشکلات خانوادگی‌شان تلاش کردند تا به آن برسند. اما این نسل به دلیل دسترسی به اینترنت و محصولات پس از اینترنت از جمله شبکه‌های اجتماعی مدام در حال توضیح‌دادن خودشان و تعریف‌کردن شخصیت‌شان هستند. بنابراین هدف از انجام دادن پژوهش حاضر پاسخ به این پرسش کلی است که تبیین الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس فضای مجازی و سرمایه فرهنگی با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱) چگونه است؟

روش پژوهش

روش تحقیق از نظر به کارگیری و هدف از نوع کاربردی است. در این پژوهش از روش پیمایشی توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. این پژوهش در نظر دارد ضمن شناخت مسایل مربوط به مدیریت بدن نسل Z (زد) (توصیفی) به تحلیل عوامل مؤثر بر مدیریت بدن نسل Z (زد) با روش پیمایشی پردازد.

ابزارهای پژوهش

الف) پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو: بیست و دو سوال داشته و هدف آن سنجش ارزش‌ها و نموده‌های فرهنگی و هنری در سه شاخص: ۱- تجسم یافتگی (سرمایه بدنی و فردی) ۲- عینی (مصرف کالاهای فرهنگی، تملک کالاهای فرهنگی، علاقمندی به هنر) ۳- نهادی می‌باشد. روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات اساتید و خبرگان ارزیابی و تأیید شده است. اعتبار پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۱ بدست آمد.

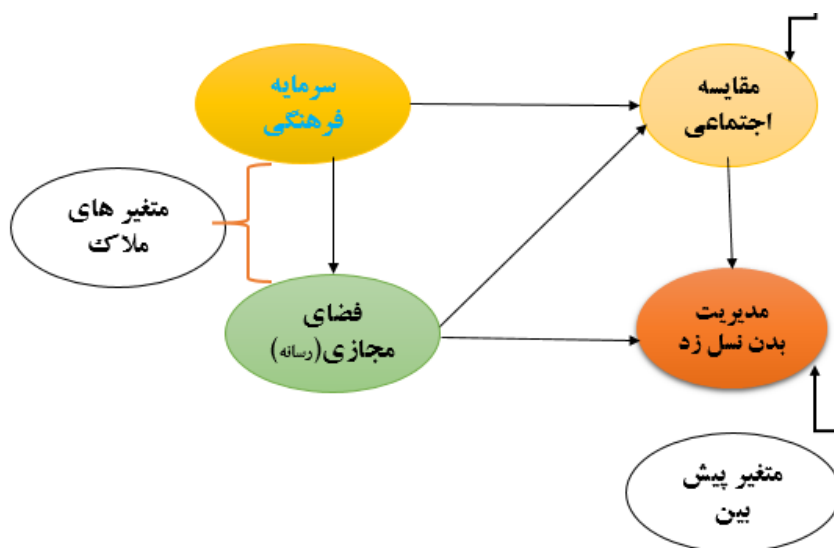
ب) پرسشنامه مقایسه اجتماعی: به منظور اندازه‌گیری تمایل شرکت‌کنندگان برای مقایسه خودشان با دیگران توسط گیبونز و بونک^۱ (۱۹۹۹) طراحی شده است. مقدار اعتبار این پرسشنامه توسط اشنايدر و شارپ^۲ (۲۰۱۱) ۰/۸۹ بدست آمده است.

ج) نشانگرهای محقق ساخته مدیریت بدن نسل Z (زد): با مقیاس لیکرت که بر اساس روایی محتوایی و اعتبار قابل قبول تهیه گردید در دو مرحله، مرحله اول شامل روش و مطالعه کتابخانه‌ای و مرحله دوم مطالعات میدانی مشتمل بر مصاحبه اکتشافی و تکمیل پرسشنامه‌های محقق ساخته وابسته به فرهنگ

1. Gibbons, F. X. & Buunk

2. schniher & sharp

مدیریت بدن نسل Z (زد) ایران انجام گردید. با محاسبه روایی از دید افراد متخصص در زمینه مدیریت بدن نسل Z (زد) تهیه گردید. با استفاده از آلفای کرونباخ اعتبار پرسشنامه ۰/۸۱ محاسبه گردید. حجم نمونه را ۶۰ نفر از دختران ۱۵ تا ۳۰ ساله شهرسندج تشکیل داده اند. روش نمونه گیری، نمونه گیری تصادفی ساده است. روش نمونه گیری بدین صورت است که در مرحله نخست هریک از مناطق سه گانه شهرداری سندج در حکم یک خوشه در نظر گرفته شد. در مرحله دوم، کار نمونه گیری در داخل هریک از خوشه ها به شیوه تصادفی ساده ادامه یافت و بر اساس آن، اغلب محله ها و خیابان های هریک از خوشه ها در طرح نمونه گیری قرار گرفت. در مرحله سوم، به تناسب تعداد جمعیت دختر در مناطق شهرداری، خیابان ها و محله های انتخاب شده در مرحله دوم به روش نمونه گیری تصادفی منظم، نمونه نهایی انتخاب شد. برای تجزیه و تحلیل داده های کمی از نرم افزارهای SPSS۲۶ و نرم افزار PLS استفاده شده است.



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش

یافته ها

این پژوهش در سال ۱۴۰۱ انجام شده است. حجم نمونه را ۶۰ نفر از دختران ۱۵ تا ۳۰ ساله شهرسندج تشکیل داده اند. آمار توصیفی و استنباطی از آزمون های مرتبط با متغیرهایی که در سطح فاصله ای هستند استفاده شده است. در مواردی که چند متغیر ترتیبی با هم ترکیب می شوند و مقیاسی برای یک مفهوم انتزاعی ساخته می شود می توان آن ها را با مقیاس فاصله ای در نظر گرفت. جدول ۱ مقادیر آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت ارزیابی نرمال بودن متغیرها را نشان می دهد. سطح معناداری بدست آمده برای تمامی متغیرها بیشتر از مقدار ۰/۰۱ است. در مجموع نتایج نشان از این دارد که توزیع متغیرهای اصلی، انحراف قابل توجهی از توزیع نرمال ندارد و می توان توزیع متغیرهای پژوهش را نرمال یا نزدیک به نرمال ارزیابی کرد و از آزمون های پارامتریک بهره برد.

جدول ۱. مقادیر آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت ارزیابی نرمال بودن متغیرها

متغیر	آماره	سطح معنی داری	متغیر	آماره	سطح معنی داری
عدم استفاده از روسری و چادر	۱/۳۲	۰/۰۶۲	توجه به درد های خفیف بدن	۱/۱۵	۰/۱۴۱
جراحی زیبایی گونه (بوتاکس) لب و ..	۱/۳۱	۰/۰۶۵	ورزش مداوم	۱/۲۰	۰/۱۱۴
جراحی زیبایی پلک	۱/۱۵	۰/۱۴۱	خودداری از مصرف خودسرانه دارو	۱/۲۷	۰/۰۸۱
گرایش به پوشش های کم پوشش (بدون مانتو)	۱/۲۰	۰/۱۱۴	استفاده از طب سنتی و داروی های گیاهی	۱/۲۶	۰/۰۸۴
جراحی زیبایی چانه	۱/۲۷	۰/۰۸۱	عدم استفاده از مواد آرایش بهداشتی مضر	۱/۲۷	۰/۰۷۹
جراحی زیبایی گوش	۱/۲۶	۰/۰۸۴	کاربرد مرتب عطر و ادکلن	۱/۲۹	۰/۰۷۲
لیفتینگ	۱/۲۷	۰/۰۷۹	آرایش مرتب مو های سر	۱/۲۸	۰/۰۷۴
کوچک و بزرگ کردن سینه	۱/۲۹	۰/۰۷۲	اصلاح مرتب مو های زائد بدن	۱/۲۹	۰/۰۷۰
لنز گذاری	۱/۲۸	۰/۰۷۴	آرایش مرتب صورت	۱/۲۶	۰/۰۸۴
جراحی زیبایی بینی	۱/۲۹	۰/۰۷۰	استحمام روزانه	۱/۳۰	۰/۰۶۹

استخراج نتایج به دست آمده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف بیانگر این است که فرض توزیع نرمال متغیرها را نمی‌توان رد کرد. سطح معنی داری بدست آمده برای تمامی متغیرها بیشتر از مقدار ۰/۰۱ است. در بیشتر پژوهش های گذشته نقش مقایسه اجتماعی در مدیریت بدن به عنوان یک متغیر تاثیر گذار اشاره شده است. لذا در این پژوهش به دلیل بیشترین رابطه ماتریس همبستگی بین مقایسه اجتماعی و مدیریت بدن از متغیر مقایسه اجتماعی به عنوان متغیر میانجی در مدل استفاده شده است و متغیر میانجی اثرات متغیر های پژوهش را به متغیر ملاک انتقال داده است. بین سرمایه فرهنگی و فضای مجازی نقش میانجی گری خود را به طور معنی داری ایفا کند. شدت تاثیر مقایسه اجتماعی بر مدیریت بدن در مرحله اول برابر با ۱/۲۱، و معنی دار است. سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) از طریق مقایسه اجتماعی در جدول ۳ قابل پیش بینی است.

جدول ۲. بررسی اثر میانجی گری مقایسه اجتماعی در رابطه با مدیریت بدن نسل Z(د)، سرمایه فرهنگی و فضای مجازی

نوع روابط	مقدار b	خطای استاندارد ضریب استاندارد (Beta)	مقدار t	سطح معنی داری
مرحله ۱ مدیریت بدن بر سرمایه فرهنگی	۰/۰۱۹	۰/۰۰۹	۲/۹۸	۰/۰۲۵
مرحله ۲ مدیریت بدن نسل Z(د) بر مقایسه اجتماعی	۰/۰۱۷	۰/۰۰۶	۱/۴۴	۰/۰۱۶
مرحله ۳ مدیریت بدن نسل Z(د) بر رسانه	۰/۰۸۳	۰/۰۳۵	۲/۴۷	۰/۰۱۶
مرحله ۴ مقایسه اجتماعی بر مدیریت بدن نسل Z(د)	۰/۰۱۳	۰/۰۰۴	۲/۲۳	۰/۰۲۸

نتایج نشان می دهد که مقایسه اجتماعی بر مدیریت بدن دختران نسل Z(د) تاثیر معنی داری دارد ($P < ۰/۰۵$). بدین معنا که مقایسه اجتماعی توانسته است بین سرمایه فرهنگی و فضای مجازی نقش میانجی گری خود را به طور معنی داری ایفا کند. شدت تاثیر مقایسه اجتماعی بر مدیریت بدن نسل Z(د) در مرحله اول برابر با ۰/۱۲۱ و معنی دار است. سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن نسل Z(د) از طریق مقایسه اجتماعی قابل پیش بینی است. مدل جامعه شناختی مدیریت بدن نسل Z(د) در دختران بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی قابل پیش بینی و تبیین است.

جدول ۳. خلاصه تحلیل رگرسیون چندگانه با مدل گام به گام برای پیش بینی مدیریت بدن نسل Z(د)

متغیرهای پیش بین	R	R ²	تغییرات R ²	معنا داری	β	معنا داری
مدیریت بدن نسل Z(د)	۰/۵۲	۰/۴۲	۰/۴۲	۰/۰۰۱	۰/۳۳۳	۰/۰۰۱
مقایسه اجتماعی	۰/۵۱	۰/۴۱	۰/۴۲	۰/۰۰۱	۰/۳۴۲	۰/۰۰۱
سرمایه فرهنگی	۰/۳۴	۰/۲۳	۰/۴۴	۰/۰۰۱	۰/۲۹	۰/۰۰۱
فضای مجازی	۰/۳۴	۰/۲۳	۰/۴۷	۰/۰۰۱	۰/۲۷	۰/۰۰۱

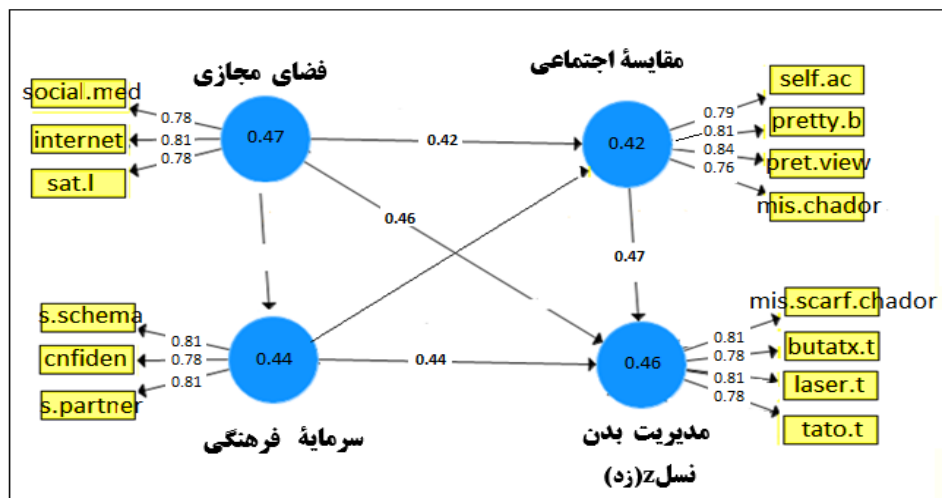
β = ضریب استاندارد شده رگرسیون است.

ضریب مسیر یک ضریب رگرسیون استاندارد (بتا) است که اثر مستقیم یک متغیر مستقل روی یک متغیر وابسته را در مدل مسیر نشان می دهد. بنابراین زمانی که مدل دو یا چند متغیر علی دارد، ضرایب مسیر ضرایب رگرسیونی هستند که میزان تاثیر یک متغیر روی متغیر دیگر را با کنترل سایر متغیرها در مدل اندازه می گیرد. اثر پیش بینی مدیریت بدن دختران نسل Z(د) بر اساس مقایسه اجتماعی در این پژوهش برابر است با ۰/۴۲ و اثر پیش بینی مدیریت بدن دختران نسل Z(د) بر اساس سرمایه فرهنگی در این پژوهش برابر است با ۰/۴۴ و اثر پیش بینی مدیریت بدن نسل Z(د) بر اساس فضای مجازی در این پژوهش برابر است با ۰/۴۷ می باشد.

جدول ۴. برآورد ضرایب تاثیر غیر مستقیم و کل مدل جامعه شناختی مدیریت بدن نسل Z (زد) دختران بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی با افزایش مدیریت بدن نسل Z (زد) دختران

متغیر	ملاک	غیر مستقیم	کل	اثر
مدیریت بدن نسل Z (زد)	مقایسه اجتماعی	-	۰/۴۲	
مدیریت بدن نسل Z (زد)	سرمایه فرهنگی	۰/۳۳	۰/۴۴	
مدیریت بدن نسل Z (زد)	فضای مجازی	۰/۳۴	۰/۴۷	
مقایسه اجتماعی	فضای مجازی	۰/۳۳	۰/۴۶	

مدل خروجی پژوهش بر اساس متغیرهای مدیریت بدن نسل Z (زد) متغیر ملاک، مقایسه اجتماعی متغیر میانجی، سرمایه فرهنگی متغیر پیش بین، فضای مجازی متغیر پیش بین به صورت مدل ذیل ارائه شده است. مقایسه اجتماعی به عنوان متغیر میانجی ۰/۴۶ درصد اثرات متغیرهای پیش بین را به متغیر ملاک انتقال داده است (نمودار ۱).



نمودار ۱: مدل نهایی چهار عاملی مولفه های مدل جامعه شناختی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس

سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی: مدیریت بدن نسل Z (زد) متغیر ملاک، مقایسه اجتماعی متغیر میانجی، سرمایه فرهنگی متغیر پیش بین، فضای مجازی متغیر پیش بین.

الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) در دختران بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی دارای برآزش است. میزان مقدار تی خورده مقیاس های الگوی

روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس رسانه و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱) بیانگر معناداری ضرایب مسیر می باشد. تمامی ضرایب مسیر مثبت و معنادار می باشند. برای بررسی کفایت مدل، در مدل Smart-PLS اگر شاخص واریانس اعتباری اشتراک متغیرهای مثبت باشد، مدل اندازه گیری کیفیت مناسب دارد.

جدول ۵. شاخص های برازندگی مدل شاخص های برازش الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس رسانه و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱)

Fit Summary	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	۰/۰۰۳	۰/۰۰۳
d_ULS	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
d_G	۰/۰۰۳	۰/۰۰۳
Chi-Square	۸/۰۳۵	۸/۰۳۵
NFI	۰/۹۹۹	۰/۹۹۹

مطابق جدول شاخص های برازش مشخصات الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس رسانه و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱) کلیه تخمین های ارائه شده از لحاظ آماری معنادار می باشند. همانگونه که در جدول مشاهده می شود، مقادیر (NFI=۰,۹۹) که بالاتر از ۰/۹۰ و (SRMR = ۰,۰۰۳) که کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین مدل دارای برازش مناسب می باشد.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش به تبیین الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس رسانه و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱) می پردازد. از آنجا که یکی از مسائل مطرح شده در حوزه جامعه شناسی مدیریت بدن نسل Z (زد) است که امروزه در میان دختران و زنان رواج فراوانی یافته است که در آن افراد با تغییر ویژگی های ظاهری بدن خود به ساخت بدن اجتماعی مبادرت می ورزند. در پژوهش حاضر متغیرهای مقایسه اجتماعی و سرمایه فرهنگی و فضای مجازی مؤثر در مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SEM) بررسی شده است. نتایج به دست آمده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف بیانگر این است که فرض توزیع نرمال متغیرها را نمی توان رد کرد. سطح معنی داری بدست آمده برای تمامی متغیرها بیشتر از مقدار ۰/۰۱ است. در مجموع نتایج نشان از این دارد که توزیع متغیرهای اصلی، انحراف قابل توجهی از توزیع نرمال ندارد و می توان

توزیع متغیرهای پژوهش را نرمال یا نزدیک به نرمال ارزیابی کرد و از آزمون‌های پارامتریک بهره برد. مقادیر سطح معنا داری (sig) کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و رابطه خطی بودن در بین متغیرها برقرار است (جدول ۲). در هر جامعه ای بدن انسان، یک واقعیت جسمانی و یک واقعیت اجتماعی دارد. شکل، اندازه، پوشاک زینت بدن انسان وسیله ای برای ارتباط و انتقال اطلاعات به دیگر اعضای جامعه است، بنابراین، بدن یک فرهنگ است و موضوعات اساسی درون آن فرهنگ را به نمایش می‌گذارند. با وجود این، تا ربع آخر قرن بیستم مسئله بدن در میان نظریه پردازان کلاسیک جامعه شناسی اهمیت چندانی نداشت (فرانک، ۱۹۹۰). بنابراین الگوی انگیزشی تاثیر حضور دیگران تماشاچیان می‌تواند بر عملکرد فرد تاثیر بگذارند و عمل تماشاچیان بالا بردن سطح عملکرد روان نمایشی وحس هیستریک و جلب توجه فرد است و در بعضی موارد دیگر کاهش دادن آن. توجیه این تناقض به یک نظریه نیاز پیدا می‌کند. لذا آسان سازی اجتماعی، اصطلاحی است که به وسیله فلویید آلپورت در ۱۹۲۰ وضع شد و به بهتر شدن عملکرد فرد به علت حضور افراد دیگر اطلاق می‌شود. (به خاطر داشته باشید که منظور ما اثر حضور صرف افراد دیگر است نه تعامل بین یک شخص با تماشاچیان) بر عکس اصطلاح بازداری اجتماعی به کاهش در عملکرد فرد به علت حضور افراد دیگر اشاره دارد. هر چند توافق قابل ملاحظه ای مبنی بر اثرات حضور تماشاچیان بر عملکرد فرد (آگاهی در جهت بهتر کردن، گاهی در جهت بدتر شدن) وجود دارد، اما ما کاملاً آگاه نیستیم که چرا چنین اثراتی وجود دارد. محققان دیگر گفته اند که انگیزختگی نتیجه تعارض بین پاسخ های احتمالی است و اینکه حواس پرتی یک واسط مهم در بازداری اجتماعی است. به عنوان مثال وقتی که شما یک سخنرانی را در برابر جمع بزرگی از مدعوین ارائه می‌دهید ممکن است توجه خود را معطوف مردی کنید که در ردیف عقب به خواب رفته است و این کار حواس شما را از سخنرانی منحرف کند و منجر به انگیزختگی شود و در نتیجه شما کمتر تحت تاثیر حاضران بیدار قرار گیرید و همین امر به بهبود عملکرد شما منجر شود و بالاخره عده ای از صاحب نظران به نقش ناراحتی ایجاد شده احتمالی در کاهش عملکرد اشاره می‌کنند (باند، ۱۹۸۲). به هر صورت حالت برانگیختگی که منجر به اثرات آسان سازی اجتماعی می‌شود ممکن است حاصل عوامل متنوعی باشد و هر چند هر یک از آن عوامل ممکن است مهم باشند هیچ عاملی به تنهایی بازگو کننده همه جوانب نیست. بنا براین برایان ترنر^۳ بر این باور است که بدن در نظام‌های اجتماعی مدرن زمینه اصلی فعالیت فرهنگی و سیاسی گردیده است. صنعت زیبایی، ضمن ارائه دانش و مهارت های ویژه به کارفرمایان و اشخاص به اهمیت رو به رشد آن دسته از اشکال اجتماعی هویت بدنی که از نظر اجتماعی پذیرفته شده هستند، دامن می‌زند (ویلینگتن^۴، ۲۰۰۱: ۹۳۳). نتایج نشان داد مقایسه اجتماعی بر مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) تاثیر معنی داری دارد (۰/۰۵ < P). بدین معنا که مقایسه اجتماعی توانسته است بین سرمایه فرهنگی و فضای مجازی نقش میانجی گری خود را به

1. Frank
2. Bund
3. Braynan Turner
4. Wellington

طور معنی داری ایفا کند. شدت تاثیر مقایسه اجتماعی بر مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) در مرحله اول برابر با ۰/۱۲۱ و معنی دار است. (جدول ۴). لذا فستینگر^۱ بر این باور است که مردم ترجیح می دهند که عملکردها و رفتارهای بدنی خود را برای ارزیابی درست از خودشان با دیگران یا با استانداردهای موجود مقایسه کنند (راینسون^۲، ۲۰۰۸). فستینگر مقایسه اجتماعی بدن را از عوامل اصلی مدیریت بدن می داند و این متغیر تبیین کننده قوی مدیریت بدن می باشد. نتایج این پژوهش نشان داد که مقایسه اجتماعی به عنوان متغیر میانجی پیش بینی کننده متغیر پیش بین یعنی مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) می باشد و این نتایج با پژوهش های (شریفی ساعی و همکاران، ۱۴۰۱)، (آدل لانتادو و همکاران، ۲۰۱۹)، (ترنر^۴، ۲۰۱۵)، (آندرسون^۵، ۲۰۰۴)، (راینسون^۶، ۲۰۰۸)، (جی اسمیت^۷، ۲۰۰۷)، (دلوری و همکاران، ۱۴۰۱) (شکریگی و امیری، ۱۳۹۰)، (نوغانی (۱۳۸۹)، رضایی (۱۳۸۹) و فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) (فدراستون^۸، ۲۰۱۰) و (نوری و همکاران، ۱۳۹۹) همسو می باشد. از طرف دیگر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن دختران نسل Z از طریق مقایسه اجتماعی قابل پیش بینی است. مدل جامعه شناختی مدیریت بدن در دختران نسل Z بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی قابل پیش بینی و تبیین است (جدول ۵). فدرستون^۹ (۲۰۱۰) اعتقاد دارد که در درون فرهنگ مصرفی، تبلیغات، فشارهای عمومی و تلویزیون و رسانه تعداد کثیری از تصاویر بدنی سبک وار را فراهم می کند. رسانه های عمومی به صورت مداوم به مزایای آرایش بدن اهمیت و تاکید می کنند. در رسانه ها به ویژه فضای مجازی، برای نشان دادن تصاویر ذهنی زیبا از بدن، از ستارگان و افراد مشهور استفاده می کنند. به عبارت دیگر عامل اصلی تنظیم و مدیریت بدن در فرهنگ مصرفی رسانه ها و فضای مجازی و تکنولوژی هستند. مدل نهایی چهار عاملی مولفه های مدل جامعه شناختی مدیریت بدن در زنان بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی: مدیریت بدن نسل Z (زد) متغیر ملاک، مقایسه اجتماعی متغیر میانجی، سرمایه فرهنگی متغیر پیش بین، فضای مجازی متغیر پیش بین. الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) در دختران بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی گری مقایسه اجتماعی دارای برآزش است. شاخص های برآزش مشخصات الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس رسانه و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱) کلیه تخمین های ارائه شده از لحاظ آماری معنادار می باشند. همانگونه که در جدول مشاهده می شود، مقادیر (NFI=۰,۹۹) که بالاتر از ۰/۹۰ و (SRMR=۰,۰۰۳) که کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین مدل دارای برآزش مناسب

1. Festinger
2. Robinson
3. Adelantado-Renau, Mireia; Moliner-Urdiales, Diego
4. Turner
5. Anderson
6. Robinson
7. Manuel J. Smith
8. Featherstone
9. Featherstone

می باشد. میزان مقدار تی خورده مقیاس های الگوی روانشناسی - اجتماعی مدیریت بدن نسل Z (زد) بر اساس رسانه و سرمایه فرهنگی با میانجی گری مقایسه اجتماعی (مطالعه موردی دختران اغتشاشات ۱۴۰۱) بیانگر معناداری ضرایب مسیر می باشد. تمامی ضرایب مسیر مثبت و معنادار می باشند. برای بررسی کفایت مدل، در مدل Smart - PLS اگر شاخص واریانس اعتبار اشتراک متغیرهای مثبت باشد، مدل اندازه گیری کیفیت مناسب دارد (جدول ۵).

فضای مجازی و مقایسه اجتماعی مولفه های دیگری است که با مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) همبستگی معناداری دارند. طبق نظر بوردیو موقیعت افراد با توجه به دسترسی آن ها به سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تعیین می شود. دسترسی به سرمایه اجتماعی برای بیشتر مردم به میزان های بیشتر سرمایه اقتصادی و فرهنگی بستگی دارد که آن ها را در کسب آگاهی و روابط بیش تر کمک می کند (جواهری، ۱۳۸۷). در دیدگاه بوردیو، سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی بستر شکل گیری و توسعه سرمایه اجتماعی و مقایسه اجتماعی با مدیریت بدن همبستگی معنا دار دارد. نتایج این پژوهش با پژوهش های (سینانکاس^۱، ۲۰۰۵)، قاسمی (۱۳۹۳)، ادیبی سده وعلیزاده و کوهی (۱۳۹۰)، شکریگی و امیری (۱۳۹۰)، نوغانی و همکاران (۱۳۸۹)، رضایی و همکارانش (۱۳۸۹) و فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) همسو می باشد. در مورد تأثیرپذیری بدن از رسانه ها، زنان و مردان همواره در تلاش هستند تا بتوانند با بالا بردن کیفیت تظاهر (نمایش) بدنی، خود را با انتظارات اجتماعی و فرهنگی جامعه که از سوی رسانه ها ترویج می شود هماهنگ سازند (جواهری، ۱۳۸۷). بین متغیرهای مصرف فضای مجازی، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اجتماعی - اقتصادی با مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) رابطه ی مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دین داری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار وجود داشته است (فاتحی، ۱۳۸۷).

رابطه معنی دار و مثبتی بین استفاده از فضای مجازی و رسانه و تلویزیون های ماهواره ای با مدیریت بدن وجود دارد. از این رو، با افزایش مصرف رسانه های خارجی، مدیریت بدن افزایش می یابد. در واقع، این یافته تلویحا نشان می دهد که جامعه ی مورد نظر در معرض منابع خارجی و نوظهور هویت ساز قرار گرفته اند و مخاطبان ساعت های قابل توجهی را در شبانه روز از رسانه هایی همچون ماهواره یا اینترنت و فضای مجازی استفاده می کنند. همچنین، هرچه افراد به میزان بیشتری از رسانه های خارجی استفاده کنند، گرایش به مدیریت بدن بالاتری از خود نشان می دهند. این یافته نیز وجه دیگر بر ساخت اجتماعی واقعیت با میانجی گری مقایسه اجتماعی را نشان می دهد. بنابراین، جوانان همواره در تلاشند تا بتوانند با بالا بردن کیفیت ظاهری بدن، خود را با انتظارات اجتماعی در رفتارهای مقایسه ای ناشی از اجتماع که از سوی رسانه ها ترویج می شوند، هماهنگ سازند (فاتحی و خالصی، ۱۳۸۷). مصرف رسانه ای به ویژه فضای مجازی و ماهواره با مدیریت بدن نسل Z (زد) رابطه معناداری دارد. بنابراین، با افزایش مصرف فضای مجازی و رسانه های خارجی، مدیریت بدن افزایش می یابد (زبان، غفاری، ۱۳۹۷). با توجه به مصرف بیشتر زنان از رسانه های خارجی و اینترنت هرچه زنان، بیشتر از فضای مجازی استفاده کنند، بیشتر در معرض تغییر نگرشی قرار می گیرند. ناگفته پیداست که مجاری رسانه ای، به ویژه رسانه های فرامرزی

در جامعه‌ی ما به احتمال بیشتری آنچه را که زنان و یا سایر گروه‌های اجتماعی به جهت منافع آنها خواهان آن هستند، تولید می‌کنند (مالسون^۱، ۲۰۰۸). نتایج این پژوهش با تحقیقات (مالسون^۲، ۲۰۰۸)، (فاتحی و خالصی، ۱۳۸۷) همسو می‌باشد. بنابراین یکی از مسائل مطرح شده در حوزه روانشناسی-اجتماعی مدیریت بدن دختران نسل Z (زد)، مدیریت بدن است که امروزه در میان دختران دهه هشتاد به بعد رواج فراوانی یافته است که در آن دختران با تغییر ویژگی‌های ظاهری بدن خود به مقایسه اجتماعی و گاهی به جنبه اعتراضی مبادرت می‌ورزند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان متغیرهای مدیریت بدن نسل Z (زد)، سرمایه فرهنگی، فضای مجازی، مقایسه اجتماعی متغیرهای ذکر شده رابطه معنی داری وجود دارد. الگوی روانشناسی-اجتماعی، مدیریت بدن دختران نسل Z (زد) بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی دارای برآزش است. سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن نسل Z (زد) از طریق مقایسه اجتماعی قابل پیش بینی است. مدل جامعه شناختی مدیریت بدن نسل Z (زد) در دختران بر اساس سرمایه فرهنگی و فضای مجازی با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی قابل پیش بینی و تبیین است. ایجاد احساس ناخوشایند در فرد، عکس العمل فیزیولوژیک شدیدی در وی ایجاد می‌کند که فرد برای سرکوب آن از سازوکارهای دفاع روانی مانند رفتارهای هیجانی و تعارض هیستریک استفاده می‌کند در مثلث تعارض، در پایین مثلث، احساسات واقعی و پر از تکانه بیمار، خارج از آگاهی هشیار قرار دارد. وقتی این احساسات تا حد مشخصی بالا می‌آیند که به آگاهی هشیار نفوذ کنند، باعث ایجاد اضطراب می‌شوند. بیمار این اضطراب را با به کارگیری دفاع‌ها مدیریت می‌کند و با بازگرداندن احساسات به ناهشیار، اضطراب را کاهش می‌دهد. فرآیند‌های مقایسه اجتماعی شکاف میان مباحث مربوط به خود و مفهوم هویت فردی و میان گروهی را پر می‌کنند و فرد برای ابراز خواسته‌های خود بصورت اعتراضی به تخلیه هیجانی به عنوان مکانیسم دفاعی از مدیریت بدن استفاده می‌نماید. در دختران نسل Z (زد) شهرسندج مقایسه اجتماعی یک منبع ضروری از اطلاعات درباره خود مدیریت بدن به شمار می‌آید و فرآیند‌های مقایسه اجتماعی شکاف میان مباحث مربوط به خود و مفهوم هویت فردی و میان گروهی را پر می‌کنند و فضای مجازی در تشدید این مکانیسم نقش بیشتری ایفا می‌نماید به ویژه در اغتشاشات اخیر. نتایج همچنین، نشان دهنده رابطه معنا دار و مثبت بین استفاده از فضای مجازی و تلویزیون‌های ماهواره‌ای با مدیریت بدن دختران نسل زد بود. از این رو، با افزایش مصرف فضای مجازی و رسانه‌های خارجی، مدیریت بدن افزایش می‌یابد. در واقع، این یافته تلویحا نشان می‌دهد که جامعه‌ی مورد نظر در معرض منابع خارجی و نوظهور هویت ساز قرار گرفته‌اند و مخاطبان ساعت‌های قابل توجهی را در شبانه روز از ماهواره و فضای مجازی استفاده می‌کنند. بنابراین، جوانان همواره در تلاشند تا بتوانند با بالابردن کیفیت ظاهری بدن، خود را با انتظارات اجتماعی در رفتارهای مقایسه‌ای و اعتراضی ناشی از فضای مجازی ترویج می‌شوند، هماهنگ سازند.

1. Malson

2. Malson

- Adelantado-Renau, Mireia; Moliner-Urdiales, Diego; Caverro-Redondo, Iván; Beltran-Valls, Maria Reyes; Martínez-Vizcaíno, Vicente; Álvarez-Bueno, Celia. (2019). "Association between Screen Media Use and Academic Performance among Children and Adolescents". *JAMA Pediatrics*. 173 (11): 1058–1067.
- Anderson-Fye, E. P. (2004). A Coca-Cola shape: Cultural change, body image, and eating disorders in San Andrés, Belize. *Culture, Medicine and Psychiatry*, 28(4), 561-595.
- Bourdieu, P. (2001). The forms of capital". In J.G. Richardson (Ed), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241- 258). New York: Greenwood Press.
- Featherstone, Mike. (2010). "Body, Image and Affect in Consumer Culture". *Body & Society Journal*. Vol 16 (1):193-221.
- Featherstone, Mike, Hepworth Mike, Brayan & S. Turner, (2001). *The Body: Social Process and Cultural Theory*. SAGE Publications. London.
- ISAPS surveys plastic surgeons. (2017). throughout the world for statistics about the number click here to find a top quality surgeon today, By Japanese Society of Aesthetic Plastic Surgery (JSAPS) · *Global Survey Press*. 2017 Global Statistics. www.isaps.org.
- Karçkay, A. T. (2009). The relationship between parental attitude and social comparison of the eight grade students. *Social and Behavioral Sciences*, 1, 1469-1473.
- Malson, H. (2008). Deconstructing unhealthy body-weight and weight management. In S. Riley, M. Burns, H. Frith, S. Wiggins, & P. Markula (Eds.), *Critical Bodies: Representations, identities and practices of weight and body management* (pp. 27-42). London, England: *Palgrave Macmillan*.
- Tuner, Bryans, (1994). *Regulating Bodies. Essay in Medical Sociology*. London. Routledge.
- Turner, A. (2015). "Generation Z: *Technology and Social Interest*". Doi:10.1353/jip.2015.0021.
- Wilson (2009). A Model of Academic Self-Concept: Perceived Difficulty, Social Comparison, and Achievement among Academically Accelerated Secondary School Students. *The University of Connecticut*. Doi:10.1453/jip.2015.0024.
- Wellington, A. Christine & Bryson, R. John (2001), "At Face Value: *Image Consultancy Emotional Labour and Professional Work*", *Sociology*, Vol.35, No.4.