

مطالعه رابطه مدیریت بدن با سرمایه جنسی دانشجویان

(مورد مطالعه: دانشجویان زن مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی شهر مشهد)

محمدحسن شربتیان* علی سعیدی**

چکیده

هدف مقاله حاضر رابطه بین مدیریت بدن با سرمایه جنسی مبتنی بر چارچوب نظری پیربورديو و کاترین حکیم است. رویکرد کمی محور مبتنی بر شیوه پیمایش با تکیه بر ابزار پرسشنامه استاندارد شده، منتهی به جمع‌آوری یافته‌ها شد. جامعه آماری دانشجویان زن رشته روانشناسی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی شهر مشهد با حجم نمونه ۲۵۳ نفر مورد سنجش قرار گرفته است. در این تحقیق از نمونه‌گیری خوشه‌ای - تصادفی برای جمع‌آوری یافته‌ها استفاده شد. میزان آلفای کرونباخ مدیریت بدن (۰/۸۷۸) و سرمایه جنسی (۰/۸۸۳) و میزان روایی متغیر وابسته (۰/۶۲۹) و مستقل برابر با (۰/۵۶۷) به دست آمده است. با استفاده از روش‌های آماری با تکیه بر نرم‌افزار SPSS یافته‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج توصیفی میانگین متغیر مدیریت بدن (۳/۸۸) و سرمایه جنسی (۴/۴۶) را متوسط به بالا نشان داده است. در بین ابعاد مدیریت بدن مؤلفه (اندام فوقانی/ میانی/ تحتانی) با میانگین (۴/۶۳) و در بین ابعاد سرمایه جنسی مؤلفه سرزندگی با میانگین (۵/۰۹) اهمیت بیشتری داشته است. آزمون مقایسه میانگین متغیرهای زمینه‌ای همچون سن و وضعیت ازدواج یا متغیرهای تحقیق تفاوت معناداری نداشته است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی رابطه بین متغیرهای اصلی با مقدار (۰/۴۷۴) قابل پیش‌بینی، مثبت و معنادار به دست آمده است؛ و نتایج آزمون فریدمن نشان داده است؛ که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ با اطمینان ۰/۹۵ میانگین رتبه مؤلفه‌های متغیر مدیریت بدن معنادار بوده است. در نهایت متغیرهای مورد بررسی به همراه مؤلفه‌هایشان برای دانشجویان از اهمیت برخوردار بوده است ولی میانگین اهمیت انجام آن یکسان نبوده است.

کلیدواژه‌گان: زنان، دانشجویان، مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی، سرمایه جنسی، مدیریت بدن.

۱. مقدمه

سرمایه از جمله مفاهیمی است که جایگاه ویژه‌ای در پژوهش‌های علوم اجتماعی دارد. در نگاه نظریه‌پردازان این حوزه، اهمیت آن به حدی است که بر اساس رویکردهای جامعه‌شناختی، جایگاه اجتماعی افراد بر مبنای میزان و نوع سرمایه‌ای که در اختیار دارند تعیین می‌گردد (بورديو^۱، ۱۳۸۰: ۵۸). در همین راستا یکی از سرمایه‌هایی که به تازگی در حوزه مطالعات اجتماعی مطرح است و در جامعه دانشگاهی ایران مورد توجه قرار گرفته است سرمایه جنسی^۲ است این نوع سرمایه بیشتر شامل جذابیت‌های زیباشناختی، دیداری، ظاهری، اجتماعی و جنسی در تعامل با سایر اعضای جامعه‌ای است که فرد در آن زندگی می‌کند. درک فرایندهای اجتماعی، اقتصادی، تعاملات اجتماعی و جایگاه اقتصادی افراد در جامعه، مستلزم فهم سرمایه جنسی است که مانند سایر انواع سرمایه اهمیت ویژه‌ای دارد (حکیم^۳، ۱۳۹۰: ۱۰).

افزودن سرمایه جنسی به سرمایه‌های سه‌گانه بورديو به‌عنوان بعد جدیدی از مفهوم سرمایه در حوزه مطالعات اجتماعی باعث شده که این نوع سرمایه در دوران معاصر از اهمیت بیشتری برخوردار گردد. از منظر کاترین حکیم سرمایه جنسی در زندگی روزمره برای مردان و زنان با جذابیت‌های بدنی و زیبایی بالا، فواید بسیاری دارد. (Hakim) به عبارت دیگر زنان و مردان در روابط دوستانه، هنگام یافتن شریک جنسی و در اکثر زمینه‌های زندگی اجتماعی از این نوع سرمایه بهره می‌برند؛ و از امتیاز ویژه‌ای برخوردارند (بادین فکر و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۸).

* دکتري جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران. دبیر آموزش و پرورش خراسان رضوی و مدرس گروه آموزش مطالعات اجتماعی دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی ۸۸۹-۱۴۶۶۵.

تهران، ایران (نویسنده مسئول). Email:sharbatian@pnu.ac.ir

** استادیار گروه آموزش روانشناسی و مشاوره دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی ۸۸۹-۱۴۶۶۵، تهران، ایران Email:ali.saeidi@cfu.ac.ir

¹ Bourdio

² Erotic Capital

³ Hakim

برای زنان هر جامعه‌ای در عصر حاضر یکی از عوامل کسب سرمایه اجتماعی، سرمایه جنسی است که از ترکیب جذابیت‌های زیبایی‌شناختی، بصری، بدنی، اجتماعی و ... برای دیگر اعضای جامعه میسر می‌گردد؛ و شامل ویژگی‌هایی می‌شود که در زمان تولد تعیین می‌شوند و هم مهارت‌هایی که می‌توانند آموخته و یا تقویت گردند؛ و ناشی از عوامل مختلفی است که در طی جریان جامعه‌پذیری و در طول دوره زندگی همواره منجر به جدا شدن جهان اجتماعی مردان و زنان می‌گردد. سرمایه جنسی برای زنان جوامع امروز نقش نماینده، پایگاه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، سرمایه اجتماعی و ... دارد. بنابراین، زنان به‌طور اجتماعی برای درگیر شدن در سرمایه جنسی تشویق می‌شوند و از آن‌ها انتظار می‌رود در سرمایه جنسی خود دست‌کاری کنند (پارسا، هاشمیان فر و حقیقتیان، ۱۴۰۰: ۲).

از این رو استفاده از سرمایه جنسی به‌عنوان یک سرمایه مهم در حوزه فرهنگ زندگی جامعه زنان ایران یکی از راه‌های بهبود موقعیت پایگاهشان هست؛ در واقع زنان جامعه‌ای ایرانی با استفاده از این سرمایه سعی می‌کنند تمایز بخشی خود از دیگران را به نمایش گذارند و یا با بروز کنش‌های نمایشی خود تأیید دیگران را به همراه داشته باشند. بر این اساس این نوع سرمایه به‌عنوان ابزاری اجتماعی و فرهنگی در دست دانشجویان دختر ایرانی قرار گرفته است، تا بتوانند در طول زمان، در کنار سایر سرمایه‌های خود به این سرمایه در زندگی روزمره شکل دهند و بهبود بخشند. این نوع سرمایه، فارغ از منابع طبیعی آن، در جوامع سرمایه‌داری حاصل سرمایه‌گذاری مبتنی بر ویژگی‌ها و برداشت‌های جنسیتی است که با هدف دستیابی به بازدهی مطلوب در بازار انجام می‌گیرد و معمولاً از طریق اشکال مختلف مداخله بر بدن تحقق می‌یابد. (بنائی و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۶)

امروزه نظام سرمایه‌داری زنان را به‌عنوان یکی از گروه‌های اصلی مصرف‌محوری جوامع خود تبدیل کرده است. بر این مبنا زنان در جوامع امروزی خود را به گونه کامل بر اساس بدن ظاهری فردی شده، می‌شناسند. علاوه بر این گرایش به زیبایی از یکسو امری طبیعی و مشترک بین انسان‌ها بوده است؛ و از سوی دیگر این علاقه در جوامع گوناگون به یک‌سویه فرهنگ مصرف‌محور و زیباپسند، جذاب و ... تبدیل شده و در حال گسترش است. از آنجا که در جامعه مصرفی کنونی ایران، جوان بودن الگوی یک بدن مطلوب است، مردم با فعالیت‌های ورزشی، انتخاب نوع و مدل لباس، رنگ مو، سبک آرایش، و انواع جراحی‌های ترمیمی و زیبایی می‌کوشند خود را سالم شاداب نشان دهند (Hayward, 2015) به عبارت دیگر به زبان بورديو باید این ویژگی‌ها را اهمیت دادن به سرمایه جسمانی^۱ نامید (Nettelton & Watson, 1998: 17-18)

در بین جامعه جوان ایرانی بالأخص دختران دانشجو که متأثر از مصرف فن آوری‌های ارتباطی هستند، توجه به سرمایه جسمانی در قالب جذابیت ظاهری بسیار متداول است، تصویری که این قشر از جامعه دانشجویی از بدن خود در مقایسه با آنچه ایده آل و زیبا تلقی می‌گردد باعث می‌شود که این افراد به رژیم‌های غذایی و ورزش‌های شدید و سایر فعالیت‌ها رو آورند و تصویری که از زن زیبا در رسانه‌های نظام سرمایه‌داری ارائه می‌گردد روز به روز مصداق زیبایی را محدود تر، خاص تر و غیرقابل دسترس تر می‌کند. استانداردهایی که از این طریق (نظام سرمایه‌داری) به جامعه تحمیل می‌شود عملاً جامعه را با مشکلات بسیاری روبرو کرده است (Robina & Martin, 2010: 492)

با توجه به آمار بالای انواع جراحی‌های زیبایی که امروزه بیشتر زنان و دختران گروه سنی ۱۴ تا ۴۵ ساله در جامعه ما انجام می‌دهند (کبیری و قربانعلیزاده به نقل از صادقی فسائی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۲) همچنین میزان بالای واردات مصرف لوازم آرایشی به گونه‌ای در حال رشد است که ایران را به هفتمین مصرف‌کننده مواد آرایشی و بهداشتی در جهان تبدیل کرده است (بهار و کیلی قاضی جهانی، ۱۳۹۰: ۶۴) و گسترش مشاغل آرایشی و بهداشتی در سطح جامعه و ... همه این موارد و دیگر مسائل باعث این شده است که دختران جوان و نوجوان جامعه ما از دنیای مد پیروی کنند و با تأکید بر مدیریت بدن در راستای ارتقاء سرمایه جنسی خود مبتنی بر الگوهای تعریف شده ارزش زیباشناختی جامعه غربی آن را به عنوان رویه زندگی متعین ملاک رفتاری و کنشی خود قرار دهند. در این پژوهش با استفاده از رویکرد کمی محور به دنبال پاسخ دادن به پرسش اصلی هستیم که میزان اهمیت متغیرهای

¹ Physical Capital

مدیریت بدن و سرمایه جنسی در بین دانشجویان چقدر است؟ و رابطه همبستگی این متغیرها در سطح زندگی روزمره دانشجویان تا چه حدی است؟

۲. پیشینه پژوهش

با توجه به منابع و ادبیات تجربی، یافته‌های پژوهشی که به طور مستقیم و غیر مستقیم با موضوع این نوشتار مرتبط بوده است به اجمال بیان می‌شود. میر فردی و صفرپور (۱۴۰۱) در پژوهش انجام یافته در بین دانشجویان گرایش به لوازم و الگوهای آرایشی، به این نتایج دست یافته‌اند که زنان برای بروز خود در جامعه به نمایش ظاهری خویش روی آورده‌اند. رسانه‌ها به‌عنوان یکی از منابع اصلی در فراهم‌سازی و ارائه اطلاعات مربوط به ابزارها، الگوها و مؤلفه‌های سبک زندگی مدرن عمل می‌کنند و از طریق تبلیغات گسترده، به ترویج کالاها و الگوهای مصرفی می‌پردازند. در این رسانه‌ها، علاوه بر تبلیغ کالاهای مصرفی، به‌ویژه محصولات آرایشی، شیوه‌ها و روش‌های استفاده از آن‌ها نیز با بهره‌گیری از جذابیت‌های هنری و استفاده از مدل‌های آرایشی به تصویر کشیده می‌شود. این تبلیغات با بهره‌گیری از عناصر زیباشناختی و احساسی همراه است. برخی کدهای مفهومی و مقوله‌های تحلیل پژوهش نشان می‌دهند که گروه‌های همسن و سال و عضویت در این گروه‌ها نقش پررنگی در مصرف لوازم آرایش از سوی دانشجویان دختر داشته است. گروه دوستان و همسالان هم از لوازم (زیباشناسانه) و هم به گونه‌ای از طریق فشار اجتماعی به اعضاء خود، دانشجویان را به سمت گونه‌هایی از رفتارهایی سوق می‌دهند که از این لوازم زیباشناسانه بیشتر استفاده کنند. در غیر این صورت دانشجویانی که رغبت کمتری به استفاده از این لوازم آرایشی دارند و مصرف کمتری می‌کنند؛ به گونه‌ای در جمع حاشیه دوستانه قرار می‌گیرند، و تعاملات اجتماعی کم‌رنگی دارند.

طالب دلیر و یعقوبی چوبری (۱۴۰۱) در پژوهش خود که با عنوان فراتحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران انجام داده‌اند، نتایج تحقیق نشان داده است که «احساس کهنتری» بیشترین تأثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی (۲=۰/۵۹) دارد؛ به طوری که، اندازه اثر آن مثبت و قوی است. بعد از آن، بیشترین عوامل تأثیرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی به ترتیب فشارهنجاری، تصویر بدنی منفی، گروه مرجع، رسانه و مدیریت بدن با اندازه اثر مثبت و متوسط بوده‌اند. پارسا و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود به این دست یافته‌اند که در شهر اصفهان زنانی هستند که از سرمایه جنسی بیشتر بهره می‌برند و به جذابیت و زیبایی‌شان بیشتر اهمیت می‌دهند؛ در بین گروه‌های سنی بالاخص جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله به نسبت گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ ساله سرمایه جنسی حائز اهمیت است. همچنین بین سرمایه اجتماعی و مولفه آن با سرمایه جنسی مولفه‌هایی چون (جلوه‌گری، دلربایی، زیبایی چهره، مهارت، سرزندگی و جذابیت) رابطه معناداری وجود دارد. عشورچربانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که نظریه سرمایه جنسی در جهان غرب مفهومی کاملاً ابزاری و تولیدمحور به شمار می‌آید. این نظریه مسیری را برای ورود زنان به حوزه‌های رقابت، تجارت و لذت‌جویی ترسیم کرده است. با این حال، بر اساس دیدگاه‌های اسلامی می‌توان آن را به دلیل نقش آن در گسترش مفاسد اخلاقی و اجتماعی، بروز بحران‌های خانوادگی و ایجاد نوعی از خودبیگانگی، مورد نقد قرار داد. بنایی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق کیفی خود به این دست یافته‌اند که مهمترین ویژگی سرمایه جنسی در بین افراد منتخب جذابیت جنسی بوده است که بیشترین ارزش‌گذاری را داشته است،

بادین فکر و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود به این نتایج اشاره کرده‌اند که میزان سرمایه جنسی در تبلیغات رسانه ملی درصد بالایی دارد. در این میان مولفه‌های شیوه ظاهر شدن در جامعه (مانند پوشش جذاب، آرایش چهره)، جذابیت جنسی (بدن جذاب، رفتار زنانه)، و زیبایی، بیش‌ترین تکرار و مولفه‌های حضور اجتماعی (مهارت و تعامل و مشارکت اجتماعی، خوش مشربی) و سرزندگی (منفعل نبودن)، دارای کمترین تکرار رسانه‌ای است.

خواجه نوری و مساوات (۱۳۹۸) در تحقیق خود به این دست یافتند که بین مدیریت بدن و مصرف آرایش به عنوان بعدی از سبک زندگی رابطه معنی‌داری با شیوه رفتار مصرفی (۰/۳۶۵) در بین زنان شهر شیراز وجود داشته است. در این خصوص وسایل ارتباط جمعی (ماهواره- اینترنت و...) از طریق ابزارهای تبلیغاتی بیشترین سهم در نمایان کردن گرایش به رفتارهای مصرف‌کنندگی

لوازم آرایشی را مرتبط با بدن و مدیریت آن داشته است. حسینی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خود به این رسیدند که یافته‌ها نشان داد متغیرهای مدرگرایی (۰/۵۸)، خود اظهاری و بیان خود (۰/۵۸)، ارزش‌های لذت‌جویانه (۰/۳۷)، مدیریت بدن (۰/۳۴) و تبلیغات رسانه‌ای (۰/۲۶) رابطه مثبت و معناداری با مصرف‌گرایی دارند.

صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که از دیدگاه زنان، سرمایه جنسی از ارزشی نسبتاً بالا برخوردار است؛ به گونه‌ای که به یکی از عوامل اصلی و اثرگذار در زمینه مدیریت بدن و انجام مداخلات مرتبط با آن تبدیل شده است. صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان دادند که میانگین توجه زنان جامعه مورد بررسی به مدیریت بدن، عدد ۱/۹ از ۵ را به خود اختصاص داده است. همچنین میانگین ارزش سرمایه جنسی در میان پاسخ‌دهندگان ۲/۷۴ از ۵ بوده که سطحی نسبتاً پایین را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که متغیر مستقل سرمایه جنسی با سطح معناداری $\text{sig} = 0/00$ و ضریب بتای ۰/۵۵۸ بر میزان مدیریت بدن زنان متولد دهه ۴۰ تأثیرگذار بوده است.

بهیان و همکاران (۱۳۹۴) به این نتایج دست یافته‌اند که در رمان‌ها پرتیراژ فارسی مقوله‌های زیبایی و جذابیت جنسی زنان از اهمیت بیشتری برخوردار است. براساس نظریه حکیم مفاهیمی مثل رفتارهای زنانه، جذابیت جنسی برای مردان، سرزندگی زیبایی و نحوه ظاهر شدن در جامعه و... در رمان‌ها از مفاهیم متعادلی برخوردار است.

کرمی پور و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که سرمایه جنسی با تأکید بر مولفه‌های (کسب هویت جدید، جاذبه جنسی جلوه‌گری اجتماعی، مهارت اجتماعی، سرزندگی، تمایز بخشی اجتماعی و تمایلات جنسی) در دهه اخیر، زندگی جوانان را در رسیدن به هدف‌های شان پیوند زده و فرهنگ ویژه جوانان را جهانی کرده است، به طوری که همه افراد زیر ۳۰ سال در تمامی طبقات اجتماعی را به خود جذب می‌کند. به عبارت دیگر، گروه‌هایی از جوانان که وجه مشخصه آنان باورها، ارزش‌ها و هنجارهای خاص در مقابل فرهنگ مسلط یا نظم اجتماعی حاکم باشد، فرهنگ جوانان را تشکیل می‌دهد.

کافی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که زنان نسبت به مردان و همچنین افراد جوان در مقایسه با میانسالان، استفاده بیشتری از سرمایه جنسی خود دارند. با این حال، بین متغیرهایی همچون وضعیت تأهل، وضعیت شغلی، منطقه محل زندگی و قومیت با میزان بهره‌گیری از سرمایه جنسی، رابطه معناداری مشاهده نشد.

روبال و کریکاو (۲۰۲۰) به این نتیجه رسیدند که در جامعه شناسی بازاریابی ارتباطی عصر حاضر آراستگی در فرهنگ مصرفی بدن به صورت یک سلطه درآمدی است؛ و جذابیت به عنوان یک سرمایه جنسی پیشرو در موفقیت مدیریت بدن به عنوان یک واقعیت عینی تجربه شده است. روبال (۲۰۱۹) در یافته‌های تحقیق خود به این نتیجه‌گیری رسید که سرمایه جنسی کیفیت پیچیده‌ای است که علاوه بر جذابیت فیزیکی، جاذبه جنسی، شایستگی اجتماعی، خلق و خوی، تمایلات جنسی و توانایی ارائه خوب فرد را نیز در بر می‌گیرد. رکونا^۳ (۲۰۱۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که به لحاظ تاریخی زنان نسبت به مردان مهارت بیشتری در استقرار و استفاده از بدن خود در زندگی اجتماعی داشته‌اند. امروزه زنان با پرداختن به بدن خود و تلاش برای زیباتر نشان دادن آن، سرمایه جنسی خود را افزایش می‌دهند. واترز^۴ (۲۰۱۶) در پژوهش خود بیان کرد که بسیاری از زنان در مغولستان به دلایل مختلف، از جمله تقویت ویژگی‌های زنانه و جنسی خود، اقدام به افزایش سرمایه جنسی از طریق جراحی‌های زیبایی می‌کنند. افزون بر این، در این کشور، فرایند کالایی‌سازی بخش‌های مجزای بدن به‌عنوان روشی برای بهبود شرایط اقتصادی، ارتقای موقعیت در ازدواج یا تقویت توانایی‌های نقش‌آفرینی تعریف شده است. لئو^۵ (۲۰۱۳) در پژوهشی کیفی با عنوان «جراحی بدن تغییر یافته: اقتصاد زیبایی و

1 Roubal,&Cirkaov

2 Roubal

3 Requena

4 Waters

5 Luo

مصرف زنان چینی از جراحی زیبایی « یافته‌ها نشان می‌دهد که مشارکت زنان چینی با جراحی‌های زیبایی بر اساس ویژگی‌های بافت محلی و الزامات بازار جهانی شدن شکل گرفته است.

از نتایج پژوهش‌های مرور شده می‌توان دریافت که:

- کمبود چنین پژوهش‌های در ساختار علمی و دانشگاهی ایران مشهود است. با وجود اهمیت موضوع مدیریت بدن و سرمایه جنسی در جامعه حال حاضر جوان ما، مطالعات محدودی به بررسی این متغیرها پرداخته‌اند. این کمبود نشان‌دهنده خلاء پژوهشی در حوزه مطالعات اجتماعی را نشان می‌دهد.

- پیشینه‌های پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت بدن و سرمایه جنسی در بین دانشجویان زن ایرانی به عنوان پدیده‌ای چندبعدی تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی قرار دارد. این موضوع نه تنها بازتابی از تغییرات ارزشی در نسل جوان است، بلکه نشان‌دهنده نقش بدن به عنوان یک سرمایه نمادین در میدان‌های اجتماعی است.

- کمبود یافته‌ها در وضعیت موجود سرمایه جنسی دانشجویان ایران نشان‌دهنده این است که پیشینه‌های موجود نتوانسته‌اند تصویر روشنی از وضعیت سرمایه جنسی در بین دانشجویان، ارائه دهند.

- افزایش چنین پژوهش‌هایی با پر کردن شکاف‌ها، به درک بهتری از رفتارهای مصرفی نمایش نسل جوان می‌پردازد؛ و این امکان را ممکن می‌سازد که یافته‌ها حاکی از تحقیقات جدید نشان دهد که سرمایه جنسی برای دانشجویان زن یک استراتژی انطباقی در مواجهه با محدودیت‌های ساختاری (مانند نابرابری جنسیتی) تلقی گردد.

- از دیگر نتایج پیشینه‌ها می‌توان دریافت که موضوع روزمره در زندگی جوانان و دانشجویان می‌تواند مدیریت بدن و سرمایه جنسی باشد که اهمیت دارد. در این خصوص تمایل دانشجویان زن به ارتقای سرمایه جنسی از طریق مدیریت بدن، بازتابی از تغییرات فرهنگی در نسل جوان جامعه ایرانی است که می‌تواند تحت تأثیر رسانه‌ها و جهانی‌شدن قرار گرفته باشند.

- یافته‌های این دسته از تحقیقات نشان داده است که، مدیریت بدن نه یک انتخاب فردی، بلکه یک اجبار اجتماعی است. دانشجویان برای حفظ موقعیت‌شان در گروه همسالان و افزایش فرصت‌های اجتماعی (مانند ازدواج یا اشتغال) به این رفتارها روی می‌آورند.

- تحقیق حاضر تلاش کرده که به ارتقای موقعیت اجتماعی سطحی زنان جوان از طریق متغیرهای مورد پژوهش بپردازد. به عبارت دیگر در این تحقیق سعی شده که در کلانشهر مذهبی مشهد، بررسی شود که متغیر مدیریت بدن به عنوان ابزاری برای تغییر موقعیت اجتماعی زنان جوان تبدیل شده است. این امر به ویژه در دانشگاه‌های غیرانتفاعی که تنوع فرهنگی بیشتری دارند، می‌تواند قابل دسترسی باشد.

- در یافته‌های این مقاله تلاش خواهد شد که متغیرهای مورد بررسی را با نظریه بوردیو درباره "سرمایه فیزیکی" توضیح داده شود؛ و بدن را به عنوان یک سرمایه نمادین، ابزاری برای تمایز طبقاتی و ارتقای پایگاه اجتماعی از منظر جامعه زن دانشجوی ایرانی در نظر گرفته شود.

- پژوهش حاضر از منظر نوآوری در حوزه مطالعات اجتماعی متمرکز است. تمرکز بر روی جامعه دانشجویی خواهد داشت و با استفاده از روش‌های کمی، به رابطه مدیریت بدن و سرمایه جنسی می‌پردازد؛ که کمتر در جامعه دانشگاهی حال حاضر جامعه ایران مورد بررسی قرار گرفته است. این مطالعه نشان می‌دهد که سرمایه جنسی در کنار سایر سرمایه‌ها (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی) می‌تواند به عنوان سرمایه چهارم نظریه بوردیو، تکمیل‌کننده نظریه اندیشمند مذکور باشد.

- تحقیق حاضر تلاش خواهد کرد که تغییر سبک زندگی به سمت مصرف‌گرایی را نشان دهد. به عبارت دیگر افزایش رفاه و تأثیر رسانه‌ها، دانشجویان را به سمت فعالیت‌های تجملاتی و آرایشی سوق داده است. این رفتارها دیگر محدود به دوره‌های خاصی مانند ازدواج نیستند؛ این روند با نظریه کاترین حکیم درباره افزایش ارزش سرمایه جنسی در جوامع مدرن می‌تواند همخوانی داشته باشد.

۳. چارچوب نظری

در سال‌های اخیر، بدن انسان به یکی از موضوعات مهم در مطالعات جامعه‌شناسان معاصر تبدیل شده است. در جامعه مصرفی، نگاه به بدن با جنبه‌هایی تجاری، نمایشی و زیبایی‌شناختی همراه است و ضرورت دارد که اندام متناسب، لاغر و جوان باقی بماند. در جامعه ما نیز گسترش پدیده آرایش در میان دختران و زنان در عرصه زندگی اجتماعی و استفاده از پوشش‌هایی که دارای سه ویژگی چسبان، کوتاه و بدن‌نما هستند، به‌طور آشکار با آموزه‌های دینی و ساختار اجتماعی، هنجاری، عرفی و قوانین حاکم که هرگونه لذت‌جویی زن و مرد از یکدیگر را در چارچوب تشکیل خانواده تعریف می‌کند، در تعارض قرار دارد (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷). در این زمینه، بوردیو اشاره می‌کند که مراجع سنتی هویت‌ساز دیگر قادر به پاسخگویی به نیازهای دنیای معاصر نیستند. فرایند جهانی شدن با توسعه فضای اجتماعی، فرصت‌های شکل‌گیری هویت در چارچوب‌های مشخص و از پیش تعریف‌شده را به طور قابل توجهی محدود می‌کند. به بیان بوردیو، فضای اجتماعی اساساً بر پایه سرمایه شکل گرفته است؛ و ترکیب دو نوع سرمایه فرهنگی و اقتصادی، منجر به ایجاد گروه‌هایی با سطوح متفاوتی از این دو سرمایه می‌شود. این گروه‌بندی‌ها دارای نظام‌های ارزشی مشابه و ذائقه‌ها و سلیقه‌ها نزدیک به هم هستند و به طور کلی می‌توان گفت که سبک زندگی مشابهی را به اشتراک می‌گذارند؛ در این دیدگاه، عنصر مرکزی بر پایه عادت‌واره‌ها شکل می‌گیرد. بوردیو در کتاب «تمایز» که درباره سلیقه و سبک زندگی طبقات مختلف اجتماعی در فرانسه است، بیان می‌کند که طراحان لباس، جواز خوش‌سلیقگی را تنها به اندام‌هایی با اندازه‌ها و ابعادی متفاوت از مانکن‌ها و مدل‌های رایج اختصاص می‌دهند. متخصصان تبلیغات که استفاده‌های اجباری نوین از بدن را به فرصتی برای هشدارها و تذکرات متعدد تبدیل کرده‌اند، و روزنامه‌نگارانی که سبک زندگی خود را در مجلات و هفته‌نامه‌های زنان به مدیران ثروتمند نمایش می‌دهند و مورد تحسین قرار می‌گیرند، همه با وجود رقابت با یکدیگر، هم‌صدا عمل می‌کنند تا نهضتی را ایجاد کنند که در نهایت منجر به خلق و تحمیل تصاویری ساختگی به جامعه شود؛ جامعه‌ای که تحت تأثیر این تصاویر جذاب و نوظهور رسانه‌ای به سمت تغییرات اساسی و فاصله‌گیری از فرهنگ سنتی خود حرکت می‌کند. این تغییرات، جامعه را به سوی دگرگونی‌های گسترده هدایت کرده و موجب یکنواختی در آن می‌شود (بوردیو، ۱۳۹۱). بوردیو هدف از مدیریت بدن را کسب منزلت، تمایز و جایگاه اجتماعی می‌داند. او در تحلیل خود به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره دارد که به شکل سرمایه فیزیکی نمود پیدا می‌کند. بوردیو معتقد است که تولید این سرمایه فیزیکی وابسته به رشد و توسعه بدن است؛ به طوری که بدن به‌عنوان حامل ارزش در حوزه‌های اجتماعی مطرح می‌شود. بر اساس نظر بوردیو، بدن به‌عنوان شکل کلی سرمایه فیزیکی، حامل منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متفاوت است. تبدیل سرمایه فیزیکی در واقع به معنای تفسیر و بازتاب حضور بدنی بر اساس انواع مختلف سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) در حوزه‌هایی مانند کار، اوقات فراغت و غیره است. بوردیو با نگاه به بدن به‌عنوان یک سرمایه فیزیکی، هویت افراد را با ارزش‌های اجتماعی مرتبط با اندازه، شکل و ظاهر بدن تطبیق می‌دهد (Shilling, 1993). در واقع، برداشت بوردیو از بدن به‌عنوان شکلی از سرمایه فیزیکی و مادی است که مشابه همان مفهومی است که دیگران آن را بدن متمدن شده می‌نامند. در هر دو دیدگاه، رابطه‌ای میان رشد و توسعه بدن و موقعیت اجتماعی افراد وجود دارد و هر دو بر این باورند که مدیریت بدن نقش مرکزی در کسب جایگاه و تمایز ایفا می‌کند. این دیدگاه، فرآیند کالایی شدن بدن را در راستای سرمایه اندوزی به عنوان امری عادی معرفی می‌کند (قادری و سیفی، ۱۳۹۲). در نهایت، بوردیو معتقد است که افراد بر اساس سطح آگاهی و شناختی که از محیط پیرامون خود دارند، تصمیم‌گیری می‌کنند و کسانی که شناخت بالاتری دارند، انتخاب‌های بهتری انجام می‌دهند تا بتوانند خود را از دیگران متمایز سازند. این فرآیند موجب می‌شود افراد سبک زندگی خود را تغییر دهند؛ یکی از این سبک‌ها، مدیریت بدن است که هدف اصلی آن کسب منزلت، ایجاد تمایز با دیگران و نمایش جایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر برای نشان دادن برتری فرد نسبت به دیگران است.

بر اساس آنچه که در سطور قبل توضیح داده شد در بررسی متغیر مدیریت بدن مولفه‌هایی که می‌توان در نظر گرفت شامل: **الف)** نگرش نسبت به آرایش، **ب)** دستکاری پزشکی که شامل (جراحی‌های زیبایی و پلاستیک و...) **پ)** آرایش بدن مبتنی بر به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی **ت)** رویه‌های لاغری با تاکید بر مفاهیم معرف‌های کنترل وزن مورد سنجش قرار می‌گیرد.

یکی از انواع سرمایه که در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته، سرمایه جنسی است که کاترین حکیم آن را مطرح کرده است. او بدن را به‌عنوان دارایی فردی مورد بررسی قرار داده و سرمایه جنسی را چهارمین نوع سرمایه می‌داند که در کنار سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و انسانی وجود دارد و همه افراد، فارغ از ساختار اجتماعی، نژاد، سن، جنسیت و طبقه، قادر به دسترسی و تقویت آن هستند (Hakim, 2011: 15). به بیان دیگر، سرمایه جنسی نشان‌دهنده جنبه‌ای از زندگی است که در آن زنان بدون تردید نسبت به مردان از مزیت بیشتری برخوردارند (صادقی فسائی، و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۳).

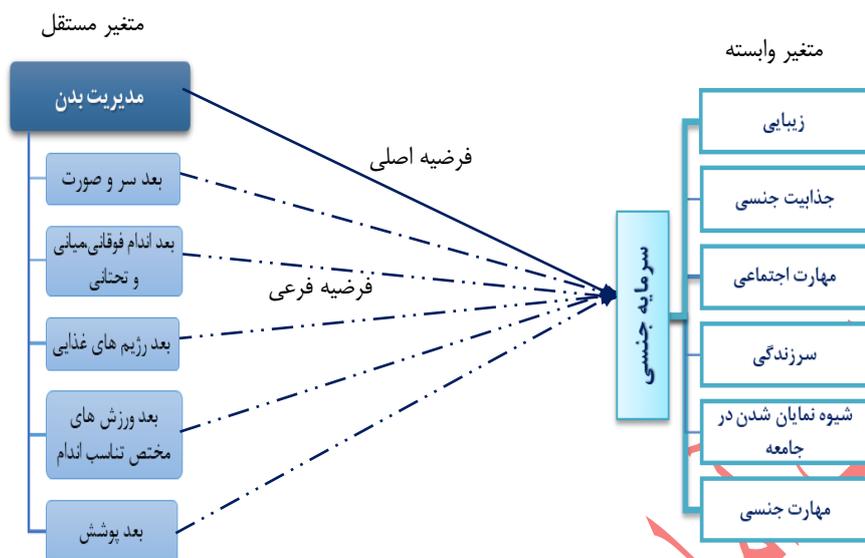
حکیم برای این سرمایه شش مؤلفه در نظر گرفته است: ۱- زیبایی اولین و محوری‌ترین مؤلفه است. زیبایی در هر فرهنگ و هر دوره زمانی مصادیق گوناگون دارد؛ علاوه بر آن، سلیقه شخصی نیز در این امر دخالت دارد. ۲- دومین مؤلفه جذابیت جنسی است. منظور از جذابیت جنسی توانایی برانگیزاندگی میل جنسی طرف مقابل است؛ به بیان دیگر، جذابیت جنسی عمدتاً ماهیتی اجتماعی دارد و در رفتارهای افراد در قالب‌هایی مانند نحوه صحبت کردن، راه رفتن، زبان بدن و حتی طرز ایستادن نمود پیدا می‌کند. ۳- مؤلفه اجتماعی که سومین مؤلفه محسوب می‌شود، شامل مهارت‌های اجتماعی نظیر فریبندگی، دلربایی و خوش‌رویی است. منظور از این مؤلفه، میزان توانایی افراد در جلب توجه دیگران و ایجاد انگیزه برای آشنایی و تعامل بیشتر در روابط اجتماعی است. ۴- مؤلفه سرزندگی ترکیبی از زیبایی ظاهری، انرژی اجتماعی و خوش‌رویی بوده و افراد برخوردار از این ویژگی معمولاً پارانرژی، مثبت‌اندیش و امیدوار هستند و در مهمانی‌ها به عنوان مایه نشاط و شادی شناخته می‌شوند. ۵- مؤلفه دیگر به شیوه ظاهر شدن افراد در اجتماع مربوط می‌شود و شامل سبک لباس پوشیدن، استفاده از عطر، زیورآلات و مدل مو و آرایش صورت است که از این طریق جایگاه اجتماعی و سبک زندگی افراد به نمایش گذاشته می‌شود. ۶- آخرین مؤلفه مربوط به مسائل جنسی است که شامل مهارت‌های جنسی، انرژی، تخلیه هیجان‌ات جنسی، بازیگوشی و هر ویژگی دیگری است که فرد را به شریک عاطفی و جنسی موفق تبدیل می‌کند؛ این مؤلفه با افزایش سن کاهش می‌یابد (حکیم، ۱۳۹۱: ۲۴-۲۸).

نتیجه ترکیب شش مؤلفه ذکر شده، سرمایه جنسی هر فرد را شکل می‌دهد. این سرمایه شامل مهارت‌هایی است که یا یاد گرفته شده یا به مرور تقویت می‌شوند. علاوه بر این، حکیم معتقد است که زنان به طور طبیعی سرمایه جنسی بیشتری نسبت به مردان دارند و این موضوع ممکن است به عنوان راهبردی جمعی برای توانمندسازی زنان عمل کند. از این رو، از دیدگاه حکیم، سرمایه جنسی به عنوان ابزاری برای قدرت تلقی می‌شود که زنان برای مقابله با نابرابری‌های جنسی از آن بهره می‌برند (صادقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۷-۳۸).

به طور کلی، ویژگی‌های سرمایه جنسی از منظر حکیم شامل مواردی مانند: **(الف)** قابلیت تبدیل این سرمایه به سایر انواع سرمایه‌ها؛ **(ب)** انتخابی بودن سرمایه جنسی به عنوان یک رفتار، به این معنا که افراد در جامعه می‌آموزند چگونه نقش زن یا مرد را ایفا کنند و برای اجرای صحیح آن نیازمند کسب مهارت و رعایت اخلاقیات هستند؛ **(ج)** وجود رابطه مستقیم و معنادار بین افزایش رفاه و ارتقای ارزش سرمایه جنسی. شایان ذکر است که جذابیت‌های جنسی می‌تواند تحت تأثیر تغییرات اجتماعی و اقتصادی در طول زمان دستخوش تحول شود. افزایش سطح رفاه موجب می‌شود که افراد توجه بیشتری به فعالیت‌های تفریحی، تجملات و ظاهر خود داشته باشند. همچنین پیشرفت‌های علمی و فناوری در حوزه زیبایی، استانداردهای زیبایی را به‌طور مستمر تغییر داده و افزایش می‌دهد و توقعات برای داشتن ظاهری جذاب در سنین مختلف را بالا می‌برد (بهیمان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۱-۱۵۲). حکیم بر این باور است که در جوامع مدرن، به‌واسطه افزایش رفاه، توسعه اقتصادی، نقش پررنگ رسانه‌ها و اهمیت یافتن فراغت و تفریح، ارزش سرمایه جنسی در شهرهای بزرگ و چندفرهنگی افزایش یافته است. در حالی که در جوامع سنتی، ازدواج بیشتر به عواملی مانند جایگاه و طبقه اجتماعی، موقعیت خانوادگی و مذهب وابسته بود، در جوامع مدرن، سرمایه جنسی بالاتر نقش مهم‌تری در افزایش فرصت‌های ازدواج برای زنان و مردان ایفا می‌کند (بادین فکر و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۹).

سرمایه جنسی، با وجود داشتن یک روند نسبتاً طولانی در تحول و توسعه، به دلیل وابستگی شناختی و تفاوت در برداشت از مفاهیم زیبایی و جذابیت، در جوامع مختلف تعاریف و معیارهای متنوعی برای ارزیابی آن وجود دارد. بنابراین، درک عمیق این مفهوم نیازمند پژوهش‌های دقیق و ژرف‌نگر در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت است.

مقالات آماده انتشار
عیر قابل ارجاع



شکل شماره ۱: مدل مفهومی مدیریت بدن (بوردیو) و سرمایه جنسی (کاترین حکیم)

با توجه به آنچه که در سطور قبل و مدل مفهومی بیان شد، فرضیه‌های این تحقیق این گونه بیان می شود.

۱. بین میزان مدیریت بدن و میزان سرمایه جنسی رابطه معنادار وجود دارد.
۲. بین میزان مدیریت سرو صورت و میزان سرمایه جنسی رابطه وجود دارد.
۳. بین میزان اندام فوقانی و میزان سرمایه جنسی رابطه وجود دارد.
۴. بین میزان رژیم های غذایی و میزان سرمایه جنسی رابطه وجود دارد.
۵. بین میزان ورزش دادن تناسب اندام خاص و میزان سرمایه جنسی رابطه وجود دارد.
۶. بین میزان پوشش و میزان سرمایه جنسی رابطه وجود دارد.
۷. میزان مدیریت بدن و میزان سرمایه جنسی بر حسب متغیرهای زمینه ای با هم تفاوت معناداری دارند

۴. روش شناسی تحقیق

در این تحقیق از روش کمی، راهبرد پیمایش و ابزار پرسشنامه استاندارد شده مبتنی بر طیف لیکرت بهره برده شده است. هدف این پژوهش کاربردی، مقطعی، توصیفی و همبستگی بوده است. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان زن رشته روانشناسی موسسات آموزش عالی غیرانتفاعی (سناباد گلپهار، خراسان، بهار، امام رضا (ع) و...) شهر مشهد در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بوده اند که جهت برآورد حجم نمونه از فرمول نمونه گیری کوکران استفاده شد. در نهایت ۲۵۳ پرسشنامه به صورت قطعی اطلاعات آن وارد نرم افزار شده است. نمونه گیری به صورت خوشه ای تصادفی به صورت دو مرحله ای انجام شد. به این معنا که ابتدا، جامعه آماری را به خوشه‌هایی تقسیم کرده؛ سپس، تعدادی از این خوشه‌ها به صورت تصادفی انتخاب می‌شوند. چون در نظر داشته ایم نگرش دانشجویان را در مورد موضوع بررسی کنیم، ابتدا موسسات آموزش عالی غیرانتفاعی که دارای رشته روانشناسی در سال تحصیلی مورد نظر بوده اند به عنوان خوشه در نظر قرار داده شد، سپس چند دانشگاه را که این رشته‌های را دایر داشته اند به صورت تصادفی انتخاب شده اند، و براساس حجم نمونه مورد نظر یافته‌های در بین دانشجویان جمع آوری شد. سطح تحلیل این پژوهش در سطح خرد انجام شده و واحد تحلیل و مشاهده فرد در نظر گرفته شده است. از پیش آزمون جهت روایی و اعتبار سوالات بهره برده شد، و برخی از سوالات اصلاح و بازنگری گردید.

در سطور ذیل تعریف نظری متغیرها و بیان ابعاد آن توضیح داده شده و ویژگی های آماری سنجش پرسشنامه های استاندارد شده متغیرهای پژوهش به اختصار بیان شده است.

مدیریت بدن: عبارت از یک تلاش منطقی برای کنترل ظاهر بیرونی از طریق انتخاب لباس و رفتارهایی است که ظاهر شخصی را تغییر می دهند. این تلاش ها، برای انعکاس استانداردهای ایده آل زیبایی انجام می شود (راد لنون، ۲۰۰۱؛ عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۸) و به معنای نظارت و دست کاری مستمر ویژگی های ظاهری و مرئی بدن است. این مفهوم به کمک معرف های کنترل وزن (از طریق ورزش، رژیم غذایی و دارو) دست کاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت دادن به مراقبت های بهداشتی و آرایشی (استحمام روزانه، آرایش مو، آرایش اصلاح و صورت، استفاده از عطر و ادکلن و دئودورانت، آرایش ناخن، و لنز رنگی برای خانم ها) به یک شاخص اساسی تبدیل شده است. (آزادارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴). سوالات مدیریت بدن زنان براساس پرسشنامه صادقی فسائی و همکاران، (۱۳۹۶) در ۵ بعد (سر و صورت، سایر قسمت های بدن، رژیم غذایی، ورزش های مختص تناسب اندام، پوشش) که در مجموع هریک از ابعاد بین ۷ تا ۱۰ گویه را شامل شده در قالب ۳۱ سوال به صورت طیف لیکرت ۱ تا ۵ با آلفای کرونباخ مبتنی بر همبستگی گویه ای که ضریب روایی کل طیف را مشخص می کند با مقدار ۰/۹۰ در تحقیق صادقی فسائی و همکاران (۱۳۹۶) بدست آمده است.

سرمایه جنسی: این نوع سرمایه با موضوعاتی نظیر زیبایی، جذابیت جنسی، سرزندگی، ذکاوت، خوش پوشی، دلربایی، مهارت اجتماعی و مهارت جنسی را در بر گرفته است. سرمایه جنسی آمیزه ای است از جذابیت های ظاهری و اجتماعی است. مسائل جنسی تنها بخشی از این سرمایه است بخشی که به راحتی تحت عنوان چیزی صرفاً مربوط به روابط نزدیک با دیگری از قلم انداخته می شود. (حکیم، ۱۳۹۱: ۲۴) در این پژوهش بر اساس تحقیق صادقی فسائی و همکاران (۱۳۹۶) پرسشنامه یادشده طراحی شده است؛ و سرمایه جنسی با شش مولفه (زیبایی، جذابیت جنسی، مهارت اجتماعی، سرزندگی، شیوه ظاهر شدن در جامعه، مهارت جنسی) که در مجموع بین ۳ تا ۸ گویه هر یک از مولفه های داشته اند؛ در قالب ۳۰ سوال به صورت طیف لیکرت ۱ تا ۵ با مقدار آلفای ۰/۹۲ بدست آمده است. در جدول ذیل تعاریف عملیاتی مولفه های به همراه گویه ها مشخص شده است.

جدول شماره ۱) تعاریف عملیاتی مولفه های تحقیق

متغیر / مولفه ها	تعریف عملیاتی	گویه
مدیریت بدن	سر و صورت: استفاده از رنگ ها و شامپوها، کرم ها، لنزها و لوازم آرایشی و بهداشتی سر و صورت فرد	من به رنگ کردن موهایم مانند (مش، رنگ کردن، روشن کردن، دکلره کردن و ...) اهمیت می دهم. من به فر کردن و صاف کردن موهایم اهمیت می دهم استفاده از شامپوهای تقویت کننده و حاوی ویتامین، شامپوهای حالت دهنده و حجم دهنده، روغن های مختلف مو (بادام، نارگیل، زیتون و ...) و ژل مو برای من مهم است. استفاده و مصرف ماسک برای شما چقدر اهمیت دارد؟ استفاده و مصرف کرم های سفید کننده لایه بردار، کرم های آرایشی، ضد چروک و جوان کننده پوست و مصرف انواع پنکیک برای شما چقدر اهمیت دارد؟ استفاده از کرم های ضد آفتاب مرطوب کننده، کرم روز، کرم شب و کرم دور چشم ضروری است استفاده از انواع رژگونه و برق لب چقدر برای شما مهم است؟ استفاده از ریمل، سایه چشم، فر مژه، مژه مصنوعی و استفاده از انواع عینک آفتابی چقدر برای شما اهمیت دارد؟ استفاده و گذاشتن لنزهای رنگی (زیبایی) در چشم برای من مهم است
		ورزش های تخصصی تناسب اندام

گویه	تعریف عملیاتی	متغیر / مولفه ها	
<p>حمام کردن روزانه برای شما مهم است</p> <p>استفاده روزانه از صابون ها و شامپوها و خوشبو کننده های بدن، استفاده از انواع اسپری ها و دئودورانت های ضد تعریق، استفاده از انواع عطر و ادکلن برای شما مهم است.</p> <p>استفاده از روغن های لاک بدن، استفاده از ژل های بدن و برنزه کردن بدن، بلند کردن ناخن ها و استفاده از ناخن های مصنوعی، استفاده از انواع لاک ناخن، استفاده از انواع لاک ها چقدر اهمیت دارد؟</p> <p>مانیکور (تزیین ناخن دست)، پدیکور (تزیین ناخن پا)، استفاده از نوار و حلقه برای شما مهم است.</p> <p>استفاده از انواع زیورآلات، ساعت، دستبند، مچ بند، انگشتر، دستبند، زنجیر، گوشواره و</p>	<p>انجام استحمام و استفاده از لوازم بهداشتی و آرایشی و زینتی اعضای بدن</p>	<p>اندام فوقانی، میانی، تحتانی</p>	
<p>استفاده از انواع رژیم های غذایی برای کاهش وزن یا چاقی برای شما مهم است</p> <p>استفاده و مصرف انواع قرص های چربی سوز و قرص های کاهش اشتها، استفاده از گوشواره های مغناطیسی کاهش اشتها (لاغری) برای شما حائز اهمیت است.</p> <p>استفاده و مصرف انواع پودرها و مخلوط های چاق کننده مواد غذایی (کراتین و) استفاده و مصرف شربت ها و انواع اشتها آور</p> <p>مصرف انواع نوشیدنی های رژیمی برای شما مهم است</p> <p>مصرف قرص های حاوی فلزات مختلف مانند آهن، روی و ویتامین های C، B و A ضروری است</p> <p>استفاده و مصرف انواع داروهای گیاهی افزایش و کاهش اشتها، چاق کننده بدن و صورت ضروری است.</p>	<p>مصرف و استفاده از مواد غذایی، نوشیدنی، پروتئینی و دارویی در جهت افزایش و یا کاهش وزن</p>		
<p>پوشیدن ژاکت های کوتاه و لباس هایی که بدن را در آغوش می گیرند برای شما مهم است</p> <p>پوشیدن شلوار جین و لباس کتان برای شما مهم است</p> <p>برای شما مهم است که شلوار ساپورت، شلوار کوتاه، شلوار الاستیک بپوشید</p> <p>پوشیدن جوراب کوتاه و شیشه ای برای شما مهم است</p> <p>برای شما مهم است که روسری کوتاه و نازک بپوشید، فرم بپوشید و روسری را دور گردن بیندازید و پوشیدن شلوار جین تنگ در کنار و کناره یا شلوار جین چاق کننده مهم است</p>	<p>نوع پوشش و رفتارهای پوششی (لباس، جوراب و پوشاک و...) فرد</p>	<p>بعد پوشش</p>	
<p>افراد جامعه برای زنان خوش اخلاق و شاداب ارزش بیشتری قائل هستند.</p> <p>با جذابیت زودتر به خواسته ها و اهداف خود می رسند</p> <p>زنانی که روابط اجتماعی و عمومی قوی تری دارند در جامعه موفق ترند</p> <p>رفتار و منش زنان در جامعه باید به گونه ای باشد که دیگران با آنان صمیمیت، صمیمیت و آرامش داشته باشند</p> <p>نادیده گرفتن آداب اجتماعی به ویژه در رابطه با جنس مخالف توسط زنان و دختران در جامعه ما باعث تنهایی، طرد و گوشه گیری آنان شده است.</p>	<p>انجام رفتارها، روابط اجتماعی و آداب و رسوم اخلاقی که فرد در تعامل با دیگران دارد</p>	<p>مهارت اجتماعی</p>	
<p>زنان و دختران جامعه ما باید لباس های شیک، زیبا و شیک بپوشند و جذابیت و زیبایی خود را به خوبی نشان دهند</p> <p>وقتی زنان و دختران جامعه ما در جامعه ظاهر می شوند باید از انواع لوازم آرایشی (ریمل، سایه چشم، کرم های سفید کننده و ...) استفاده کنند.</p> <p>استفاده از عطر، ادکلن و زیور آلات (گردنبند، گوشواره، دستبند، انگو و...) باعث جذابیت بیشتر زنان و دختران جامعه و کسب اعتبار اجتماعی بالاتری می شود.</p> <p>در جامعه امروزی، داشتن تحصیلات دانشگاهی، شغل خوب و حتی ثروت بالا به تنهایی تضمینی برای شاد بودن زنان نیست، بلکه زیبایی جذاب و خوش اندام نیز می تواند مهم باشد.</p>	<p>نحوه استفاده از پوشاک و لوازم آرایشی و بهداشتی فرد در برابر دیگران که با جذابیت و کسب اعتبار از سوی دیگران همراه باشد</p>	<p>ظاهر شدن در جامعه</p>	

متغیر / مولفه ها	تعریف عملیاتی	گویه
سرزندگی	انجام رفتارها و اعمال نشاط برانگیز و انرژی زا از سوی فرد در مراسم های مختلف	جامعه ما بیشتر به دختران و زنان پرانرژی توجه دارد در مهمانی ها و جشن ها، زنان و دخترانی که پرشور و سرزنده هستند، فضا را گرم و سرزنده می کنند. جذابیت و ارزش بالاتری نسبت به دیگران دارند آشنایی و مهارت رقصیدن به اشکال مختلف (فارسی، خارجی، کردی، آذری، عربی و...) برای زنان و دختران جامعه ما از اهمیت بالایی برخوردار است.
جذابیت جنسی	استفاده از لوازم آرایشی و بهداشتی جهت برخورداری از جاذبه های جنسیتی از منظر دیگران	در جامعه ما زنان با چشم های رنگی و موهای رنگ شده جذاب تر و زیباتر هستند در این جامعه زنان با قد بلند و پوست شفاف جذابیت و اعتبار بیشتری دارند زنان و دختران جامعه ما به زیبایی اندام خود اهمیت زیادی می دهند در جامعه ما، مردم برای زنان و دختران زیبا ارزش و احترام بیشتری قائل هستند استفاده از رژ لب های غلیظ در بین دختران و زنان جامعه ما باعث جذابیت و توجه بیشتر دوستان، آشنایان و سایر افراد جامعه می شود. در بین زنان و دختران جامعه ما داشتن اندام لاغر و لطیف مهمترین عامل جذابیت است.
زیبایی	به میدان ها و عرصه هایی اطلاق می گردد که افراد بتوانند از جذابیت و زیبایی خود جهت پیشرفت و موفقیت شان استفاده کنند	در جامعه ما زنان و دختران زیبا در عرصه های مختلف زندگی اجتماعی بیش از دیگران موفق هستند در جامعه امروزی زنان و دختران زیبا با آرایش به موفقیت های بیشتری در عرصه های مختلف جامعه دست می یابند با توجه به شرایط کنونی جامعه، زنان جذاب، زیبا و آراسته نسبت به سایر زنان در کارهایی موفق تر هستند. در جامعه ما زنان زیبایی آرایش شده در تحصیلات دانشگاهی بیش از دیگران موفق هستند برای دختران و زنان جامعه ما زیبا بودن یکی از مهم ترین و با ارزش ترین مسائل زندگی است برای جامعه ما مهمترین عامل در انتخاب همسر برای مردان زیبایی و جذابیت زنان و دختران است اکنون در جامعه ما زنان و دختران برای زیباتر شدن باید در صورت لزوم تحت عمل جراحی زیبایی قرار گیرند برای جامعه زنان و دختران ما داشتن دندان های سفید و مرتب بیانگر زیبایی و جذابیت آن هاست
مهارت جنسی	استفاده و بهره مندی از شیوه های روابط سالم در حوزه روابط جنسی و زناشویی در جهت تحکیم و پایداری نهاد خانواده	در جامعه ما نشاط و شادابی زنان در روابط زناشویی و مسائل جنسی بین همسران بسیار مهم است به نظر می رسد مصرف داروها و مواد تقویت کننده جنسی (قرص، پودر، شربت و ...) از محصولات بسیار مفیدی برای زنان جامعه ما باشد که در صورت لزوم می تواند در تحکیم بنیان خانواده نقش موثری داشته باشد. سهل انگاری و سهل انگاری زنان جامعه ما در زمینه روابط زناشویی در چارچوب کانون خانواده باعث بروز مشکلات عدیده ای بین همسران می شود. به نظر می رسد کم توجهی برخی از زنان جامعه ما به کانون خانواده خطراتی مانند طلاق عاطفی، خیانت، طلاق، ازدواج مجدد همسر و ... را در پی داشته است. سردی زنان جامعه ما در روابط زناشویی موضوع مهمی نیست و برای درمان آن نباید کار خاصی کرد.

در این پژوهش برای بررسی مقادیر پایایی و تحلیل عاملی متغیرها و مولفه ها از نرم افزار Spss استفاده شده که نتایج آن در جدول ذیل قبل مشاهده و ارزیابی است.

جدول شماره ۲) ضریب پایایی و تحلیل عاملی متغیرهای تحقیق

مقدار واریانس تبیین یافته	کفایت حجم نمونه - تحلیل عاملی			KMO	پایایی آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	متغیر / مؤلفه	نوع متغیر
	سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون بارتلت					
۵۸/۳۶۴	۰/۰۰۰	۱۰	۱۲۰/۸۱۲	۰/۴۴۹	۰/۶۵۸	۵	مهارت اجتماعی	وابسته
۵۵/۵۱۶	۰/۰۰۰	۶	۲۰۰/۸۳۳	۰/۷۲۶	۰/۷۳۳	۴	شیوه ظاهر شدن در جامعه	
۵۹/۳۲۳	۰/۰۰۰	۲۸	۶۱۴/۹۳۵	۰/۸۱۱	۰/۸۲۱	۸	زیبایی	
۶۳/۹۲۴	۰/۰۰۰	۱۵	۳۶۶/۸۲۳	۰/۷۳۷	۰/۷۶۹	۶	جذابیت جنسی	
۴۸/۱۲۲	۰/۰۰۰	۳	۴۴/۶۷۵	۰/۵۱۵	۰/۵۸۱	۳	سرزندگی	
۸۰/۹۴۷	۰/۰۰۰	۱۰	۸۹/۲۲۸	۰/۶۲۵	۰/۷۵۴	۵	مهارت جنسی	
۶۸/۹۲۲	۰/۰۰۰	۴۶۵	۱۶۶۷/۷۵۵	۰/۷۳۹	۰/۸۸۳	۳۱	سرمایه جنسی	
۶۴/۹۸۵	۰/۰۰۰	۳۶	۶۴۷/۸۳۶	۰/۷۴۷	۰/۷۹۲	۹	سر و صورت	مستقل
۶۶/۳۷۹	۰/۰۰۰	۱۰	۲۲۹/۱۹۷	۰/۵۰۵	۰/۷۰۱	۵	اندام فوقانی، میانی، تحتانی	
۵۷/۱۶۱	۰/۰۰۰	۱۵	۱۰۹/۱۳۸	۰/۶۲۰	۰/۷۳۳	۵	رژیم های غذایی	
۵۵/۸۷۹	۰/۰۰۰	۱۰	۳۶۹/۳۷۸	۰/۸۱۳	۰/۷۹۷	۵	ورزش های تخصص تناسب اندام	
۶۵/۹۷۴	۰/۰۰۰	۱۵	۳۶۹/۵۵۴	۰/۷۳۹	۰/۷۳۱	۶	پوشش	
۶۹/۵۹۱	۰/۰۰۰	۴۶۵	۱۶۷۱/۴۶۷	۰/۷۱۶	۰/۸۷۸	۳۱	مدیریت بدن	

در جدول بالا می توان مشاهده کرد که مقدار آلفای سرمایه جنسی برابر (۰/۸۸۳) و مقدار آزمون KMO برای متغیر یادشده برابر با (۰/۷۳۹) و مقدار آزمون بارتلت (۱۶۶۷/۵۵) در سطح خطای ۰/۰۵ نشان از این است که ۸ گویه از ۳۰ گویه سرمایه جنسی توانسته‌اند در این تحقیق در حدود ۶۸.۹۲۲ درصد از واریانس مرتبط با متغیر مورد نظر را تبیین کنند. برای متغیر مدیریت بدن مقدار آزمون KMO برابر با (۰/۷۱۶) و مقدار آزمون بارتلت برابر با (۱۶۷۱/۴۶۷) در سطح خطای (۰/۰۵) حاکی از آن است که ۹ گویه از ۳۱ گویه این متغیر توانسته‌اند در حدود ۶۹.۵۹۱ درصد از واریانس متغیر ذکر شده را تبیین کنند. در نهایت، با توجه به مقادیر شاخص‌های KMO و آزمون بارتلت می‌توان نتیجه گرفت که گویه‌ها و ماتریس متغیرهای تحقیق همگن و یکسان نیستند و بنابراین داده‌های مربوط به مدیریت بدن و سرمایه جنسی برای انجام تحلیل عاملی مناسب هستند. به عبارت دیگر، مقادیر به دست آمده از این متغیرها برای تحلیل و تفسیر نتایج قابل قبول محسوب می‌شوند.

بر اساس نتایج آزمون کولموگروف و اسمینروف جهت نرمال بودن متغیرهای پژوهش باید بیان کرد که برای متغیر سرمایه جنسی مقدار این آزمون (۰/۲۰۰) بالاتر از سطح معناداری ۰/۰۵ به دست آمده، که بیانگر نرمال بودن داده‌های این متغیر را نشان می‌دهد؛ در حالیکه نتایج نرم افزار نشان داده است که برای متغیر مدیریت بدن مقدار آزمون مذکور (۰/۰۰۱) کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ به دست آمده است و بیانگر غیر نرمال بودن داده‌ها را نشان می‌دهد. همچنین نمودار پراکنندگی خطی سرمایه جنسی و نمودار پراکنندگی غیر خطی مدیریت بدن در نتایج استخراجی نرم افزاری نشانگر تایید همین نتایج را برای محققین اثبات کرده است. بر این مبنا، با توجه به اینکه میزان پراکنندگی توزیع نمونه نسبت به توزیع نظری معنادار نبوده و توزیع صفت در نمونه با توزیع آن در جامعه نرمال نیست، تفاوت قابل توجهی بین فراوانی مشاهده شده و فراوانی مورد انتظار وجود دارد (حبیب‌پور و صفری شالی، ۱۳۹۱: ۶۴۲). بر این اساس از آزمون‌های ناپارامتریک و روابط فرض همبستگی اسپیرمن در ادامه کار استفاده خواهد شد.

۵. یافته های پژوهش

در تحقیق حاضر از بین شاخص های آمار توصیفی شاخص های فراوانی، درصد نسبی، میانگین متغیرها و مولفه ها، نتایج زیر به دست آمده است.

جدول شماره ۳) توزیع فراوانی متغیرهای زمینه ای پاسخگویان

متغیرهای زمینه ای		فراوانی	درصد	متغیرهای زمینه ای		فراوانی	درصد
گروه سنی	تا ۲۰ سال	۱۳۲	۵۲/۲	بعد خانوار	بین ۱ تا ۲ نفر	۲۹	۱۱/۵
	۲۱ تا ۲۵ ساله	۹۶	۳۷/۹		بین ۳ تا ۵ نفر	۱۷۷	۷۰
	۲۶ تا ۳۰ ساله	۱۲	۷۴/۷		بیشتر از ۶ نفر	۴۰	۱۵/۸
	۳۱ سال و بیشتر	۹	۳/۶		بی پاسخ	۷	۲/۸
	بی پاسخ	۴	۱/۶				
متغیرهای زمینه ای		فراوانی	درصد	متغیرهای زمینه ای		فراوانی	درصد
موقعیت اجتماعی و اقتصادی	خیلی بالا	۳۲	۱۳/۴	وضعیت اشتغال	شاغل	۷۰	۲۷/۷
	بالا	۱۷۲	۷۲		غیرشاغل	۱۶۷	۶۶
	متوسط روبه بالا	۳۰	۱۲/۶		بی پاسخ	۱۶	۶/۳
	متوسط روبه پایین	۵	۲/۱	وضعیت ازدواج	مجرد	۱۷۸	۷۰/۴
	بی پاسخ	۱۴	۵/۵		متاهل	۷۰	۲۷/۷
					بی پاسخ	۵	۱/۹

با توجه به متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی در حدود ۷۲ درصد دانشجویان در اظهار نظر خود موقعیت طبقه اقتصادی را بالا بیان کرده اند؛ و در حدود ۷۰ درصد بعد خانوار بین ۳ الی ۵ نفر اعلام کرده اند. دانشجویان مجرد به نسبت متاهلین بیشتر بوده؛ در همین ارتباط بیشتر از ۵۰ درصد دانشجویان بین ۱۸ تا ۲۰ سال سن داشته اند؛ ودانشجویان مجرد به نسبت مزدوجین بیش از ۷۰ درصد جمعیت مورد مطالعه بوده اند. در نهایت اکثر دانشجویان در حدود ۶۶ درصد غیرشاغل بوده اند.

جدول شماره ۴) آماره های توصیفی متغیرها و مولفه های تحقیق

متغیرها و مولفه ها	مقادیر	کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار
میزان سر و صورت	فراوانی	۴۷	۱۵۱	۵۵	۴/۳۳۴۴	۱/۰۵۹۲۵
	درصد معتبر	۱۸/۶	۵۹/۷	۲۱/۷		
میزان اندام فوقانی، میانی، تحتانی	فراوانی	۲۴	۱۴۴	۸۵	۴/۶۳۲۰	۱/۰۹۹۰۷
	درصد معتبر	۹/۵	۵۶/۹	۳۳/۶		
میزان رژیم های غذایی	فراوانی	۱۱۳	۱۲۳	۱۷	۳/۳۴۴۸	۱/۱۱۸۶۷
	درصد معتبر	۴۴/۷	۴۸/۶	۶/۷		
میزان ورزش های تخصصی تناسب اندام	فراوانی	۸۸	۱۱۶	۴۹	۳/۸۱۶۶	۱/۳۸۷۵۲
	درصد معتبر	۳۴/۸	۴۵/۸	۱۹/۴		
میزان پوشش	فراوانی	۱۲۸	۱۰۵	۲۰	۳/۱۲۲۸	۱/۲۹۵۸۴
	درصد معتبر	۵۰/۶	۴۱/۵	۷/۹		
مدیریت بدن	فراوانی	۸۰	۱۵۲	۲۱	۳/۸۸۲۸	۰/۸۷۲۴۱
	درصد معتبر	۳۱/۶	۶۰	۸/۴		
مهارت اجتماعی	فراوانی	۲۹	۱۵۹	۶۵	۴/۷۱۷۱	۰/۹۵۴۲۹
	درصد معتبر	۱۱/۵	۶۲/۸	۲۵/۷		

متغیرها و مولفه ها	مقادیر	کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار
شیوه ظاهر شدن در جامعه	فراوانی	۶۲	۱۴۹	۴۲	۳/۹۸۰۹	۱/۲۲۹۲۴
	درصد معتبر	۲۴/۵	۵۸/۹	۱۶/۶		
زیبایی	فراوانی	۲۳	۱۳۶	۹۴	۴/۰۳۷۸	۱/۰۸۷۵۱
	درصد معتبر	۹/۰۹	۵۳/۷	۳۷/۱		
جذابیت جنسی	فراوانی	۲۳	۱۳۶	۹۴	۴/۶۹۹۹	۱/۰۴۰۰۹
	درصد معتبر	۹/۱	۵۳/۸	۳۷/۱		
سرزندگی	فراوانی	۷	۱۲۶	۱۲۰	۵/۰۹۳۵	۱/۰۰۳۸۷
	درصد معتبر	۲/۸	۴۹/۸	۴۷/۴		
مهارت جنسی	فراوانی	۴۳	۱۶۵	۴۵	۴/۵۶۸۰	۰/۹۳۹۵۳
	درصد معتبر	۱۷	۶۵/۲	۱۷/۸		
سرمایه جنسی	فراوانی	۳۵	۱۷۰	۴۸	۴/۴۶۶۹	۰/۷۵۷۲۳
	درصد معتبر	۱۳/۸	۶۷/۲	۱۹		

جدول شماره ۴ نشان دهنده توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر اساس دو متغیر اصلی و مولفه های مربوط به آن ها است. همان طور که مشاهده می شود، نیمی از زنان جامعه مورد بررسی در سطح متوسط به انجام فعالیت هایی مرتبط با مدیریت بدن و سرمایه جنسی در زندگی روزمره خود پرداخته اند. همچنین، در بین مولفه های متغیر مدیریت بدن، مؤلفه سر و صورت نسبت به سایر مولفه ها از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و در میان مولفه های سرمایه جنسی، میانگین مؤلفه سرزندگی بیشترین توجه را از سوی پاسخ دهندگان به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۵) فراوانی و آزمون مقایسه میانگین متغیر مستقل و وابسته در بین دو گروه وضعیت ازدواج

متغیرهای تحقیق	آزمون لون			آزمون برای میانگین ها		
	آزمون F	Sig	t	df	معناداری Sig. (2-tailed)	تفاوت میانگین ها
مدیریت بدن	۱/۱۳۸	۰/۲۸۷	۰/۴۵۰	۲۴۶	۰/۶۵۳	۰/۵۵۸۸
			۰/۴۶۸	۱۳۷/۲۸۱	۰/۶۴۰	۰/۵۵۸۸
	مجرد	تعداد: ۱۷۸			میانگین: ۳/۹۰۱۱	انحراف معیار: ۰/۹۰۰۳۳
	متاهل	تعداد: ۷۰			میانگین: ۳/۸۴۵۲	انحراف معیار: ۰/۸۲۳۵۵
سرمایه جنسی	۰/۷۲۹	۰/۳۹۴	۰/۶۲۸	۲۴۶	۰/۵۳۰	۰/۶۷۴۴
			۰/۶۵۴	۱۳۸/۴۱۳	۰/۵۱۳	۰/۶۷۴۴
	مجرد	تعداد: ۱۷۸			میانگین: ۴/۴۸۶۲	انحراف معیار: ۰/۷۸۰۳۹
	متاهل	تعداد: ۷۰			میانگین: ۴/۴۱۸۸	انحراف معیار: ۰/۷۰۷۷۸

با توجه به اینکه مقدار آماره F آزمون لون برای متغیر مدیریت بدن برابر با ۱/۱۳۸ و سطح معناداری (Sig) آن ۰/۲۸۷ است که بزرگ تر از ۰/۰۵ است، فرض برابری واریانس ها بین دو گروه وضعیت ازدواج (مجرد و متأهل) پذیرفته می شود؛ و از نتایج ردیف اول استفاده می شود. نتایج آزمون t (۰/۴۵۰) و سطح معناداری (۰/۶۵۳) که بالاتر از ۰/۰۵ است گویای آن است که میانگین دو گروه مجرد (۳/۹۰۱۱) و متأهل (۳/۸۴۵۲) تفاوت معنی داری با یکدیگر نداشته و این دو گروه با سطح اطمینان ۹۵ درصد در میانگین مدیریت بدن باهم مشابه هستند. در نهایت میانگین نمره مدیریت بدن در مجردها کمی بالاتر از متأهلهاست، اما این تفاوت از نظر آماری معنادار نیست. این نشان می دهد که وضعیت ازدواج تأثیر قابل توجهی بر مدیریت بدن ندارد. ممکن است عوامل دیگری نقش مهم تری ایفاء کنند. با توجه به نتایج جدول سطح معناداری (F) آزمون لون، سرمایه جنسی با سطح خطای (Sig) برابر با (۰/۳۹۴)

بوده است بیانگر این است که از ۰/۰۵ بزرگتر است فرض برابری واریانس‌ها برای دو گروه متغیر وضعیت ازدواج (مجرد- متاهل) این تحقیق پذیرفته می‌شود؛ بنابراین از نتایج ردیف اول استفاده می‌شود. همچنین با توجه به نتایج آزمون t (۰/۶۲۸) و سطح معناداری (۰/۵۳۰) که بالاتر از ۰/۰۵ است گویای آن است که میانگین دو گروه مجرد (۴/۴۸۶۲) و متاهل (۴/۴۱۸۸) جامعه مورد مطالعه تفاوت معناداری باهم نداشته است تأیید می‌شود و این دو گروه با سطح اطمینان ۹۵ درصد در میانگین سرمایه جنسی تفاوت ندارند. در نهایت میانگین سرمایه جنسی در مجردها نیز بالاتر است، اما این تفاوت نیز معنادار نیست. این نتیجه حاکی از آن است که وضعیت ازدواج به تنهایی نمی‌تواند تفاوت‌های معناداری در سرمایه جنسی ایجاد کند. شاید عوامل اجتماعی دیگری می‌تواند مؤثرتر باشد. در نتیجه یافته‌ها نشان می‌دهد که وضعیت ازدواج (مجرد یا متاهل) تأثیر آماری معناداری بر مدیریت بدن و سرمایه جنسی ندارد. این ممکن است به دلیل همگنی فرهنگی نمونه مورد مطالعه یا محدودیت‌های روش‌شناختی (مانند اندازه نمونه یا ابزار اندازه‌گیری) باشد.

جدول شماره ۶) آزمون تحلیل واریانس متغیرهای تحقیق با متغیر گروه سنی

گروه سنی	منبع تغییر	جمع مربعات	درجه آزادی df	میانگین مربعات	F	سطح معناداری (Sig)	تأیید/ رد
مدیریت بدن	بین گروهی	۱/۶۹۲	۳	۰/۵۶۴	۰/۷۳۹	۰/۵۳۶	تأیید نمی‌شود.
	درون گروهی	۱۸۹/۵۰۲	۲۴۵	۰/۷۷۳			
	کل	۱۹۱/۱۹۴	۲۴۸	-			
سرمایه جنسی	بین گروهی	۱/۱۵۷	۳	۰/۳۸۶	۰/۶۶۷	۰/۵۷۳	تأیید نمی‌شود.
	درون گروهی	۱۴۱/۷۱۶	۲۴۵	۰/۵۷۸			
	کل	۱۴۲/۸۷۳	۲۴۸	-			

با توجه به نتایج جدول شماره ۶ که در سطور بالا آمده است؛ بر اساس مقدار آزمون F چون سطح معناداری برای متغیرهای مورد پژوهش (مدیریت بدن و سرمایه جنسی) بزرگتر از مقدار ۰/۰۵ است، فرض تفاوت میانگین‌ها گروه‌های سنی با متغیرهای اصلی این تحقیق تأیید نمی‌شود زیرا نتایج از نظر آماری معنادار نیست؛ این ممکن است نشان‌دهنده همگنی نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با مدیریت بدن و سرمایه جنسی در بین دانشجویان، صرف‌نظر از سن باشد. به عبارتی دیگر نتایج نشان از این است که برای همه گروه‌های سنی، این دو متغیر همراه با ابعادش در زندگی اجتماعی می‌تواند از اهمیت یکسان برخوردار باشد. در نتیجه سن تأثیر قابل توجهی بر نگرش یا رفتارهای مرتبط با مدیریت بدن و سرمایه جنسی ندارد؛ یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت سنی تأثیر معناداری بر مدیریت بدن و سرمایه جنسی در بین دانشجویان ندارد. این دو متغیر برای تمام گروه‌های سنی دانشجویان در جامعه مورد مطالعه اهمیت مشابهی دارند. در واقع این متغیرها به بخشی از هویت اجتماعی نسل جوان تبدیل شده‌اند و در رفتارهای مصرفی نمایشی (مانند نمایش ظاهر یا هویت جنسی) نقش پررنگی ایفا می‌کنند. این متغیرها برای همه گروه‌های سنی مورد مطالعه اهمیت یکسانی دارند و احتمالاً تحت تأثیر عوامل فرهنگی یا هنجارهای اجتماعی گسترده‌تری قرار گرفته‌اند.

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش در نرم افزار Spss از ضریب همبستگی بین متغیرها استفاده می‌شود؛ همچنین از آزمون‌های مرتبط بین متغیرهای زمینه‌ای با متغیرهای اصلی تحقیق استفاده می‌گردد. جداول ذیل به این نتایج اشاره می‌کنند.

^۱ نکته حائز اهمیت این که در بین متغیرهای زمینه‌ای مورد بررسی وضعیت اشتغال، رشته تحصیلی تفاوت میانگین معناداری بر ای متغیرهای تحقیق نداشتند.

جدول شماره ۷) ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی و فرعی تحقیق

نوع رابطه	نتیجه آزمون	دامنه همبستگی	سطح معناداری	شدت رابطه	متغیر وابسته	متغیر / مولفه ها مستقل
مثبت	تأیید	متوسط	۰.۰۰۰	۰/۳۳۷**	میزان سرمایه جنسی	میزان سر و صورت
مثبت	تأیید	متوسط	۰.۰۰۰	۰/۳۸۱**		میزان اندام فوقانی، میانی، تحتانی
مثبت	تأیید	ضعیف	۰.۰۰۰	۰/۲۶۶**		میزان رژیم های غذایی
مثبت	تأیید	متوسط	۰.۰۰۰	۰/۳۲۴**		میزان ورزش های تخصص تناسب اندام
مثبت	تأیید	متوسط	۰.۰۰۰	۰/۴۳۹**		میزان پوشش
مثبت	تأیید	متوسط	۰.۰۰۰	۰/۴۷۴**		میزان مدیریت بدن

** سطح معناداری ۰/۰۱ بوده است

جدول شماره ۷ میزان و شدت رابطه بین مدیریت بدن و مولفه های آن با متغیر سرمایه جنسی بیانگر این است که کلیه روابط تأیید شده است. مطابق جدول میزان رابطه بین همه متغیرها با سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۱ با شدت متوسط و قابل ملاحظه است. تمامی ضرایب همبستگی (بین ۰/۲۶۶ تا ۰/۴۷۴) مثبت هستند، یعنی با افزایش توجه به مدیریت بدن، سرمایه جنسی نیز افزایش می یابد. رژیم های غذایی کمترین تأثیر را بر سرمایه جنسی داشته است؛ این ممکن است نشان دهد که رژیم های غذایی به تنهایی نقش کم رنگ تری در نمایش سرمایه جنسی ایفا می کند. مؤلفه هایی مانند سر و صورت (۰/۳۳۷)، اندام های فوقانی / میانی / تحتانی (۰/۳۸۱)، ورزش های تناسب اندام (۰/۳۲۴)، و پوشش (۰/۴۳۹) رابطه متوسطی با سرمایه جنسی دارند. این نشان می دهد که این عوامل در نمایش سرمایه جنسی نقش قابل توجهی ایفاء می کنند. به ویژه، پوشش با بالاترین ضریب بیشترین تأثیر را دارد. در نهایت مدیریت بدن به عنوان یک متغیر کلی، قوی ترین رابطه را با سرمایه جنسی دارد. این نشان می دهد که ترکیب تمامی ابعاد مدیریت بدن (مراقبت از ظاهر، پوشش، ورزش، و رژیم) تأثیر بیشتری بر سرمایه جنسی دارد؛ تا هر یک از مؤلفه ها به تنهایی.

در نهایت یافته ها تأیید می کنند که دانشجویان زن از مدیریت بدن (اعم از ظاهر، پوشش، و تناسب اندام) به عنوان ابزاری برای نمایش هویت جنسی و جذابیت اجتماعی استفاده می کنند. این مسئله به ویژه در جوامعی که ظاهر و بدن به عنوان نماد هویت و منزلت اجتماعی تلقی می شود، پررنگ تر است. در همین ارتباط پوشش و اندام بیشترین تأثیر را بر سرمایه جنسی دارند. این ممکن است نشان دهنده اهمیت مد و زیبایی شناسی ظاهری در نمایش جنسیت باشد در مقابل، رژیم غذایی کم اثرتر است، شاید چون تأثیر آن غیرمستقیم و بلندمدت تر است. در نتیجه تمامی ابعاد مدیریت بدن با سرمایه جنسی رابطه مثبت و معناداری دارند. پوشش و مدیریت اندام بیشترین نقش را دارند: این دو مؤلفه به عنوان ابزارهای کلیدی در نمایش سرمایه جنسی عمل می کنند. امروزه مدیریت بدن، می تواند رابطه مهمی با سرمایه جنسی در جامعه دانشجویی ما داشته باشد و در جامعه مورد مطالعه مراقبت از ظاهر نه تنها یک رفتار فردی، بلکه یک استراتژی اجتماعی برای افزایش جذابیت و منزلت جنسی محسوب می شود.

با توجه به اینکه داده های این پژوهش همانطور که در سطور قبل توضیح داده شد نرمال نشده است از آزمون های ناپارامتریک استفاده می شود. در ادامه تحلیل یافته ها مقدار رتبه بندی مؤلفه ها و متغیرهای اصلی بر حسب آزمون فریدمن^۱ بررسی خواهد شد که در جدول زیر می توان نتایج را مشاهده کرد.

1 Friedman Test

جدول شماره ۸) اولویت بندی مؤلفه ها (متغیر مستقل) در بین دانشجویان

متغیر	مؤلفه	میانگین	رتبه	ضریب فی	درجه آزادی	سطح معناداری
C.ت.ک	سر و صورت	۳/۶۱	دوم	۲۷۰/۱۹۲	۴	۰.۰۰۰
	اندام فوقانی، میانی، تحتانی	۳/۸۹	اول			
	رژیم های غذایی	۲/۳۵	چهارم			
	ورزش های تخصص تناسب اندام	۳/۰۴	سوم			
	پوشش	۲/۱۰	پنجم			

نتایج رتبه بندی متغیر مدیریت بدن در جدول بالا بیانگر این است که برای دانشجویان مؤلفه های مربوطه اینگونه در زندگی شان در زمان جمع آوری اطلاعات حائز اهمیت بوده است. مؤلفه های پوشش، رژیم های غذایی، ورزش های تخصص تناسب اندام در حوزه مدیریت بدن کمتر از میزان حد متوسط (۳/۵) بر اساس طیف لیکرت (۱ تا ۷) بدست آمده است. سایر مؤلفه ها میزان میانگین شان بالاتر از حد متوسط بوده است. نتایج مجذور کای برابر با ۲۷۰/۱۹۲ به دست آمده است که در سطح خطای کوچکتر ۰.۰۵ قرار دارد ($P < ۰/۰۵$). این نتایج بیانگر این است که به لحاظ آماری با اطمینان ۰/۹۵ میانگین رتبه مؤلفه ها مدیریت بدن تفاوت معناداری برای پاسخگویان داشته است. به عبارت دیگر، اولویت ها یا میزان توجه افراد به این مؤلفه ها به طور تصادفی نبوده و الگوی مشخصی وجود دارد. در همین ارتباط اندام فوقانی، میانی، تحتانی بالاترین میانگین (۳/۸۹) و رتبه اول را دارد. این نشان می دهد که افراد بیشترین توجه را به مدیریت این بخش های بدن دارند. ممکن است این امر به دلیل تأثیرپذیری از استانداردهای اجتماعی زیبایی یا کارکردهای حرکتی این اندام ها باشد. پوشش کمترین میانگین (۲/۱۰) و رتبه پنجم را دارد، که نشان دهنده اهمیت کمتر آن در مقایسه با سایر مؤلفه ها است. شاید این نتیجه به دلیل هنجارهای فرهنگی یا سهولت دسترسی به پوشش مناسب باشد. مؤلفه میزان سر و صورت در مرتبه دوم اهمیت دارد که بیانگر توجه زیاد به صورت در تعاملات اجتماعی و تصویر فردی در جهت زیبایی و جذابیت فرد را از سوی دیگری نشان دهد. میزان ورزش های تخصصی تناسب اندام در رتبه سوم نشان دهنده تمایل متوسط به فعالیت های ورزشی هدفمند در بین دانشجویان بوده است. و مؤلفه میزان رژیم های غذایی در رتبه چهارم اهمیت قرار دارد که احتمالاً به دلیل دشواری پایبندی به رژیم یا اولویت دهی به روش های دیگر مدیریت بدن، این مؤلفه را برای دانشجویان مورد این مرتبه قرار داده است. در نهایت باید اشاره کرد که آزمون فریدمن نشان داد که مؤلفه های مدیریت بدن از نظر اهمیت تفاوت معناداری دارند. اندام های حرکتی بیشترین توجه و پوشش کمترین توجه را دریافت کرده اند. این نتایج می تواند برای بازاریابی در حوزه سرمایه جنسی و سلامت و زیبایی مفید باشد.

۶. بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق، داده های جمع آوری شده از ۲۵۳ دانشجوی زن نشان داد که ۷۲ درصد از پاسخ دهندگان خود را متعلق به طبقه اقتصادی بالا می دانستند و ۷۰ درصد از آن ها در خانواده های ۳ تا ۵ نفره زندگی می کردند. بیشتر شرکت کنندگان مجرد (۷۰/۴) درصد و در رشته روانشناسی مشغول به تحصیل بوده اند. میانگین سنی پاسخ دهندگان بین ۱۸ تا ۲۰ سال بود و در حدود ۶۶ درصد از آن ها غیرشاغل بودند. با وجود اینکه ۷۲ درصد دانشجویان بیان کرده اند که به پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا تعلق داشته اند، اما این متغیر تأثیر معناداری بر نتایج تحقیق نداشته است. این ممکن است به دلیل ماهیت خوداظهاری داده ها یا گسترش فرهنگ مصرف گرایی در تمام طبقات اجتماعی باشد.

نتایج آزمون های آماری نشان داد که تفاوت معناداری بین گروه های مجرد و متأهل در متغیرهای مدیریت بدن و سرمایه جنسی وجود ندارد. همچنین، تفاوت سنی نیز تأثیر قابل توجهی بر این متغیرها نداشته است. این یافته ها حاکی از آن است که مدیریت بدن و سرمایه جنسی برای تمامی گروه های سنی و وضعیت ازدواج در بین دانشجویان زن اهمیت یکسانی دارد و به عنوان بخشی از

رفتارهای مصرفی نمایشی در زندگی روزمره نقش پررنگی ایفاء می‌کند. همچنین ممکن است این یافته‌ها نشان‌دهنده همگونی فرهنگی در بین نسل جوان تحت تأثیر رسانه‌ها و جهانی‌شدن، ارزش‌های مشترکی را در مورد زیبایی و جذابیت تقویت کند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که مدیریت بدن و سرمایه جنسی در بین دانشجویان زن از اهمیت بالایی برخوردار است. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که تمامی مؤلفه‌های مدیریت بدن (مانند سر و صورت، اندام فوقانی/میانی/تحتانی، پوشش، و ورزش‌های تناسب اندام) با سرمایه جنسی رابطه مثبت و معناداری دارند. به‌ویژه، پوشش با ضریب همبستگی $0/439$ بیشترین تأثیر را بر سرمایه جنسی داشته است؛ در حالی که رژیم‌های غذایی با ضریب $0/266$ کمترین تأثیر را داشته است. این یافته‌ها حاکی از آن است که دانشجویان زن از مدیریت بدن به‌عنوان ابزاری برای نمایش هویت جنسی و افزایش جذابیت اجتماعی استفاده می‌کنند. همچنین، نتایج آزمون فریدمن نشان داد که مؤلفه‌های سرزندگی و مهارت‌های اجتماعی در متغیر سرمایه جنسی بالاترین رتبه را دارند، در حالی که در مدیریت بدن، مؤلفه‌های اندام و سر و صورت بیشترین اهمیت داشته است. این نتایج بیانگر آن است که مدیریت بدن و سرمایه جنسی به‌عنوان بخشی از هویت اجتماعی دانشجویان زن، تحت تأثیر هنجارهای فرهنگی و اجتماعی قرار دارد. یافته‌های تحقیق حاضر نشان داده که مدیریت بدن (شامل مؤلفه‌هایی مانند سر و صورت، اندام، پوشش، و ورزش) با سرمایه جنسی رابطه مثبت و معناداری دارد. این نتایج با پژوهش‌های پیشین مانند صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۶) و خواجه‌نوری و مساوات (۱۳۹۸) همسو است که مدیریت بدن را به‌عنوان ابزاری برای نمایش هویت جنسی و افزایش جذابیت اجتماعی معرفی کرده‌اند. همچنین، مشابه با یافته‌های روبال (۲۰۱۹)، سرمایه جنسی در این تحقیق نه تنها به جذابیت فیزیکی، بلکه به مهارت‌های اجتماعی و سرزندگی نیز مرتبط دانسته شده است.

در تحقیق حاضر، بعد پوشش از ابعاد متغیر مدیریت بدن با ضریب همبستگی $0/439$ بیشترین رابطه را بر سرمایه جنسی داشته است. این یافته با نتایج بادین‌فکر و همکاران (۱۳۹۹) همخوانی دارد که نشان دادند مؤلفه‌های ظاهری مانند پوشش و آرایش در تبلیغات رسانه‌ای پرتکرار هستند. پژوهش‌های پیشین مانند پارسا و همکاران (۱۴۰۰) نیز بر اهمیت جلوه‌گری و زیبایی چهره در سرمایه جنسی تأکید کرده‌اند که با یافته‌های این تحقیق همسو است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که مدیریت بدن و سرمایه جنسی تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی قرار دارند. این نتیجه با پژوهش میر فردی و صفرپور (۱۴۰۱) مشابه است که نقش گروه‌های همسال و رسانه‌ها را در ترویج رفتارهای مصرفی مرتبط با بدن برجسته کرده‌اند. همچنین، مشابه با یافته‌های لئو (۲۰۱۳)، این تحقیق نشان می‌دهد که مدیریت بدن به‌عنوان یک استراتژی اجتماعی برای افزایش منزلت جنسی عمل می‌کند.

تحقیق حاضر نشان داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های مجرد و متأهل در مدیریت بدن و سرمایه جنسی وجود ندارد. این نتیجه با پژوهش کافی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است که هیچ رابطه‌ای بین وضعیت تأهل و استفاده از سرمایه جنسی نیافتند. همچنین، مشابه با یافته‌های پارسا و همکاران (۱۴۰۰)، این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه جنسی برای گروه‌های سنی مختلف اهمیت یکسانی دارد.

در حالی که برخی پژوهش‌های پیشین (مانند طالب دلیر و یعقوبی چوبری، ۱۴۰۱) بر جراحی زیبایی یا جامعه عمومی زنان تمرکز داشتند، این یافته‌ها به‌طور خاص بر دانشجویان زن متمرکز شده است. این گروه به‌دلیل قرار گرفتن در محیط دانشگاهی و تأثیرپذیری از همسالان، ممکن است رفتارهای متفاوتی در مدیریت بدن نشان دهند. تحقیق حاضر مؤلفه‌هایی مانند "سرزندگی" و "مهارت اجتماعی" را به‌عنوان بخشی از سرمایه جنسی بررسی کرده است که در برخی پژوهش‌های پیشین (مانند بنایی و همکاران، ۱۳۹۹) کمتر مورد توجه قرار گرفته بودند.

برخلاف پژوهش‌هایی که بر رژیم غذایی تأکید داشتند (مانند خواجه‌نوری و مساوات، ۱۳۹۸)، یافته‌ها تحقیق نشان داد که رژیم غذایی کمترین تأثیر را بر سرمایه جنسی دارد. بسیاری از پژوهش‌های پیشین (مانند عشورچریانی و همکاران، ۱۴۰۰) به روش کیفی

انجام شده‌اند، در حالی که این تحقیق از روش کمی و آزمون‌های آماری برای تحلیل داده‌ها استفاده کرده است. این تفاوت روش‌شناختی ممکن است به نتایج متفاوتی منجر شده باشد.

برخلاف برخی پژوهش‌ها که تفاوت‌های سنی یا وضعیت تأهل را در مدیریت بدن و سرمایه جنسی معنادار دانسته‌اند (مانند پارسا و همکاران، ۱۴۰۰)، این تحقیق نشان داد که این متغیرها برای تمام گروه‌ها اهمیت یکسانی دارند. این ممکن است نشان‌دهنده تغییرات فرهنگی در نسل جوان باشد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان زن به‌طور معناداری از مدیریت بدن (مراقبت از صورت، اندام، پوشش، و ورزش) به‌عنوان ابزاری برای نمایش سرمایه جنسی استفاده می‌کنند. این نتیجه با نظریه بورديو همسو است که بدن را به‌عنوان "سرمایه فیزیکی" می‌داند که می‌تواند به منزلت اجتماعی و تمایز طبقاتی منجر شود. به‌ویژه، تأکید بر پوشش (با بالاترین ضریب همبستگی ۰.۴۳۹) نشان‌دهنده نقش بدن به‌عنوان نمادی از هویت اجتماعی است، همان‌طور که بورديو در کتاب "تمایز" به آن اشاره کرده است. در جامعه مصرفی، بدن به کالایی تبدیل شده که ارزش آن در گرو نمایش ظاهری است. دانشجویان با مدیریت بدن، سعی در افزایش سرمایه جنسی خود دارند تا در میدان اجتماعی (مانند محیط دانشگاه یا روابط بین‌فردی) موقعیت بهتری کسب کنند. به عبارت دیگر نتایج نشان می‌دهد که مدیریت بدن نه یک انتخاب فردی، بلکه یک اجبار اجتماعی است. فشارهای ناشی از هنجارهای زیبایی، رسانه‌ها، و گروه‌های همسالان، دانشجویان را به سمت مصرف‌گرایی و نمایش بدن ایده‌آل سوق می‌دهد. این امر با نظریه‌های جامعه‌شناسی مصرف و فرهنگ سرمایه‌داری همخوانی دارد و بدن را به عنوان میدان نابرابری تعریف می‌نماید.

یافته‌های تحقیق مؤید این است که مؤلفه‌های سرمایه جنسی (مانند سرزندگی، جذابیت جنسی، و مهارت‌های اجتماعی) با مدیریت بدن ارتباط مستقیم دارند. حکیم سرمایه جنسی را ابزاری برای توانمندسازی زنان می‌داند، و این تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان زن از این سرمایه برای افزایش نفوذ اجتماعی استفاده می‌کنند. در جوامع مدرن، سرمایه جنسی به‌عنوان یک "ابزار قدرت" عمل می‌کند. دانشجویان با تقویت مؤلفه‌هایی مانند سرزندگی با میانگین ۴/۶۰ و جذابیت جنسی، سعی در بهبود موقعیت خود در روابط و محیط‌های اجتماعی دارند. به عبارت دیگر سرمایه جنسی به عنوان سرمایه چهارم که ناشی از ایده کاترین حکیم بوده است، و مبنی بر تکمیل سرمایه‌های سه‌گانه (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی) بورديو است؛ برای مطالعات اجتماعی و فرهنگی حال جامعه ما حائز اهمیت است و دانشجویان می‌توانند از این سرمایه برای بهبود موقعیت اجتماعی، افزایش اعتماد به نفس، و دستیابی به فرصت‌های بهتر استفاده کنند.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که دانشجویان زن ایرانی تحت تأثیر الگوهای جهانی زیبایی قرار دارند. این امر می‌تواند به ازخودبیگانگی فرهنگی و کاهش تنوع معیارهای زیبایی محلی منجر شود. علاوه بر این از یافته‌ها می‌توان دریافت که از یک سو، سرمایه جنسی می‌تواند به عنوان ابزاری برای توانمندسازی زنان در عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی عمل تلقی شوند؛ و از سوی دیگر، ممکن است به ابزاری شدن بدن و تقویت نابرابری‌های جنسیتی بی‌انجامد.

در سطوح قبلی این مقاله اشاره به این شده است که در مقاله فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) بیان کرده اند که مدیریت بدن در تعارض با هنجارهای دینی جامعه ایران است، اما یافته‌های پژوهش نشان داده که دانشجویان به‌رغم این تعارض، به‌صورت فعالانه از این ابزارها استفاده می‌کنند. این ممکن است نشان‌دهنده تغییر در ارزش‌های نسل جوان تحت تأثیر جهانی‌شدن و رسانه‌ها باشد. تضاد بین نظریه (تأکید بر تعارض فرهنگی) و یافته‌ها (استقبال از مدیریت بدن) نشان می‌دهد که دانشجویان در مواجهه با فشارهای هنجاری، راهبردهای انطباقی مانند "نمایش انتخابی" را در پیش می‌گیرند. برخلاف نظریه حکیم که سرمایه جنسی را وابسته به سن می‌داند، یافته‌های این تحقیق نشان داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی و وضعیت تأهل در مدیریت بدن و سرمایه جنسی وجود ندارد. این ممکن است به دلیل همگنی فرهنگی جامعه مورد مطالعه (دانشجویان) باشد.

در نهایت باید تفسیر کرد که

- یافته‌ها تأیید می‌کنند که مدیریت بدن نه یک انتخاب فردی، بلکه یک "اجبار اجتماعی" است. دانشجویان برای حفظ پذیرش در گروه همسالان و افزایش فرصت‌های اجتماعی (مانند ازدواج یا اشتغال)، به مدیریت بدن روی می‌آورند. این تفسیر با نظریه بورديو درباره "عادت‌واره‌های طبقاتی" سازگار است.
 - نتایج نشان می‌دهد که سرمایه جنسی در بین دانشجویان زن به‌عنوان یک مکانیسم جبران‌کننده برای نابرابری‌های ساختاری (مانند محدودیت‌های شغلی) عمل می‌کند. این یافته‌ها دیدگاه کاترین حکیم را تقویت می‌کند که سرمایه جنسی راهی برای توانمندسازی زنان می‌داند.
 - تأثیر پوشش و اندام بر سرمایه جنسی، بازتابی از تأثیر رسانه‌ها و فرهنگ مصرفی جهانی است. این تفسیر با نظریه بورديو درباره "یکسان‌سازی فرهنگی" همخوانی دارد.
- در نهایت می‌توان بیان کرد یافته‌های مقاله نشان داده است که مدیریت بدن و سرمایه جنسی در بین دانشجویان زن نه تنها یک رفتار فردی، بلکه یک پدیده اجتماعی است که تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اقتصادی، و رسانه‌ای شکل می‌گیرد. این یافته‌ها از نظریه‌های بورديو و حکیم حمایت می‌کنند، اما همچنین نشان‌دهنده تغییرات در نگرش نسل جوان نسبت به هنجارهای سنتی است. در همین راستا مهمترین پیشنهاد‌های اقدام‌پژوهانه و کاربردی در خصوص این موضوع برای جوانان جامعه ایرانی بالاخص دانشگاهی می‌توان مطرح کرد:

✚ آموزش مهارت‌های خودارزشمندی: طراحی کارگاه‌های آموزشی برای دانشجویان زن با هدف تقویت عزت نفس و کاهش وابستگی به ظاهر به‌عنوان منبع اصلی هویت اجتماعی.

✚ توسعه برنامه‌های رسانه‌ای آگاه‌ساز: تولید محتوای رسانه‌ای که الگوهای متنوعی از زیبایی و موفقیت (فراتر از ظاهر فیزیکی) را تبلیغ کنند تا از فشارهای اجتماعی برای مدیریت بدن بکاهند.

✚ حمایت از پژوهش‌های بین‌فرهنگی: انجام پژوهش‌های مقایسه‌ای بین دانشجویان ایران و سایر جوامع برای درک بهتر تأثیر فرهنگ بر مدیریت بدن و سرمایه جنسی.

✚ تدوین برنامه‌های مشاوره‌ای: راه‌اندازی خدمات مشاوره روان‌شناسی در دانشگاه‌ها با تمرکز بر مدیریت بدن سالم و کاهش رفتارهای افراطی (مانند جراحی‌های زیبایی غیرضروری).

تمام این پیشنهادات می‌توانند به کاهش پیامدهای منفی مدیریت بدن (مانند اضطراب اجتماعی یا کاهش عزت نفس) و تقویت رویکردهای متوازن به سرمایه جنسی کمک کنند.

۷. فهرست منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). «بدن به مثابه رسانه هویت». فصلنامه جامعه‌شناسی ایران، سال چهارم، شماره چهارم: ۵۷-۷۵.

- بابایی فرد، اسدالله؛ یوسفی فر، طاهره؛ امجدی، زهرا (۱۳۹۹). «عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش زنان به مدیریت بدن در شهر قم». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، سال سیزدهم، شماره ۵۲ (زمستان): ۱۱۹-۱۴۵.

<https://doi.org/10.22035/JICR.2020.2454.2896>

- بادین فکر، محمدجواد؛ بدره، محسن؛ اکبری خضری، صابر (۱۳۹۹). «تحلیل محتوای کمی سرمایه جنسی در آگهی‌های تبلیغات رسانه ملی». دوفصلنامه علمی نامه فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، سال پنجم، شماره ۱: ۲۵۲-۲۱۷.

<https://doi.org/10.30497/LCC.2021.240006.1019>

- بنایی، الهه؛ اصغرپور ماسوله، احمدرضا؛ کرمانی، مهدی (۱۳۹۹). «پدیدارشناسی سرمایه جنسی: بررسی کیفی در تجربه زیسته زنان جوان قشر متوسط در شهر مشهد». جامعه‌شناسی کاربردی دانشگاه اصفهان، سال سی و یکم، شماره ۸۰ (زمستان): ۷۳-۹۲.

<https://doi.org/10.22108/jas.2020.119654.1809>

- بهار، مهری؛ وکیلی قاضی جهانی، محمدرضا (۱۳۹۱). «تحلیل گفتمان جراحی های زیبایی صورت»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، سال نهم، شماره ۱: ۹۲-۶۳

- بهیان، شاپور؛ زرنندی، مرجان؛ امامی، پریرخ (۱۳۹۴). «بررسی مؤلفه های سرمایه جنسی در رمان های پر تیراژ فارسی»، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، دوره ۹، ش ۲۹ (تابستان): ۱۴۳-۱۶۶.

<https://sanad.iau.ir/Journal/ssq/Article/1036489>

- بوردیو، پیر (۱۳۹۱). تمایز نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ دوم، تهران: نشر ثالث

- بوردیو، پیر (۱۳۸۰). نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه: مرتضی مردیها. تهران: نقش و نگار.

- پارسا، اقدس؛ هاشمیان فر، سیدعلی؛ حقیقتیان، منصور (۱۴۰۰). «بررسی سرمایه جنسی و رابطه ی آن با سرمایه اجتماعی زنان شهر اصفهان». فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال پانزدهم، شماره ۵۴ (پاییز): ۱۳۷-۱۲۱.

<https://sanad.iau.ir/fa/Journal/ssq/Article/1036126>

- حبیب پورگنابی، کرم؛ صفری شالی، رضا (۱۳۹۰). راهنمای جامع کاربرد Spss در تحقیقات پیمایشی، چاپ سوم، تهران:

نشر لویه و انتشارات متفکران.

- حسینی، محمدرضا؛ علی نژاد، منوچهر؛ پیری نژاد، محمد (۱۳۹۷). «مصرف گرایی و عوامل جامعه شناختی مؤثر بر آن در بین

جوانان شهر تهران»، دوفصلنامه پژوهش های جامعه شناسی معاصر، سال هفتم، شماره ۱۳ (زمستان): ۳۷-۵۹

<https://doi.org/10.22084/csr.2018.12504.1237>

- حکیم، کاترین (۱۳۹۱). سرمایه جنسی و نقش آن در مناسبات قدرت جامعه، ترجمه ژیل سرابی، نشر اینترنتی

www.Ketabnak.com

- خواجه نوری؛ بیژن، مساوات، ابراهیم (۱۳۹۸). «مطالعه ی رابطه ی سبک زندگی و رفتار مصرف کننده (مطالعه ی موردی:

زنان متأهل شهر شیراز)»، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، دوره ۱۰، ش ۳۸، مرداد: ۲۸۳-۳۰۲

https://jzv.marvdasht.iau.ir/article_3570.html

- داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۶). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS، چاپ اول، تهران: انتشارات جهاد

دانشگاهی.

- ریتزر، جورج (۱۳۹۳). نظریه های جامعه شناسی. ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.

- صادقی فسایی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ رضایی، حسین (۱۳۹۶). «مطالعه جامعه شناختی مدیریت بدن و ارزش سرمایه جنسی در

بین زنان (مورد مطالعه زنان دهه ۶۰ شهر همدان)»، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات اجتماعی و روانشناختی زنان دانشگاه الزهرا

(س)، دوره ۱۵، ش ۳ (پاییز): ۱۰۱-۱۴۴. <https://doi.org/10.22051/jwsp.2017.11260.1267>

- صادقی فسایی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ رضایی، حسین (۱۳۹۵). «مطالعه جامعه شناختی مدیریت بدن و سرمایه جنسی زنان

(مورد مطالعه زنان دهه ۴۰ شهر همدان)»، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی (تغییرات اجتماعی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلیخال، دوره

۱۳، ش ۵۱ (زمستان): ۳۳-۵۱. <https://sanad.iau.ir/Journal/aukh/Article/1074982>

- صادقی فسایی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ رضایی، حسین (۱۳۹۵). «بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن زنان متولد

دهه ی ۶۰ (مطالعه کیفی زنان شهر همدان)». مجله علمی و پژوهشی توسعه اجتماعی و فرهنگی، جلد پنجم، شماره ۱: ۳۷-۶۱.

<http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-278-fa.html>

- طالبی دلیر، معصومه؛ یعقوبی چوبری، علی (۱۴۰۱). «فراتحلیل عوامل جامعه شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در

ایران»، دوفصلنامه پژوهش های جامعه شناسی معاصر، سال یازدهم، شماره ۲۰ (تابستان): ۲۲۵-۲۶۰

<https://doi.org/10.22084/csr.2022.25467.2042>

-عباس زاده، محمد؛ محمود مولایی کرمانی، بتول و اقدسی علمداری، فرانک (۱۳۹۳). «مطالعه جامعه شناختی نقش مداخله گرایانه متغیر پذیرش اجتماعی در تاثیرگذاری رسانه‌ها بر گرایش زنان به زیبایی با عمل جراحی». فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، سال پنجم، شماره ۳: ۴۷-۶۶.

- عشورچرپانی، مریم؛ ماهروزاده، طیبه، رهنما، اکبر و صمدی، پروین (۱۴۰۰). «نقد و بررسی نظریه سرمایه جنسی براساس آموزه های اسلامی و اشارات آن برای تربیت جنسی زنان و دختران»، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی دانشگاه امام حسین (ع)، دوره ۲۹، ش ۵۳ (زمستان) ۲۰۹-۲۳۹.

https://iej.ihu.ac.ir/article_206960.html

فاتحی، ابوالقاسم؛ اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷). «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن». مطالعات راهبردی زنان فصلنامه شورای فرهنگی و اجتماعی زنان، سال ۱۱ یازدهم، شماره ۴۱ (پاییز): ۹-۴۲.

https://www.jwss.ir/article_16615.html

-قادری، طاهره؛ سیفی، مریم (۱۳۹۲). «عوامل مرتبط با مدیریت نمایشی بدن». برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، سال چهارم، شماره ۱۷: ۶۹-۱۰۴. <https://doi.org/10.22054/qjsd.2013.3226>

-کافی، سیده فاطمه؛ کمالی، افسانه؛ باستانی (۱۳۹۳). «تأثیر انواع سرمایه بر گرایش مردم به استفاده از سرمایه جنسی در مناطق ۳ و ۱۶ تهران»، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

-کبیری، افشار و قربانعلیزاده، مینا (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه شناختی گرایش دختران جوان به مصرف لوازم آرایشی، مطالعه دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور ارومیه». فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان غربی، سال ششم، شماره ۱۹: ۵۳-۷۱.

-ملکی، پرستو؛ دهقان، حسین؛ خادیمان، طیبه (۱۴۰۲). «بررسی مدیریت بدن و عوامل اثرگذار بر هویت اجتماعی زنان (مورد مطالعه زنان ۲۵ تا ۴۵ ساله ساکن شهر سنندج)». دوفصلنامه جامعه شناسی اقتصادی توسعه دانشگاه تبریز، دسال دوازدهم، شماره ۱ (بهار و زمستان): ۲۵۱-۲۷۵. <https://doi.org/10.22034/jeds.2023.57252.1733>

- میرفردی، اصغر؛ صفرپور، مینا (۱۴۰۰). «تحلیل تماتیک استفاده دانشجویان دختر از لوازم و الگوهای آرایشی نوین». فصلنامه علمی و پژوهشی زن و جامعه دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، سال سیزدهم، شماره ۴۹ (بهار): ۱۱۹-۱۳۴.

<https://doi.org/10.30495/jzv.2022.25588.3321>

1. - Hakim, C. (2012). *Erotic Capital and its Role in Society's Power Equations*; translated by Zhila Sarabi; Amsterdam, 1st Edition.

-Hakim, C. (2011). *Feminist Myths and Magic Medicine: The Flawed Thinking Behind Calls for Further Equality Legislation*. United Kingdom: Centre for Policy Studies.

-Hayward, P. A. (2015). "The Cronica de Anglia in London, British Library, Cotton MS Vitellius C.VIII, fols. 6v-21v: Another Product of John of Worcester's History Workshop". *Traditio*, 70, 159-236. <https://doi.org/10.1017/S036215290001237X>

-Foucault, M. (1980). "The eye of power", in C. Gordon, *Power and knowledge: Michael Power and knowledge: Michael Power and knowledge Foucault's selected interviews and other*.

-Martin, B.A. S. & Robina X. (2010). How do consumers react to physically larger models? Effects of model body size, weight control beliefs and product type on evaluations and body perceptions, *Journal of Strategic Marketing*, 8 (6): 489-501 <https://doi.org/10.1080/0965254X.2010.525252>

-Luo, W. (2013). "Aching for the altered body: beauty economy and chinese women's consumption of cosmetic surgery", *Women's Studies International Forum*, Vol38, No1: 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2013.01.013>

-Nettelton, S., Watson J. (1998). *The Body in Everyday Life*, London: Routledge.

- Roubal,O.Cirkaov,J.(2020)."Crisis of Masculinity, Erotic Capital and Male Grooming in the Sociology of Marketing Communications", *Journal of Communication Today*, 11(2).18-34. <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.cejsh-4b2ee5d4-ab13-4f8f-a8ab-3a3aa6c19fd3>
- Roubal,O.(2019). "The erotic capital of men from the perspectiv of the sociology of marketing communication",*Journal Marketing Identity*,7(1):706-716. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=871141>
- Shilling, C. (2005). *The body in culture*. Technology & Society, London: Sage Publication.
- Shilling,C. (1993), *Body and Social Theory*, London: Sage Publication
- Waters, H.A. (2015). Erotic Capital as Societal Elevator: Pursuing Feminine Attractiveness in the Contemporary Mongolian Global (ising) Economy", *Journal of Sociologus*,66(1):25-51. <https://doi.org/10.3790/soc.66.1.25>

مجلات اماده النشر عبر قنابل ارجع

Study of the Relationship Between Body Management and Erotic Capital Among Students

(Case Study: Female Students of Non-Profit Private Higher Education Institutions in Mashhad)

Mohammad Hasan Sharbatian¹ Ali saeidi²

Abstract

The purpose of the present article is to explore the relationship between body management and Erotic Capital based on the theoretical framework of Pierre Bourdieu and Catherine Hakim. The quantitative approach based on the survey method, relying on a standardized questionnaire tool, led to the collection of findings. The statistical population of female students in the psychology program at non-profit higher education institutions in the city of Mashhad has been assessed with a sample size of 253 individuals. In this research, cluster-random sampling was used to collect the findings. The Cronbach's alpha for body management is (0.878) and for Erotic Capital is (0.883), while the validity of the dependent variable is (0.629) and the independent variable is (0.567). The findings have been analyzed using statistical methods relying on SPSS software. Descriptive results indicate that the average of the body management variable (3.88) and Erotic Capital (4.46) is above average. Among the dimensions of body management, the upper/middle/lower limb component has an average of (63.4), and among the dimensions of Erotic Capital, the vitality component has a higher significance with an average of (5.09). The comparison test of background variables such as age and marital status with the research variables has not shown any significant differences. Based on the results of the correlation test, the relationship between the main variables has been found to be predictable, positive, and significant with a value of (0.474); and the results of the Friedman test have shown that at a significance level smaller than 0.05 with a confidence level of 0.95, the mean rank of the components of the body management variable has been significant. Ultimately, the variables under examination, along with their components, have been important for students; however, the average significance of their implementation has not been the same.

Key Words: Female, students, non-profit higher education institutions, erotic capital, body management.

¹ Corresponding Author: PhD in Sociology of Social Issues in Iran. Secretary of Education in Khorasan Razavi and instructor in the Department of Social Studies at the University of Education, P.O. Box 889-14665, Tehran, Iran Sharbatian@pnu.ac.ir.

² Assistant Professor of the Department of Educational Psychology and Counseling, Farhangian University, P.O. Box 889-14665, Tehran, Iran ali.saeidi@cfu.ac.ir