Two Quarterly Journal of
Contemporary Socio logical Research CSR
ISSN (P.): 2476-55643, (E.): 2476-6305
Vol. 15, No. 28, 2026
Bu-Ali Sin University

Studying The Relationship of Body Management with Erotic Capital (Female Students of Non-Profit, Non-Governmental Higher Education Institutions in Mashhad)

Mohammad Hasan Sharbatiyan[I], Ali Saeidi[II]

https://doi.org/10.22084/csr.2025.29954.2310
Received: 2024/10/03; Revised: 2025/04/20; Accepted: 2025/04/30
Type of Article: **Research**
Pp: 243-271

Abstract

The purpose of this article is the effective relationship between body management and erotic capital, emphasizing the theoretical framework of Pierre Bourdieu and Catherine Hakim. The Quantitative approach based on survey method (descriptive-correlation), relying on a standardized questionnaire tool among female students of psychology and guidance counseling in non-profit higher education institutions of Mashhad city with a number of 253 people based on two-stage sampling, first cluster and then The findings were collected randomly. Cronbach's alpha of body management is equal to (0/878) and erotic capital is equal to (0/883) and the convergence validity of the dependent variable is equal to (0/629) and the independent variable is equal to (0/567). The findings have been analyzed using SPSS software. The descriptive results indicate that the average status of the variables along with their components was mostly medium to high. Among the dimensions of body management (attention to the upper, middle and lower limbs of the body) and among the dimensions of the dependent variable (vitality), they were more important. The average of contextual variables such as marital status, economic and social base, employment and age group did not have a significant difference with the main variables (independent and dependent) in the sense that the main variables had the same importance for all students. Based on the correlation results, it states that the Pearson correlation value (0/474) between the main variables was predictable, positive and significant.

Keywords: Female, Non- Higher Eeducation Institutions, Eerotic Capital, Body Management, Mashhad.

I. 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 (Corresponding Author).
Email: Sharbatiyan@pnu.ac.ir
II. Department of Educational Psychology and Counseling, Farhangian University, P.O. Box 889-14665, Tehran, Iran

Citations: Sharbatiyan, M. H. & Saeidi, A., (2026). Studying The Relationship of Body Management with Erotic Capital (Female Students of Non-Profit, Non-Governmental Higher Education Institutions in Mashhad). *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research,* 15(28), 243–271. https://doi.org/10.22084/csr.2025.29954.2310
Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_6189.html?lang=en

Publisher & Owner: Bu-Ali Sina University.
Copyright © 2026 The Authors. Published by Bu-Ali Sina University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.

1. Introduction

One of the capitals that is recently discussed in the field of social studies is erotic capital. This type of capital mostly includes aesthetic, visual, appearance, social and erotic attractions in interaction with other members of the society in which a person lives. Adding this asset to Bourdieu's triad of capital (economic-social-cultural) is more important in contemporary times. From the point of view of Catherine Hakim, erotic capital has many benefits in everyday life with physical attractiveness and high beauty, and it can be a special privilege for women. Such capital is the product of a type of investment based on gender characteristics and perceptions, which is generally realized in the form of various interventions in the body. Because in Iran's consumer society, the ideal body model is formed by sports activities, choosing the type and model of clothes, hair colour, makeup style, and various reconstructive and cosmetic surgeries; And considering the high number of cosmetic surgeries that most women and girls in the age group of 14 to 45 do in our society today, and the expansion of cosmetic and hygiene jobs at the community level, etc., all these things have caused young girls and teenagers to Our society should follow the world of fashion and by emphasizing on body management in order to improve their erotic capital based on the defined patterns of the aesthetic value of the western society, they should set it as a way of life to determine the behavioural criteria. In this research, using the approach of the main question, "is there an effective relationship between body management and erotic capital among students?" The answer to this question helps us understand social changes. the theoretical basis of erotic capital is based on Hakim's theory. According to her, this capital mostly includes aesthetic, visual, appearance, social and erotic attractions in interaction with other members of the society in which a person lives. Understanding social and economic processes, social interactions and the economic status of people in society requires understanding the concept of erotic capital, which is of special importance like other types of capital. the theoretical foundations of body management are influenced by Bourdieu's thought. he considered the body as a form of physical and material capital and a kind of commodity in the service of western capital accumulation, and considered it as the basis and distinction of people in life as an acquisition goal.

2. Materials and Methods

This research is based on survey strategy based on cross-sectional and practical purpose and quantification in the form of a standardized questionnaire instrument of erotic capital variable (31 items) and body management variable (31 items) based on Likert scale (1 to 7) among female students. The fields of psychology and counselling in the Higher education institutions of Mashhad, based on the Cochran formula, with a sample size of 253 people at the error level of 0.05, based on two-stage (cluster-random) sampling in the academic year 2022-2024, collected the findings. The unit level of analysis and observation has been the individual; The findings were analysed based on Spss 25 software based on descriptive statistics (frequency tests - central indices) and inferential statistics (variance analysis tests - correlation coefficient - linear regression - comparative difference - Friedman, etc.) has taken. The value of the factor analysis test (KMO) for erotic capital variable is 0.739 and the value of Bartlett's test is equal to 1667.7550 at the error level of 0.05, it was able to explain 8 items out of 31 items of the mentioned variable in about 68.922% of the variance of the related variable. For the body management

variable, the test value (KMO) equal to 0.716 was obtained, which Bartlett's test is equal to 1671.467 at the error level of 0.05. 9 items out of 31 items of the mentioned variable were able to explain about 69.591% of the relevant variance.

3. Data

The population studied in this research were girls and women majoring in psychology and counselling and guidance in non-profit higher education institutions in Mashhad. The age group of the respondents was between 18 and 40 years old, most of the respondents were single and unemployed, and about 0.85 students were from a high family economic and social base and had some facilities. The findings of descriptive statistics show that the majority of the respondents give importance to erotic capital and its indicators in their daily life, and among the relevant indicators, dimensions (vitality, erotic attractiveness and erotic skill) are in better ranks and Among the indicators and variable dimensions of body management, the components (attention to the upper, middle, and lower limbs, the head and face component, and the index of body-appropriate sports) were respectively the most important. The results of the main hypothesis indicate that there is a predictable significant relationship between the independent and dependent variables at a significance level of 0.01. The findings of linear regression between the main variables of the research show that the variable of body management with beta (0.474) had the best effect on the value of erotic capital; And the value of t in the regression table is significant at the error level of 0.05, which shows that the body management variable had a significant effect on erotic capital. Nearly 22% of the total changes in the value of erotic capital comes from the variable of performing body management practices and has the ability to predict it.

4. Discussion

The erotic capital that Catherine Hakim proposed is expanding in societies today, along with Bourdieu's triple capital (economic-social-cultural). This type of capital from Bourdieu's point of view as physical or physical capital has found many capabilities among men and women in capitalist and developing societies. This type of capital affected by six dimensions (social skills, erotic attractiveness, the way to appear in society, beauty, vitality and erotic skills) has been able to combine cognitive, visual, physical and social aesthetics attractively as a special privilege. especially for women. Such attractiveness as a valuable asset today among young women of our consumer society is influenced by performing actions on the body in the form of cosmetic and health behavior patterns, various surgical operations on body parts, etc., leading to the control and discipline of the body (body management) has been.

5. Conclusion

Performing such actions on the body leads to a dramatic action and the process of showing the body to others, which can change the social base and position of women in our society, the process of this change has led to the valuation of erotic capital in our current society by women. The trend of the importance of this issue in the lifestyle of young women in our society today, even though they have other types of capital (human, cultural, social, economic, etc.), this capital can still have a function in changing the course of their lives; While in the western society because other capitals are important for women,

erotic capital is not paid much attention to it, in addition, the media industry of the capitalist society in the field of advertising for the importance of this industry and attention to such capital among societies. has made many investments and the process of investing in other societies, including our society, has become a social issue. The existence of such a problem is not consistent with the value, cultural and social structures of our society, and nowadays the relationship of managing the body and bringing the body under control in order to value the erotic capital has caused confusion and chaos in the social order of the society, and has resulted in the production of problems and an increase in various consequences.

Acknowledgments

The authors extend their sincere gratitude to the anonymous peer reviewers for their insightful critiques and constructive suggestions, which significantly enhanced the clarity and scholarly rigor of this manuscript.

Author Contribution

The contribution of all authors to the writing of the article has been equal.

Conflict of Interest

In adherence to ethical publication standards, the authors affirm that there are no conflicts of interest, either personal or financial, that could have influenced the content or conclusions presented in this research.

دوفصلنامهٔ پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر
شاپای چاپی: ۶۳۰۵-۲۴۷۶؛ شاپای الکترونیکی: ۵۶۴۳-۲۴۷۶
نشانی پایگاه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/
سال ۱۵، شمارهٔ ۲۸، ۱۴۰۵

مطالعهٔ رابطهٔ مدیریت بدن با سرمایهٔ جنسی دانشجویان (موردمطالعه: دانشجویان زن مؤسسات آموزش‌عالی غیرانتفاعی غیردولتی شهر مشهد)

محمدحسن شربتیان[I]، علی سعیدی[II]

شناسهٔ دیجیتال (DOI): https://doi.org/10.22084/csr.2025.29954.2310
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۱۲، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۱۱
نوع مقاله: پژوهشی
صص: ۲۷۱-۲۴۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر رابطهٔ بین مدیریت بدن با سرمایهٔ جنسی مبتنی‌بر چارچوب نظری پیربوردیو و کاترین حکیم است. رویکرد کمّی محور مبتنی‌بر شیوهٔ پیمایش با تکیه‌بر ابزار پرسشنامهٔ استانداردشده، منتهی به جمع‌آوری یافته‌ها شد. جامعهٔ آماری دانشجویان زن رشتهٔ روان‌شناسی مؤسسات آموزش‌عالی غیرانتفاعی شهر مشهد با حجم نمونهٔ ۲۵۳ نفر موردسنجش قرارگرفته است. در این پژوهش از نمونه‌گیری خوشه‌ای-تصادفی برای جمع‌آوری یافته‌ها استفاده شد. میزان آلفای کرونباخ مدیریت بدن (۰/۸۷۸) و سرمایهٔ جنسی (۰/۸۸۳) و میزان روایی متغیر وابسته (۰/۶۲۹) و مستقل برابر با (۰/۵۶۷) به‌دست آمده است. با استفاده از روش‌های آماری با تکیه‌بر نرم‌افزار SPSS یافته‌ها مورد تجزیه‌وتحلیل قرارگرفته است. نتایج توصیفی میانگین متغیر مدیریت بدن (۳/۸۸) و سرمایهٔ 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 سرمایهٔ جنسی مؤلفه سرزندگی با میانگین (۵/۰۹) اهمیت بیشتری داشته است. آزمون مقایسهٔ میانگین متغیرهای زمینه‌ای همچون سن و وضعیت ازدواج با متغیرهای تحقیق تفاوت معناداری نداشته است. براساس نتایج آزمون همبستگی رابطهٔ بین متغیرهای اصلی با مقدار (۰/۴۷۴) قابل پیش‌بینی، مثبت و معنادار به‌دست‌آمده است؛ و نتایج آزمون فریدمن نشان‌داده است؛ که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ با اطمینان ۰/۹۵ میانگین رتبهٔ مؤلفه‌های متغیر مدیریت بدن معنادار بوده است. درنهایت متغیرهای موردبررسی به‌همراه مؤلفه‌هایشان برای دانشجویان از اهمیت برخوردار بوده است، ولی میانگین اهمیت انجام آن یکسان نبوده است.

کلیدواژگان: زنان، دانشجویان، مؤسسات آموزش‌عالی غیرانتفاعی، سرمایهٔ جنسی، مدیریت بدن.

I. دبیر آموزش و پرورش و مدرس گروه آموزش مطالعات اجتماعی دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی ۸۸۹-۱۴۶۶۵، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
Email: sharbatiyan@pnu.ac.ir
II. گروه آموزش روانشناسی و مشاوره دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی ۸۸۹-۱۴۶۶۵، تهران، ایران.

ارجاع به مقاله: شربتیان، محمدحسن؛ و سعیدی، علی، (۱۴۰۵). مطالعهٔ رابطهٔ مدیریت بدن با سرمایهٔ جنسی دانشجویان (موردمطالعه: دانشجویان زن مؤسسات آموزش‌عالی غیرانتفاعی غیردولتی شهر مشهد). پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۵(۲۸)، ۲۴۳-۲۷۱. https://doi.org/10.22084/csr.2025.29954.2310
صفحهٔ اصلی مقاله در سامانهٔ نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_6189.html

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. ۱۴۰۵ ©. ناشر این مقاله، دانشگاه بوعلی‌سینا است.
این مقاله تحت گواهی زیر منتشرشده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

۱. مقدمه

سرمایه، ازجمله مفاهیمی است که جایگاه ویژه‌ای در پژوهش‌های علوم اجتماعی دارد. در نگاه نظریه‌پردازان این حوزه، اهمیت آن به‌حدی است که براساس رویکردهای جامعه‌شناختی، جایگاه اجتماعی افراد برمبنای میزان و نوع سرمایه‌ای که در اختیار دارند، تعیین می‌گردد (بوردیو[۱]، ۱۳۸۰: ۵۸). در همین‌راستا، یکی از سرمایه‌هایی که به‌تازگی در حوزهٔ مطالعات اجتماعی مطرح است و در جامعهٔ دانشگاهی ایران موردتوجه قرارگرفته است، سرمایهٔ 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 فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی، تعاملات اجتماعی و جایگاه اقتصادی افراد در جامعه، مستلزم فهم سرمایهٔ جنسی است که مانند سایر انواع سرمایه اهمیت ویژه‌ای دارد (حکیم[۳]، ۱۳۹۰: ۱۰).

افزودن سرمایهٔ جنسی به سرمایه‌های سه‌گانهٔ «بوردیو» به‌عنوان بُعد جدیدی از مفهوم سرمایه در حوزهٔ مطالعات اجتماعی باعث‌شده که این نوع سرمایه در دوران معاصر از اهمیت بیشتری برخوردار گردد. از منظر «کاترین حکیم» سرمایهٔ جنسی در زندگی روزمره برای مردان و زنان با جذابیت‌های بدنی و زیبایی بالا، فواید بسیاری دارد (حکیم، ۱۳۹۰: ۱۰)؛ به‌عبارت‌دیگر، 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 (بادین‌فکر و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۸).

برای زنان هر جامعه‌ای در عصر حاضر یکی از عوامل کسب سرمایهٔ اجتماعی، سرمایهٔ جنسی است که از ترکیب جذابیت‌های زیبایی‌شناختی، بصری، بدنی، اجتماعی و ... برای دیگر اعضای جامعه میسّر 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 دورهٔ زندگی همواره منجر به جدا شدن جهان اجتماعی مردان و زنان می‌گردد. سرمایهٔ جنسی برای زنان جوامع امروز نقش نماینده، پایگاه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، سرمایهٔ اجتماعی و... دارد؛ بنابراین، زنان به‌طور اجتماعی برای درگیر شدن در سرمایهٔ جنسی تشویق می‌شوند و از آن‌ها انتظار می‌رود در سرمایهٔ جنسی خود دست‌کاری کنند (پارسا و همکاران، ۱۴۰۰: ۲).

از این‌رو، استفاده از سرمایهٔ جنسی به‌عنوان یک سرمایهٔ مهم در حوزهٔ فرهنگ زندگی جامعهٔ زنان ایران، یکی از راه‌های بهبود موقعیت پایگاهشان هست؛ درواقع، زنان جامعه‌ای ایرانی با استفاده از این سرمایه سعی می‌کنند تمایز بخشی خود از دیگران را به‌نمایش گذارند و یا با بروز کنش‌های نمایشی خود تأیید دیگران را به‌همراه داشته باشند. بر این‌اساس، این نوع سرمایه به‌عنوان ابزاری اجتماعی و فرهنگی در دست دانشجویان دختر ایرانی قرارگرفته است، تا بتوانند در طول زمان، در کنار سایر سرمایه‌های خود به این سرمایه در زندگی روزمره شکل‌دهند و بهبود بخشند. این نوع سرمایه، فارغ از منابع طبیعی آن، در جوامع سرمایه‌داری حاصل سرمایه‌گذاری مبتنی‌بر ویژگی‌ها و برداشت‌های جنسیتی است که با هدف دستیابی به بازدهی مطلوب در بازار انجام می‌گیرد و معمولاً ازطریق اشکال مختلف مداخله بر بدن تحقق می‌یابد (بنائی و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۶).

امروزه نظام سرمایه‌داری زنان را به‌عنوان یکی از گروه‌های اصلی مصرف محوری جوامع خود تبدیل کرده است. بر این‌مبنا، زنان در جوامع امروزی خود را به گونهٔ کامل براساس بدن ظاهری فردی شده، می‌شناسند. علاوه‌بر این، گرایش به زیبایی از یکسو امری طبیعی و مشترک بین انسان‌ها بوده است؛ و از سوی دیگر، این علاقه در جوامع گوناگون به یک‌خرده فرهنگ مصرف محور و زیباپسند، جذاب و... تبدیل‌شده و درحال گسترش است. از آنجاکه در جامعهٔ 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 و شاداب نشان دهند (هیوارد[۴]، ۲۰۱۵)؛ به‌عبارت‌دیگر، به زبان بوردیو باید این ویژگی‌ها را اهمیت دادن به «سرمایهٔ جسمانی»[۵] نامید (واتسون و نتلتون[۶]، ۱۹۹۸: ۱۷-۱۸).

در بین جامعهٔ جوان ایرانی بالأخص دختران دانشجو که متأثر از مصرف فن‌آوری‌های ارتباطی هستند، توجه به سرمایهٔ جسمانی در قالب جذابیت ظاهری بسیار متداول است، تصوری که این قشر از جامعهٔ دانشجویی از بدن خود در مقایسه با آن‌چه ایده‌آل و زیبا تلقی می‌گردد، باعث می‌شود که این افراد به رژیم‌های غذایی و ورزش‌های شدید و سایر فعالیت‌ها روآورند و تصویری که از زن زیبا در رسانه‌های نظام سرمایه‌داری ارائه می‌گردد روزبه‌روز مصداق زیبایی را محدودتر، خاص‌تر و غیرقابل دسترس‌تر می‌کند. استانداردهایی که از این‌طریق (نظام سرمایه‌داری) به جامعه تحمیل می‌شود، عملاً جامعه را با مشکلات بسیاری روبه‌رو کرده است (مارتین و روبینا[۷]، ۲۰۱۰: ۴۹۲).

باتوجه به آمار بالای انواع جراحی‌های زیبایی که امروزه بیشتر زنان و دختران گروه سنی ۱۴ تا ۴۵ ساله در جامعهٔ ما انجام می‌دهند (کبیری و قربان‌علیزاده به نقل از: صادقی‌فسائی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۲). همچنین میزان بالای واردات مصرف لوازم آرایشی به‌گونه‌ای درحال رشد است که ایران را به هفتمین مصرف‌کنندهٔ مواد آرایشی و بهداشتی در جهان تبدیل کرده است (بهار و وکیلی قاضی‌جهانی، ۱۳۹۰: ۶۴) و گسترش مشاغل آرایشی و بهداشتی در سطح جامعه و... همهٔ این موارد و دیگر مسائل باعث این شده است که دختران جوان و نوجوان جامعهٔ ما از دنیای مُد پیروی‌کنند و با تأکید بر مدیریت بدن در راستای ارتقائ سرمایهٔ جنسی خود مبتنی‌بر الگوهای تعریف شده ارزش زیباشناختی جامعهٔ غربی آن‌را به‌عنوان رویهٔ زندگی متعین ملاک رفتاری و کنشی خود قرار دهند.

پرسش‌های پژوهش: در این پژوهش با استفاده از رویکرد کمی‌محور به‌دنبال پاسخ‌دادن به این پرسش اصلی است که، میزان اهمیت متغیرهای مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در بین دانشجویان چقدر است؟ و رابطهٔ همبستگی این متغیرها در سطح زندگی روزمرهٔ دانشجویان تا چه حدی است؟

۲. پیشینهٔ پژوهش

باتوجه به منابع و ادبیات تجربی، یافته‌های پژوهشی که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با موضوع این نوشتار مرتبط بوده است، به اجمال بیان می‌شود. «میرفردی» و «صفرپور» (۱۴۰۱)در پژوهش انجام‌یافته در بین دانشجویان گرایش به لوازم و الگوهای آرایشی، به این نتایج دست‌یافته‌اند که زنان برای بروز خود در جامعه به‌نمایش ظاهری خویش روی‌آورده‌اند. رسانه‌ها به‌عنوان یکی از منابع اصلی در فراهم‌سازی و ارائه اطلاعات مربوط به ابزارها، الگوها و مؤلفه‌های سبک زندگی مدرن عمل می‌کنند و ازطریق تبلیغات گسترده، به ترویج کالاها و الگوهای مصرفی می‌پردازند. در این رسانه‌ها، علاوه‌بر 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 مقوله‌ها ی تحلیل پژوهش نشان می‌دهند که گروه‌های هم‌سن‌وسال و عضویت در این گروه‌ها، نقش پررنگی در مصرف لوازم آرایش ازسوی دانشجویان دختر داشته است. گروه دوستان و هم‌سالان هم از لوازم (زیباشناسانه) و هم به‌گونه‌ای ازطریق فشار اجتماعی به اعضاء خود، دانشجویان را به سمت گونه هایی از رفتارهایی سوق می‌دهند که از این لوازم زیباشناسانه بیشتر استفاده کنند. در غیر این‌صورت دانشجویانی که رغبت کمتری به استفاده از این لوازم آرایشی دارند و مصرف کمتری می‌کنند؛ به‌گونه‌ای در جمع حاشیهٔ دوستانه قرار می‌گیرند، و تعاملات اجتماعی کم‌رنگی دارند.

«طالبی‌دلیر» و «یعقوبی‌چوبری» (۱۴۰۱) در پژوهش خود که با عنوان فراتحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران انجام داده‌اند، نتایج پژوهش نشان‌داده است که «احساسِ‌کهتری» بیشترین تأثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی (۰r/۵۹=)دارد؛ به‌طوری‌که، اندازهٔ اثر آن مثبت و قوی است. بعد از آن، بیشترین عوامل تأثیرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی به‌ترتیب فشارهنجاری، تصویر بدنی منفی، گروه مرجع، رسانه و مدیریت بدن با اندازهٔ اثر مثبت و متوسط بوده‌اند. «پارسا» و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود به این دست‌یافته‌اند که در شهر اصفهان زنانی هستند که از سرمایهٔ جنسی بیشتر بهره می‌برند و به جذابیت و زیبایی‌شان بیشتر اهمیت می‌دهند؛ در بین گروه‌های سنی بالأخص جوانان ۱۸ تا ۲۵ساله به نسبت گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ساله سرمایهٔ جنسی حائز اهمیت

است. همچنین بین سرمایهٔ اجتماعی و مؤلفه آن با سرمایهٔ جنسی مؤلفه‌هایی چون (جلوه‌گری، دلربایی، زیبایی چهره، مهارت، سرزندگی و جذابیت) رابطهٔ معناداری وجود دارد. «عشورچریانی» و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که نظریهٔ سرمایهٔ جنسی در جهان غرب مفهومی کاملاً ابزاری و تولیدمحور به‌شمار می‌آید. این نظریه مسیرهایی را برای ورود زنان به حوزه‌های رقابت، تجارت و لذت‌جویی ترسیم کرده است. با این‌حال، براساس دیدگاه‌های اسلامی می‌توان آن‌را به‌دلیل نقش آن در گسترش مفاسد اخلاقی و اجتماعی، بروز بحران‌های خانوادگی و ایجاد نوعی ازخودبیگانگی، مورد نقد قرار داد.

«بنایی» و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق کیفی خود به این دست‌یافته‌اند که مهم‌ترین ویژگی سرمایهٔ جنسی در بین افراد منتخب جذابیت جنسی بوده است که بیشترین ارزش‌گذاری را داشته است،

«بادین‌فکر» و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود به این نتایج اشاره کرده‌اند که که میزان سرمایهٔ جنسی در تبلیغات رسانهٔ ملی درصد بالایی دارد. در این‌میان مؤلفه‌های شیوهٔ ظاهر شدن در جامعه (مانند: پوشش جذاب، آرایش چهره)، جذابیت جنسی (بدن جذاب، رفتار زنانه)، و زیبایی، بیشترین تکرار و مؤلفه‌های حضور اجتماعی (مهارت و تعامل و مشارکت اجتماعی، خوش‌مشربی) و سرزندگی (منفعل نبودن)، دارای کمترین تکرار رسانه‌ای است.

«خواجه‌نوری» و «مساوات» (۱۳۹۸)در تحقیق خود به این دست‌یافتند که بین مدیریت بدن و مصرف آرایش به‌عنوان بُعدی از سبک زندگی رابطهٔ معنی‌داری با شیوهٔ رفتار مصرفی (۰/۳۶۵) در بین زنان شهر شیراز وجود داشته است. در این‌خصوص وسایل ارتباط جمعی (ماهواره، اینترنت و...) ازطریق 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 نشان‌داد متغیرهای مدگرایی (۰/۵۸)، خوداظهاری و بیان خود (۰/۵۸)، ارزش‌های لذت‌جویانه (۰/۳۷)، مدیریت بدن (۰/۳۴) و تبلیغات رسانه‌ای (۰/۲۶) رابطهٔ مثبت و معناداری با مصرف‌گرایی دارند.

«صادقی‌فسایی» و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که از دیدگاه زنان، سرمایهٔ جنسی از ارزشی نسبتاً بالا برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که به یکی از عوامل اصلی و اثرگذار در زمینهٔ مدیریت بدن و انجام مداخلات مرتبط با آن تبدیل شده است. صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان‌دادند که میانگین توجه زنان جامعهٔ مورد بررسی به مدیریت بدن، عدد ۱/۹ از ۵ را به‌خود اختصاص داده است. همچنین میانگین ارزش سرمایهٔ جنسی درمیان پاسخ‌دهندگان ۲/۷۴ از ۵ بوده که سطحی نسبتاً پایین را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که متغیر مستقل سرمایهٔ جنسی با سطح معناداری sig = 0/00 و ضریب بتای ۰/۵۵۸ بر میزان مدیریت بدن زنان متولد دههٔ ۴۰ تأثیرگذار بوده است.

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

«کرمی‌پور» و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که سرمایهٔ جنسی با تأکید بر مؤلفه‌های (کسب هویت جدید، جاذبهٔ جنسی جلوه‌گری اجتماعی، مهارت اجتماعی، سرزندگی، تمایز بخشی اجتماعی و تمایلات جنسی) در دههٔ اخیر، زندگی جوانان را در رسیدن به هدف‌های‌شان پیوند زده و فرهنگ ویژهٔ جوانان را جهانی کرده است؛ به‌طوری‌که همهٔ افراد زیر ۳۰سال در تمامی طبقات اجتماعی را به خود جذب می‌کند. به‌عبارت دیگر، گروه‌هایی از جوانان که وجه مشخصهٔ آنان باورها، ارزش‌ها و هنجارهای خاص در مقابل فرهنگ مسلط یا نظم اجتماعی حاکم باشد، فرهنگ جوانان را تشکیل می‌دهد.

«کافی» (۱۳۹۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که زنان نسبت به مردان و همچنین افراد جوان در مقایسه با میان‌سالان، استفادهٔ بیشتری از سرمایهٔ جنسی خود دارند. با این‌حال، بین متغیرهایی همچون وضعیت تأهل، وضعیت شغلی، منطقهٔ محل زندگی و قومیت با میزان بهره‌گیری از سرمایهٔ جنسی، رابطهٔ معناداری مشاهده نشد.

«روبال» و «کریکاو»[۸] (۲۰۲۰) به این نتیجه رسیدند که در جامعه‌شناسی بازاریابی ارتباطی عصر حاضر آراستگی در فرهنگ مصرفی بدن به‌صورت یک سلطه درآمده است؛ و جذابیت به‌عنوان یک سرمایهٔ جنسی پیشرو در موفقیت مدیریت بدن به‌عنوان یک واقعیت عینی تجربه شده است. «روبال»[۹] (۲۰۱۹)در یافته‌های تحقیق خود به این نتیجه‌گیری رسید که سرمایهٔ جنسی کیفیت پیچیده‌ای است که علاوه‌بر جذابیت فیزیکی، جاذبهٔ جنسی، شایستگی اجتماعی، خلق و خوی، تمایلات جنسی و توانایی ارائه خوب فرد را نیز دربر می‌گیرد. «رکونا»[۱۰] (۲۰۱۷)در پژوهش خود به این نتیجه رسید که به‌لحاظ تاریخی زنان نسبت به مردان مهارت بیشتری در استقرار و استفاده از بدن در زندگی اجتماعی داشته‌اند. امروزه زنان با پرداختن به بدن خود و تلاش برای زیباتر نشان‌دادن آن، سرمایهٔ جنسی خود را افزایش می‌دهند. «واترز»[۱۱] (۲۰۱۶) در پژوهش خود بیان کرد که بسیاری از زنان در مغولستان به‌دلایل مختلف، ازجمله تقویت ویژگی‌های زنانه و جنسی خود، اقدام به افزایش سرمایهٔ جنسی ازطریق جراحی‌های زیبایی می‌کنند. افزون‌بر این، در این کشور، فرآیند کالایی‌سازی بخش‌های مجزای بدن به‌عنوان روشی برای بهبود شرایط اقتصادی، ارتقائ موقعیت در ازدواج یا تقویت توانایی‌های نقش‌آفرینی تعریف شده است. «لئو»[۱۲] (۲۰۱۳) در پژوهشی کیفی با عنوان «جراحی بدن تغییریافته: اقتصاد زیبایی و مصرف زنان چینی از جراحی زیبایی» یافته‌ها نشان می‌دهد که مشارکت زنان چینی با جراحی‌های زیبایی براساس ویژگی‌های بافت محلی و الزامات بازار جهانی شدن شکل‌گرفته است.

از نتایج پژوهش‌های مرورشده می‌توان دریافت که:

- کمبود چنین پژوهش‌های در ساختار علمی و دانشگاهی ایران مشهود است. باوجود اهمیت موضوع مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در جامعهٔ حال حاضر جوان ما، مطالعات محدودی به بررسی این متغیرها پرداخته‌اند. این کمبود نشان‌دهندهٔ خلأ پژوهشی در حوزهٔ مطالعات اجتماعی را نشان می‌دهد.

-پیشینه‌های پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در بین دانشجویان زن ایرانی به‌عنوان پدیده‌ای چندبُعدی تحت‌تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی قرار دارد. این موضوع نه‌تنها بازتابی از تغییرات ارزشی در نسل جوان است، بلکه نشان‌دهندهٔ نقش بدن به‌عنوان یک سرمایهٔ نمادین در میدان‌های اجتماعی است.

-کمبود یافته‌ها در وضعیت موجود سرمایهٔ جنسی دانشجویان ایران نشان‌دهندهٔ این است که پیشینه‌های موجود نتوانسته‌اند تصویر روشنی از وضعیت سرمایهٔ 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 سرمایهٔ 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 سرمایهٔ جنسی باشد که اهمیت دارد. در این‌خصوص تمایل دانشجویان زن به ارتقائ سرمایهٔ جنسی ازطریق مدیریت بدن، بازتابی از تغییرات فرهنگی در نسل جوان جامعهٔ ایرانی است که می‌تواند تحت‌تأثیر رسانه‌ها و جهانی‌شدن قرار گرفته باشند.

-یافته‌های این‌دسته از تحقیقات نشان‌داده است که، مدیریت بدن نَه 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 روی‌می‌آورند.

- تحقیق حاضر تلاش‌کرده که به ارتقائ موقعیت اجتماعی سطحی زنان جوان ازطریق متغیرهای مورد پژوهش بپردازد. به‌عبارت دیگر، در این تحقیق سعی‌شده که در کلانشهر مذهبی مشهد، بررسی شود که متغیر مدیریت بدن به‌عنوان ابزاری برای تغییر موقعیت اجتماعی زنان جوان تبدیل شده است. این امر به‌ویژه 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 نظریهٔ بوردیو دربارهٔ «سرمایهٔ فیزیکی» توضیح داده شود؛ و بدن را به‌عنوان یک سرمایهٔ نمادین، ابزاری برای تمایز طبقاتی و ارتقائ پایگاه اجتماعی از منظر جامعه زن دانشجوی ایرانی درنظر گرفته شود.

– پژوهش حاضر از منظر نوآوری در حوزهٔ مطالعات اجتماعی متمرکز است. تمرکز بر روی جامعهٔ دانشجویی خواهد داشت و با استفاده از روش‌های کمّی، به رابطهٔ مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی می‌پردازد؛ که کمتر در جامعهٔ دانشگاهی حال حاضر جامعهٔ ایران مورد بررسی قرار گرفته است. این مطالعهٔ نشان می‌دهد که سرمایهٔ جنسی در کنار سایر سرمایه‌ها (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی) می‌تواند به‌عنوان سرمایهٔ چهارم نظریهٔ بوردیو، تکمیل‌کننده، نظریهٔ اندیشمند مذکور باشد.

– تحقیق حاضر تلاش خواهد کرد که تغییر سبک زندگی به‌سمت مصرف‌گرایی را نشان دهد؛ به‌عبارت دیگر، افزایش رفاه و تأثیر رسانه‌ها، دانشجویان را به‌سمت فعالیت‌های تجملاتی و آرایشی سوق داده است. این رفتارها دیگر محدود به دوره‌های خاصی مانند ازدواج نیستند؛ این روند با نظریهٔ کاترین حکیم دربارهٔ افزایش ارزش سرمایهٔ 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 جامعهٔ مصرفی، نگاه به بدن با جنبه‌هایی تجاری، نمایشی و زیبایی‌شناختی همراه است و ضرورت دارد که اندام متناسب، لاغر و جوان باقی‌بماند. در جامعهٔ ما نیز گسترش پدیدهٔ آرایش درمیان دختران و زنان در عرصهٔ 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 این‌زمینه، بوردیو اشاره می‌کند که مراجع سنتی هویت‌ساز دیگر قادر به پاسخ‌گویی به نیازهای دنیای معاصر نیستند. فرآیند جهانی‌شدن با توسعهٔ فضای اجتماعی، فرصت‌های شکل‌گیری هویت در چارچوب‌های مشخص و از پیش تعریف‌شده را به‌طور قابل‌توجهی محدود می‌کند. به بیان بوردیو، فضای اجتماعی اساساً برپایهٔ سرمایه شکل گرفته است؛ و ترکیب دو نوع سرمایهٔ فرهنگی و اقتصادی، منجر به ایجاد گروه‌هایی با سطوح متفاوتی از این دو سرمایه می‌شود. این گروه‌بندی‌ها دارای نظام‌های ارزشی مشابه و ذائقه‌ها و سلایق نزدیک به‌هم هستند و به‌طورکلی می‌توان گفت که سبک زندگی مشابهی را به اشتراک می‌گذارند؛ در این دیدگاه، عنصر مرکزی برپایهٔ عادت‌واره‌ها شکل می‌گیرد. بوردیو در کتاب تمایز که دربارهٔ 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 باوجود رقابت با یکدیگر، هم‌صدا عمل می‌کنند تا نهضتی را ایجاد کنند که درنهایت منجر به خلق و تحمیل تصاویری ساختگی به جامعه شود؛ جامعه‌ای که تحت‌تأثیر این تصاویر جذاب و نوظهور رسانه‌ای به‌سمت تغییرات اساسی و فاصله‌گیری از فرهنگ سنتی خود حرکت می‌کند. این تغییرات، جامعه را به‌سوی 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 کالایی‌شدن بدن در جوامع مدرن اشاره دارد که به‌شکل سرمایهٔ فیزیکی نمود پیدا می‌کند. بوردیو معتقد است که تولید این سرمایهٔ فیزیکی وابسته به رشد و توسعهٔ بدن است؛ به‌طوری‌که بدن به‌عنوان حامل ارزش در حوزه‌های اجتماعی مطرح می‌شود. براساس نظر بوردیو، بدن به‌عنوان شکل کلی سرمایهٔ فیزیکی، حامل منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متفاوت

است. تبدیل سرمایهٔ فیزیکی درواقع به‌معنای تفسیر و بازتاب حضور بدنی براساس انواع مختلف سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) در حوزه‌هایی مانند کار، اوقات فراغت و غیره است. بوردیو با نگاه به بدن به‌عنوان یک سرمایهٔ فیزیکی، هویت افراد را با ارزش‌های اجتماعی مرتبط با اندازه، شکل و ظاهر بدن تطبیق می‌دهد (شیلینگ[۱۳]، ۱۹۹۳). درواقع، برداشت بوردیو از بدن به‌عنوان شکلی از سرمایهٔ فیزیکی و مادی است که مشابه همان مفهومی است که دیگران آن‌را -بدن متمدن شده- می‌نامند. در هر دو دیدگاه، رابطه‌ای میان رشد و توسعهٔ 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 کالایی‌شدن بدن را در راستای سرمایه اندوزی به‌عنوان امری عادی معرفی می‌کند (قادری و سیفی، ۱۳۹۲). درنهایت، بوردیو معتقد است که افراد براساس سطح آگاهی و شناختی که از محیط پیرامون خود دارند، تصمیم‌گیری می‌کنند و کسانی‌که 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 نشان‌دادن برتری فرد نسبت به دیگران است.

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

یکی از انواع سرمایه که در سال‌های اخیر موردتوجه قرار گرفته، سرمایهٔ جنسی است که کاترین حکیم آن‌را مطرح کرده است. او بدن را به‌عنوان دارایی فردی مورد بررسی قرار داده و سرمایهٔ 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 (حکیم، ۲۰۱۱: ۱۵). به بیان دیگر، سرمایهٔ جنسی نشان‌دهندهٔ جنبه‌ای از زندگی است که در آن زنان بدون تردید نسبت به مردان از مزیت بیشتری برخوردارند (صادقی‌فسائی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۳).

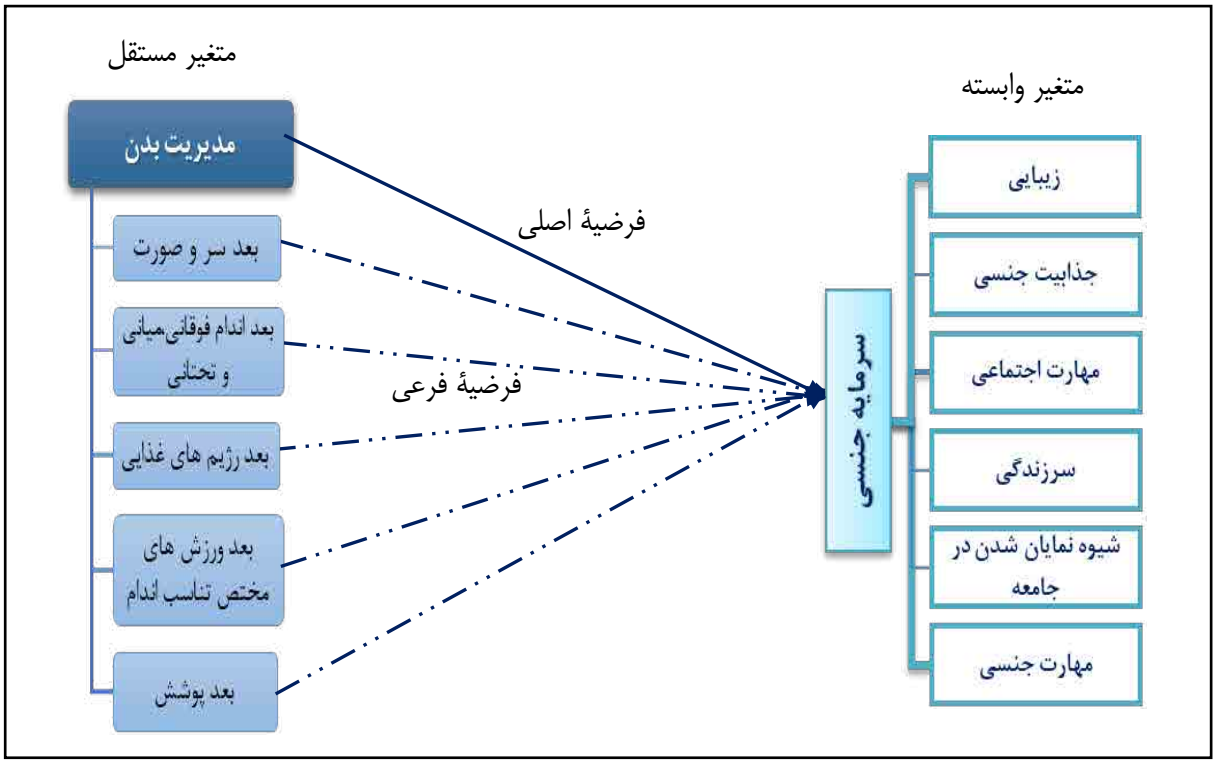
حکیم برای این سرمایه شش مؤلفه درنظر گرفته است: ۱) زیبایی اولین و محوری‌ترین مؤلفه است. زیبایی در هر فرهنگ و هر دورهٔ زمانی مصادیق گوناگون دارد؛ علاوه‌بر آن، سلیقهٔ شخصی نیز در این امر دخالت دارد. ۲) دومین مؤلفه جذابیت جنسی است. منظور از جذابیت جنسی توانایی برانگیزانندگی میل جنسی طرف مقابل است؛ به بیان دیگر، جذابیت جنسی عمدتاً ماهیتی اجتماعی دارد و در رفتارهای افراد در قالب‌هایی مانند نحوهٔ 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 جلب‌توجه 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 پرانرژی، مثبت‌اندیش و امیدوار هستند و در مهمانی‌ها به‌عنوان مایهٔ نشاط و شادی شناخته می‌شوند. ۵) مؤلفه دیگر به شیوهٔ 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 این‌طریق جایگاه اجتماعی و سبک زندگی افراد به‌نمایش گذاشته می‌شود. ۶) آخرین مؤلفه مربوط به مسائل جنسی است که شامل: مهارت‌های جنسی، انرژی، تخلیهٔ 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).

نتیجهٔ ترکیب شش مؤلفه ذکر شده، سرمایهٔ جنسی هر فرد را شکل می‌دهد. این سرمایه شامل مهارت‌هایی است که یا یاد گرفته شده یا به مرور تقویت می‌شوند. علاوه‌بر این، حکیم معتقد است که زنان به‌طور طبیعی سرمایهٔ

جنسی بیشتری نسبت به مردان دارند و این موضوع ممکن است به‌عنوان راهبردی جمعی برای توانمندسازی زنان عمل کند؛ از این‌رو، از دیدگاه حکیم، سرمایهٔ جنسی به‌عنوان ابزاری برای قدرت تلقی می‌شود که زنان برای مقابله با نابرابری‌های جنسی از آن بهره می‌برند (صادقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۷-۳۸).

به‌طورکلی، ویژگی‌های سرمایهٔ جنسی از منظر حکیم شامل مواردی مانند: الف) قابلیت تبدیل این سرمایه به سایر انواع سرمایه‌ها؛ ب) انتخابی بودن سرمایهٔ جنسی به‌عنوان یک رفتار، به این‌معنا 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 رابطهٔ مستقیم و معنادار بین افزایش رفاه و ارتقائ ارزش سرمایهٔ جنسی. شایان‌ذکر است که جذابیت‌های جنسی می‌تواند تحت‌تأثیر 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 حوزهٔ زیبایی، استانداردهای زیبایی را به‌طور مستمر تغییر داده و افزایش می‌دهد و توقعات برای داشتن ظاهری جذاب در سنین مختلف را بالا می‌برد (بهیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۱-۱۵۲). حکیم بر این باور است که در جوامع مدرن، به‌واسطهٔ افزایش رفاه، توسعهٔ اقتصادی، نقش پررنگ رسانه‌ها و اهمیت یافتن فراغت و تفریح، ارزش سرمایهٔ جنسی در شهرهای بزرگ و چندفرهنگی افزایش یافته است؛ درحالی‌که در جوامع سنتی، ازدواج بیشتر به عواملی مانند جایگاه و طبقهٔ اجتماعی، موقعیت خانوادگی و مذهب وابسته بود، در جوامع مدرن، سرمایهٔ جنسی بالاتر نقش مهم‌تری در افزایش فرصت‌های ازدواج برای زنان و مردان ایفا می‌کند (بادین‌فکر و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۹).

سرمایهٔ جنسی، باوجود داشتن یک روند نسبتاً طولانی در تحول و توسعه، به‌دلیل 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.



شکل ۱: مدل مفهومی مدیریت بدن(بوردیو) و سرمایهٔ جنسی(کاترین حکیم)، (نگارندگان، ۱۴۰۰).

Fig. 1: The conceptual model of body management (Bourdieu) and (erotic capital) Catherine Hakim (Authors, 2021).

باتوجه به آن‌چه که در سطور قبل و مدل مفهومی بیان شد، فرضیه‌های این تحقیق این‌گونه بیان می‌شود.
۱. بین میزان مدیریت بدن و میزان سرمایهٔ جنسی رابطهٔ معنادار وجود دارد.
۲. بین میزان مدیریت سرو صورت و میزان سرمایهٔ جنسی رابطه وجود دارد.
۳.بین میزان اندام فوقانی و میزان سرمایهٔ جنسی رابطه وجود دارد.
۴. بین میزان رژیم‌های غذایی و میزان سرمایهٔ جنسی رابطه وجود دارد.
۵.بین میزان ورزش دادن تناسب اندام خاص و میزان سرمایهٔ جنسی رابطه وجود دارد.
۶. بین میزان پوشش و میزان سرمایهٔ جنسی رابطه وجود دارد.
۷. میزان مدیریت بدن و میزان سرمایهٔ جنسی برحسب متغیرهای زمینه‌ای با هم تفاوت معناداری دارند.

۴.روش‌شناسی پژوهش

در این تحقیق از روش کمّی، راهبرد پیمایش و ابزار پرسشنامهٔ استانداردشده مبتنی‌بر طیف لیکرت بهره برده شده است. هدف این پژوهش کاربردی، مقطعی، توصیفی و همبستگی بوده است. جامعهٔ آماری این تحقیق دانشجویان زن رشتهٔ روان‌شناسی مؤسسات آموزش‌عالی غیرانتفاعی (سناباد گلبهار، خراسان، بهار، امام رضا (ع) و ...) شهر مشهد در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲هـ.ش. بوده‌اند که جهت برآورد حجم نمونه از فرمول نمونه‌گیری کوکران استفاده شد. درنهایت ۲۵۳پرسشنامه به‌صورت قطعی اطلاعات آن وارد نرم‌افزار شده است. نمونه‌گیری به‌صورت خوشه‌ای تصادفی به‌صورت دو مرحله‌ای انجام شد. در این پژوهش، بدین‌صورت عمل شده است: ابتدا جامعهٔ آماری به خوشه‌هایی تقسیم می‌شود؛ سپس، تعدادی از این خوشه‌ها به‌صورت تصادفی انتخاب می‌شوند. چون درنظر داشته‌ایم نگرش دانشجویان را درمورد موضوع بررسی شوند، ابتدا مؤسسات آموزش‌عالی غیرانتفاعی که دارای رشتهٔ روان‌شناسی در سال تحصیلی موردنظر بوده‌اند، به‌عنوان خوشه درنظر قرار داده شد، سپس چند دانشگاه را که این رشته‌های را دایر داشته‌اند به‌صورت تصادفی انتخاب شده‌اند، و براساس حجم نمونهٔ موردنظر یافته‌های در بین دانشجویان جمع‌آوری شد. سطح تحلیل این پژوهش در سطح خُرد انجام‌شده و واحد تحلیل و مشاهده فرد درنظر گرفته شده است. ازپیش آزمون جهت روایی و اعتبار سؤالات بهره برده شد، و برخی از سؤالات اصلاح و بازنگری گردید.

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

- **مدیریت بدن:** عبارت از یک تلاش منطقی برای کنترل ظاهر بیرونی ازطریق انتخاب لباس و رفتارهایی است که ظاهر شخصی را تغییر می‌دهند. این تلاش‌ها، برای انعکاس استانداردهای ایده‌آل زیبایی انجام می‌شود (راد لنون، ۲۰۰۱؛ عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۸) و به‌معنای نظارت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است. این مفهوم به کمک معرف‌های کنترل وزن (ازطریق ورزش، رژیم غذایی و دارو) دست‌کاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی (استحمام روزانه، آرایش مو، آرایش اصلاح و صورت، استفاده از عطر و ادوکلن و دئودورانت، آرایش ناخن، و لنز رنگی برای خانم‌ها) به یک شاخص اساسی تبدیل شده است (آزادارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴). سؤالات مدیریت بدن زنان براساس پرسشنامهٔ صادقی‌فسائی و همکاران (۱۳۹۶) در پنج بُعد (سر و صورت، سایر قسمت‌های بدن، رژیم غذایی، ورزش‌های مختص تناسب اندام، پوشش) که درمجموع هر یک از ابعاد بین ۷ تا ۱۰گویه را شامل شده در قالب ۳۱سؤال به‌صورت طیف لیکرت ۱ تا ۵ با آلفای کرونباخ مبتنی‌بر همبستگی گویه‌ای که ضریب روایی کل طیف را مشخص می‌کند با مقدار ۰/۹۰ در تحقیق صادقی‌فسائی و همکاران (۱۳۹۶) به‌دست آمده است.

سرمایهٔ جنسی: این نوع سرمایه با موضوعاتی نظیر زیبایی، جذابیت جنسی، سرزندگی، ذکاوت، خوش‌پوشی، دلربایی، مهارت اجتماعی و مهارت جنسی را دربر گرفته است. سرمایهٔ جنسی آمیزه‌ای است از جذابیت‌های ظاهری و اجتماعی است. مسائل جنسی تنها بخشی از این سرمایه است؛ بخشی که به‌راحتی تحت عنوان چیزی صرفاً

مربوط به روابط نزدیک با دیگری از قلم انداخته می‌شود (حکیم، ۱۳۹۱: ۲۴). در این پژوهش براساس تحقیق صادقی‌فسائی و همکاران (۱۳۹۶) پرسشنامهٔ یادشده طراحی شده است؛ و سرمایهٔ جنسی با شش مؤلفه (زیبایی، جذابیت جنسی، مهارت اجتماعی، سرزندگی، شیوهٔ ظاهر شدن در جامعه، مهارت جنسی) که درمجموع بین ۳ تا ۸گویه هر یک از مؤلفه‌های داشته‌اند؛ در قالب ۳۰سؤال به‌صورت طیف لیکرت ۱ تا ۵ با مقدار آلفای ۰/۹۲ به‌دست آمده است. در جدول ذیل تعاریف عملیاتی مؤلفه‌ها به‌همراه گویه‌ها مشخص شده است.

جدول ۱: تعاریف عملیاتی مؤلفه‌های تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 1: Operational definitions of research components (Authors, 2025).

متغیر / مؤلفه‌ها		تعریف عملیاتی	گویه
مدیریت بدن	سر و صورت	استفاده از رنگ‌ها و شامپوها، کرم‌ها، 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 می‌دهم. من به فر کردن و صاف کردن موهایم اهمیت می‌دهم. استفاده از شامپوهای تقویت‌کننده و حاوی ویتامین، شامپوهای حالت‌دهنده و حجم‌دهنده، روغن‌های 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 کرم‌های سفیدکنندهٔ لایه‌بردار، کرم‌های آرایشی، ضد چروک و جوان‌کنندهٔ پوست و مصرف انواع پنکیک برای شما چقدر اهمیت دارد؟ استفاده از کرم‌های ضد آفتاب مرطوب‌کننده، 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، سایهٔ 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.
	ورزش‌های تخصصی تناسب اندام	انجام فعالیت‌های ورزشی و حرکتی جهت حفظ تناسب اندام	رفتن به باشگاه برای تناسب اندام و زیبایی برای شما مهم است. اسکیت، ایروبیک، شنا، رفتن به سونا و استفاده از جکوزی برای شما مهم است. انجام ورزش‌های هوازی مانند: کوهنوردی، راه رفتن، طناب زدن، نشستن و چمباتمه‌زدن برای شما مهم است. انجام یوگا و استفاده از تردمیل برای شما مهم است. اجرای رقص‌های مختلف تناسب اندام (زوم با، تانگو، پیلاتس و غیره) برای شما مهم است.
	اندام فوقانی، میانی، تحتانی	انجام استحمام و استفاده از لوازم بهداشتی و آرایشی و زینتی اعضای بدن	حمام کردن روزانه برای شما مهم است. استفاده روزانه از صابون‌ها و شامپوها و خوشبو کننده‌های بدن، استفاده از انواع اسپری‌ها و دئودورانت‌های ضد تعریق، استفاده از انواع عطر و ادکلن برای شما مهم است. استفاده از روغن‌های لاک بدن، استفاده از ژل‌های بدن و برنزه کردن بدن، بلند کردن ناخن‌ها و استفاده از ناخن‌های مصنوعی، استفاده از انواع لاک ناخن، استفاده از انواع لاک‌ها چقدر اهمیت دارد؟ مانیکور (تزئین ناخن دست)، پدیکور (تزئین ناخن پا)، استفاده از نوار و حلقه برای شما مهم است. استفاده از انواع زیورآلات، ساعت، دستبند، مچبند، انگشتر، دستبند، زنجیر، گوشواره و
	رژیم‌های غذایی	مصرف و استفاده از مواد غذایی، نوشیدنی، پروتئینی و دارویی در جهت افزایش و یا کاهش وزن	استفاده از انواع رژیم‌های غذایی برای کاهش وزن یا چاقی برای شما مهم است استفاده و مصرف انواع قرص‌های چربی سوز و قرص‌های کاهش اشتها، استفاده از گوشواره‌های مغناطیسی کاهش اشتها (لاغری) برای شما حائز اهمیت است. استفاده و مصرف انواع پودرها و مخلوط‌های چاق‌کننده مواد غذایی (کراتین و) استفاده و مصرف شربت‌ها و انواع اشتهاآور. مصرف انواع نوشیدنی‌های رژیمی برای شما مهم است. مصرف قرص‌های حاوی فلزات مختلف مانند آهن، روی و ویتامین‌های C، B و A ضروری است. استفاده و مصرف انواع داروهای گیاهی افزایش و کاهش اشتها، چاق‌کنندهٔ بدن و صورت ضروری است.

	بعد پوشش	نوع پوشش و رفتارهای پوششی (لباس، جوراب و پوشاک و...) فرد	پوشیدن ژاکت‌های کوتاه و لباس‌هایی که بدن را در آغوش می‌گیرند برای شما مهم است. پوشیدن شلوار جین و لباس کتان برای شما مهم است. برای شما مهم است که شلوار ساپورت، شلوار کوتاه، شلوار الاستیک بپوشید. پوشیدن جوراب کوتاه و شیشه‌ای برای شما مهم است. برای شما مهم است که روسری کوتاه و نازک بپوشید، فرم بپوشید و روسری را دور گردن بیندازید و پوشیدن شلوار جین تنگ در کناره و کناره یا شلوار جین چاق‌کننده مهم است.
سرمایهٔ جنسی	مهارت اجتماعی	انجام رفتارها، روابط اجتماعی و آدب و رسوم اخلاقی که فرد در تعامل با دیگران دارد	افراد جامعه برای زنان خوش اخلاق و شاداب ارزش بیشتری قائل هستند. با جذابیت زودتر به خواسته‌ها و اهداف خود می‌رسند. زنانی که روابط اجتماعی و عمومی قوی‌تری دارند در جامعه موفق ترند. رفتار و منش زنان در جامعه باید به‌گونه‌ای باشد که دیگران با آنان صمیمیت، صمیمیت و آرامش داشته باشند. نادیده گرفتن آداب اجتماعی به‌ویژه در رابطه با جنس مخالف توسط زنان و دختران در جامعهٔ ما باعث تنهایی، طرد و گوشه‌گیری آنان شده است.
	ظاهر شدن در جامعه	نحوهٔ استفاده از پوشاک و لوازم آرایشی و بهداشتی فرد در برابر دیگران که با جذابیت و کسب اعتبار از سوی دیگران همراه باشد	زنان و دختران جامعهٔ ما باید لباس‌های شیک، زیبا و شیک بپوشند و جذابیت و زیبایی خود را به خوبی نشان دهند. وقتی زنان و دختران جامعهٔ ما در جامعه ظاهر می‌شوند باید از انواع لوازم آرایشی (ریمل، سایه چشم، کرم‌های سفید کننده و ...) استفاده کنند. استفاده از عطر، ادکلن و زیور آلات (گردنبند، گوشواره، دستبند، النگو و...) باعث جذابیت بیشتر زنان و دختران جامعه و کسب اعتبار اجتماعی بالاتری می‌شود. در جامعهٔ 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 می‌تواند مهم باشد.
	سرزندگی	انجام رفتارها و اعمال نشاط برانگیز و انرژی‌زا از سوی فرد در مراسم‌های مختلف	جامعهٔ ما بیشتر به دختران و زنان پرانرژی توجه دارد. در مهمانی‌ها و جشن‌ها، زنان و دخترانی که پرشور و سرزنده هستند، فضا را گرم و سرزنده می‌کنند. 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 جامعهٔ ما از اهمیت بالایی برخوردار است.
	جذابیت جنسی	استفاده از لوازم آرایشی و بهداشتی جهت برخوردار بودن از جاذبه‌های جنسیتی از منظر دیگران	در جامعهٔ ما زنان با چشم‌های 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 جامعهٔ من به زیبایی اندام خود اهمیت زیادی می‌دهند. در جامعهٔ من، مردم برای زنان و دختران زیبا ارزش و احترام بیشتری قائل هستند. استفاده از رژ لب‌های غلیظ در بین دختران و زنان جامعهٔ ما باعث جذابیت و توجه بیشتر دوستان، آشنایان و سایر افراد جامعه می‌شود. در بین زنان و دختران جامعهٔ من داشتن اندام لاغر و لطیف مهم‌ترین عامل جذابیت است.
	زیبایی	به میدان‌ها و عرصه هایی اطلاق می‌گردد که افراد بتوانند از جذابیت و زیبایی خود جهت پیشرفت و موفقیت‌شان استفاده کنند	در جامعهٔ ما زنان و دختران زیبا در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی بیش از دیگران موفق هستند. در جامعهٔ امروزی زنان و دختران زیبا با آرایش به موفقیت‌های بیشتری در عرصه‌های مختلف جامعه دست می‌یابند. با توجه به شرایط کنونی جامعه، زنان جذاب، زیبا و آراسته نسبت به سایر زنان در کاریابی موفق‌تر هستند. در جامعهٔ ما زنان زیبای آرایش‌شده در تحصیلات دانشگاهی بیش از دیگران موفق هستند. برای دختران و زنان جامعهٔ ما زیبا بودن یکی از مهم ترین و با ارزش ترین مسائل زندگی است. برای جامعهٔ ما مهمترین عامل در انتخاب همسر برای مردان زیبایی و جذابیت زنان و دختران است. اکنون در جامعهٔ ما زنان و دختران برای زیباتر شدن باید در صورت لزوم تحت عمل جراحی زیبایی قرار گیرند. برای جامعهٔ زنان و دختران ما داشتن دندان‌های سفید و مرتب بیانگر زیبایی و جذابیت آن‌هاست.

	مهارت جنسی	استفاده و بهره‌مندی از شیوه‌های روابط سالم در حوزهٔ روابط جنسی و زناشویی در جهت تحکیم و پایداری نهاد خانواده	در جامعهٔ ما نشاط و شادابی زنان در روابط زناشویی و مسائل جنسی بین همسران بسیار مهم است. به‌نظر می‌رسد مصرف داروها و مواد تقویت‌کنندهٔ جنسی (قرص، پودر، شربت و ...) از محصولات بسیار مفیدی برای زنان جامعهٔ ما باشد که در صورت لزوم می‌تواند در تحکیم بنیان خانواده نقش موثری داشته باشد. سهل‌انگاری و سهل‌انگاری زنان جامعهٔ ما در زمینهٔ روابط زناشویی در چارچوب کانون خانواده باعث بروز مشکلات عدیده‌ای بین همسران می‌شود. به‌نظر می‌رسد کم‌توجهی برخی از زنان جامعه به کانون خانواده خطراتی مانند طلاق عاطفی، خیانت، طلاق، ازدواج مجدد همسر و ... را درپی داشته است. سردی زنان جامعهٔ 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 مؤلفه‌ها از نرم‌افزار Spss استفاده شده که نتایج آن در جدول ذیل قبل مشاهده و ارزیابی است.

جدول ۲: ضریب پایایی و تحلیل عاملی متغیرهای تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 2: Reliability coefficient and factor analysis of research variable (Authors, 2025).

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

در جدول بالا می‌توان مشاهده کرد که مقدار آلفای سرمایهٔ 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 ۸گویه از ۳۰گویه سرمایهٔ جنسی توانسته‌اند در این تحقیق در حدود ۶۸٫۹۲۲٪ از واریانس مرتبط با متغیر موردنظر 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 ۹گویه از ۳۱گویه این متغیر توانسته‌اند در حدود ۶۹٫۵۹۱٪ از واریانس متغیر ذکر شده را تبیین کنند. درنهایت، باتوجه 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 سرمایهٔ جنسی

برای انجام تحلیل عاملی مناسب هستند. به‌عبارت دیگر، مقادیر به‌دست آمده از این متغیرها برای تحلیل و تفسیر نتایج قابل‌قبول محسوب می‌شوند.

براساس نتایج آزمون کولموگروف و اسمینروف، جهت نرمال بودن متغیرهای پژوهش باید بیان کرد که برای متغیر سرمایهٔ جنسی مقدار این آزمون (۰/۲۰۰) بالاتر از سطح معناداری ۰/۰۵ به‌دست آمده، که بیانگر نرمال‌بودن داده‌های این متغیر را نشان می‌دهد؛ درحالی‌که نتایج نرم‌افزار نشان‌داده است که برای متغیر مدیریت بدن مقدار آزمون مذکور (۰/۰۰۱) کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ به‌دست آمده است و بیانگر غیر نرمال بودن داده‌ها را نشان می‌دهد. همچنین نمودار پراکندگی خطی سرمایهٔ جنسی و نمودار پراکندگی غیرخطی مدیریت بدن در نتایج استخراجی نرم‌افزاری نشانگر تأیید همین نتایج را برای محققین اثبات کرده است. بر این‌مبنا، باتوجه به این‌که میزان پراکندگی توزیع نمونه نسبت به توزیع نظری معنادار نبوده و توزیع صفت در نمونه با توزیع آن در جامعه نرمال نیست، تفاوت قابل‌توجهی بین فراوانی مشاهده شده و فراوانی موردانتظار وجود دارد (حبیب‌پورگتابی و صفری‌شالی، ۱۳۹۱: ۶۴۲). بر این‌اساس از آزمون‌های ناپارامتریک و روابط فرض همبستگی اسپیرمن در ادامهٔ کار استفاده خواهد شد.

۵. یافته‌های پژوهش

در تحقیق حاضر از بین شاخص‌های آمار توصیفی شاخص‌های فراوانی، درصد نسبی، میانگین متغیرها و مؤلفه‌ها، نتایج زیر به‌دست آمده است.

جدول ۳: توزیع فراوانی متغیرهای زمینه‌ای پاسخ‌گویان (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 3: Frequency distribution of respondents' background variables (Authors, 2025).

متغیرهای زمینه‌ای		فراوانی	درصد	متغیرهای زمینه‌ای		فراوانی	درصد
گروه سنی	تا ۲۰ سال	۱۳۲	۵۲/۲	بُعد 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		بی‌پاسخ	۷	۲/۸
	بی‌پاسخ	۴	۱/۶				
متغیرهای زمینه‌ای		**فراوانی**	**درصد**	**متغیرهای زمینه‌ای**		**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		بی‌پاسخ	۱۶	۶/۳
	متوسط روبه پایین	۵	۲/۱	وضعیت ازدواج	مجرد	۱۷۸	۷۰/۴
	بی‌پاسخ	۱۴	۵/۵		متأهل	۷۰	۲۷/۷
					بی‌پاسخ	۵	۱/۹

باتوجه به متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی در حدود ۷۲٪ دانشجویان در اظهارنظر خود موقعیت طبقهٔ اقتصادی را بالا بیان کرده‌اند؛ و در حدود ۷۰٪ بُعد خانوار بین ۳ الی ۵نفر اعلام کرده‌اند. دانشجویان مجرد به نسبت متأهلین بیشتر بوده؛ در همین ارتباط بیشتر از ۵۰٪ دانشجویان بین ۱۸ تا ۲۰ سال سن داشته‌اند؛ و دانشجویان مجرد به نسبت مزدوجین بیش از ۷۰٪ جمعیت موردمطالعه بوده‌اند. درنهایت اکثر دانشجویان درحدود ۶۶٪ غیرشاغل بوده‌اند.

جدول ۴: آماره‌های توصیفی متغیرها و مؤلفه‌های تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 4: Descriptive statistics of the variables and components of the research (Authors, 2025).

متغیرها و مؤلفه‌ها	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 رژیم‌های غذایی	فراوانی	۱۱۳	۱۲۳	۱۷	۳/۳۴۴۸	۱/۱۱۸۶۷
	درصد معتبر	۴۴/۷	۴۸/۶	۶/۷		
میزان ورزش‌های تخصص 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		
شیوهٔ 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		
سرمایهٔ جنسی	فراوانی	۳۵	۱۷۰	۴۸	۴/۴۶۶۹	۰/۷۵۷۲۳
	درصد معتبر	۱۳/۸	۶۷/۲	۱۹		

جدول ۴، نشان‌دهندهٔ توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان براساس دو متغیر اصلی و مؤلفه‌های مربوط به آن‌ها است. همان‌طورکه مشاهده می‌شود، نیمی از زنان جامعهٔ مورد بررسی در سطح متوسط به انجام فعالیت‌هایی مرتبط با مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در زندگی روزمرهٔ خود پرداخته‌اند. همچنین، در بین مؤلفه‌های متغیر مدیریت بدن، مؤلفه سر و صورت نسبت به سایر مؤلفه‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و درمیان مؤلفه‌های سرمایهٔ جنسی، میانگین مؤلفه سرزندگی بیشترین توجه را ازسوی پاسخ‌دهندگان به‌خود اختصاص داده است.

جدول ۵: فراوانی و آزمون مقایسهٔ میانگین متغیر مستقل و وابسته در بین دو گروه وضعیت ازدواج (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 5: Frequency and mean comparison test of the independent and dependent variable between the two marital status groups (Authors, 2025).

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

باتوجه به این‌که مقدار آمارهٔ F آزمون لون برای متغیر مدیریت بدن برابر با ۱/۱۳۸ و سطح معناداری (Sig) آن ۰/۲۸۷ است که بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، فرض برابری واریانس‌ها بین دو گروه وضعیت ازدواج (مجرد و متأهل) پذیرفته می‌شود؛ و از نتایج ردیف اول استفاده می‌شود. 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 معنی‌داری با یکدیگر نداشته و این دو گروه با سطح اطمینان ۹۵٪ در میانگین مدیریت بدن باهم مشابه هستند. درنهایت میانگین نمرهٔ مدیریت بدن در مجردها کمی بالاتر از متأهل‌هاست، اما این تفاوت ازنظر آماری معنادار نیست. این نشان می‌دهد که وضعیت ازدواج تأثیر قابل‌توجهی بر مدیریت بدن ندارد. ممکن است عوامل دیگری نقش مهم‌تری ایفاء کنند. باتوجه به نتایج جدول سطح معناداری (F) آزمون لون، سرمایهٔ 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-متأهل) این تحقیق پذیرفته می‌شود؛ بنابراین از نتایج ردیف اول استفاده می‌شود. همچنین باتوجه 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 متأهل (۴/۴۱۸۸) جامعهٔ موردمطالعه تفاوت معناداری باهم نداشته است، تأیید می‌شود و این دو گروه با سطح اطمینان ۹۵٪ در میانگین سرمایهٔ جنسی تفاوت ندارند. درنهایت میانگین سرمایهٔ جنسی در مجردها نیز بالاتر است، اما این تفاوت نیز معنادار نیست. این نتیجه حاکی از آن است که وضعیت ازدواج به‌تنهایی نمی‌تواند تفاوت‌های معناداری در سرمایهٔ جنسی ایجاد کند. شاید عوامل اجتماعی دیگری می‌تواند مؤثرتر باشد. درنتیجه یافته‌ها نشان می‌دهد که وضعیت ازدواج (مجرد یا متأهل) تأثیر آماری معناداری بر مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی ندارد. این ممکن است به‌دلیل همگنی فرهنگی نمونهٔ موردمطالعه یا محدودیت‌های روش‌شناختی (مانند: اندازهٔ نمونه یا ابزار اندازه‌گیری) باشد.[۱۴]

جدول ۶: آزمون تحلیل واریانس متغیرهای تحقیق با متغیر گروه سنی (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 6: Analysis of variance test of research variables with the age group variable (Authors, 2025).

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	۰/۷۲۹	۰/۵۳۶	تأیید نمی‌شود.
	درون‌گروهی	۱۸۹/۵۰۲	۲۴۵	۰/۷۷۳			
	کل	۱۹۱/۱۹۴	۲۴۸	–			
سرمایهٔ جنسی	بین گروهی	۱/۱۵۷	۳	۰/۳۸۶	۰/۶۶۷	۰/۵۷۳	تأیید نمی‌شود.
	درون‌گروهی	۱۴۱/۷۱۶	۲۴۵	۰/۵۷۸			
	کل	۱۴۲/۸۷۳	۲۴۸	–			

باتوجه به نتایج جدول ۶ که پیش‌تر آمده است؛ براساس مقدار آزمون F چون سطح معناداری برای متغیرهای مورد پژوهش (مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی) بزرگ‌تر از مقدار ۰/۰۵ است، فرض تفاوت میانگین‌ها گروه‌های سنی با متغیرهای اصلی این تحقیق تأیید نمی‌شود، زیرا نتایج ازنظر آماری معنادار نیست؛ این ممکن است نشان‌دهندهٔ همگنی نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در بین دانشجویان، صرف‌نظر از سن باشد. به‌عبارتی دیگر نتایج نشان از این است که برای همهٔ گروه‌های سنی، این دو متغیر همراه با ابعادش در زندگی اجتماعی می‌توانند از اهمیت یکسان برخوردار باشد. درنتیجه سن تأثیر قابل‌توجهی بر نگرش یا رفتارهای مرتبط با مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی ندارد؛ یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت سنی تأثیر معناداری بر مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در بین دانشجویان ندارد. این دو متغیر برای تمام گروه‌های سنی دانشجویان در جامعهٔ موردمطالعه اهمیت مشابهی دارند. درواقع، 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 همهٔ گروه‌های سنی موردمطالعه اهمیت یکسانی دارند و احتمالاً تحت‌تأثیر عوامل فرهنگی یا هنجارهای اجتماعی گسترده‌تری قرار گرفته‌اند.

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش در نرم‌افزار 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.

جدول ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی و فرعی تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 7: Pearson correlation coefficient between the main and secondary variables of the research (Authors, 2025).

متغیر/ مؤلفه‌ها مستقل	متغیر وابسته	شدت رابطه	سطح معناداری	دامنهٔ همبستگی	نتیجهٔ آزمون	نوع رابطه
میزان سر و صورت	میزان سرمایهٔ جنسی	۰/۳۳۷ **	۰.۰۰۰	متوسط	تأیید	مثبت
میزان اندام فوقانی، میانی، تحتانی		۰/۳۸۱**	۰.۰۰۰	متوسط	تأیید	مثبت
میزان رژیم‌های غذایی		۰/۲۶۶ **	۰.۰۰۰	ضعیف	تأیید	مثبت
میزان ورزش‌های تخصص تناسب اندام		۰/۳۲۴**	۰.۰۰۰	متوسط	تأیید	مثبت
میزان پوشش		۰/۴۳۹**	۰.۰۰۰	متوسط	تأیید	مثبت
میزان مدیریت بدن		۰/۴۷۴**	۰.۰۰۰	متوسط	تأیید	مثبت

** سطح معناداری ۰/۰۱ بوده است

جدول ۷، میزان و شدت رابطهٔ بین مدیریت بدن و مؤلفه‌های آن با متغیر سرمایهٔ جنسی بیانگر این است که کلیهٔ روابط تأیید شده است. مطابق جدول میزان رابطهٔ بین همهٔ متغیرها با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۱ با شدت متوسط و قابل‌ملاحظه است. تمامی ضرایب همبستگی (بین ۰/۲۶۶ تا ۰/۴۷۴) مثبت هستند، یعنی با افزایش توجه به مدیریت بدن، سرمایهٔ جنسی نیز افزایش می‌یابد. رژیم‌های غذایی کمترین تأثیر را بر سرمایهٔ جنسی داشته است؛ این ممکن است نشان‌دهد که رژیم‌های غذایی به‌تنهایی نقش کم‌رنگ‌تری در نمایش سرمایهٔ جنسی ایفا می‌کند. مؤلفه‌هایی مانند: سر و صورت (۰/۳۳۷)، اندام‌های فوقانی/میانی/تحتانی (۰/۳۸۱)، ورزش‌های تناسب اندام (۰/۳۲۴)، و پوشش (۰/۴۳۹)رابطهٔ متوسطی با سرمایهٔ جنسی دارند. این نشان می‌دهد که این عوامل در نمایش سرمایهٔ جنسی نقش قابل‌توجهی ایفاء می‌کنند. به‌ویژه، پوشش با بالاترین ضریب بیشترین تأثیر را دارد. درنهایت مدیریت بدن به‌عنوان یک متغیر کلی، قوی‌ترین رابطه را با سرمایهٔ جنسی دارد. این نشان می‌دهد که ترکیب تمامی ابعاد مدیریت بدن (مراقبت از ظاهر، پوشش، ورزش و رژیم) تأثیر بیشتری بر سرمایهٔ جنسی دارد؛ تا هر یک از مؤلفه‌ها به‌تنهایی.

درنهایت یافته‌ها تأیید می‌کنند که دانشجویان زن از مدیریت بدن (اعم‌از: ظاهر، پوشش و تناسب اندام) به‌عنوان ابزاری برای نمایش هویت جنسی و جذابیت اجتماعی استفاده می‌کنند. این مسئله، به‌ویژه در جوامعی که ظاهر و بدن به‌عنوان نماد هویت و منزلت اجتماعی تلقی می‌شود، پررنگ‌تر است. در همین ارتباط پوشش و اندام بیشترین تأثیر را بر سرمایهٔ جنسی دارند. این ممکن است، نشان‌دهندهٔ اهمیت مد و زیبایی‌شناسی ظاهری در نمایش جنسیت باشد در مقابل، رژیم غذایی کم‌اثرتر است، شاید چون تأثیر آن غیرمستقیم و بلندمدت‌تر است. درنتیجه تمامی ابعاد مدیریت بدن با سرمایهٔ جنسی رابطهٔ مثبت و معناداری دارند. پوشش و مدیریت اندام بیشترین نقش را دارند؛ این دو مؤلفه به‌عنوان ابزارهای کلیدی در نمایش سرمایهٔ جنسی عمل می‌کنند. امروزه مدیریت بدن، می‌تواند رابطهٔ مهمی با سرمایهٔ جنسی در جامعهٔ دانشجویی ما داشته باشد و در جامعهٔ موردمطالعه مراقبت از ظاهر نه‌تنها یک رفتار فردی، بلکه یک استراتژی اجتماعی برای افزایش جذابیت و منزلت جنسی محسوب می‌شود.

باتوجه به این‌که داده‌های این پژوهش همان‌طورکه در سطور قبل توضیح داده شد، نرمال نشده است، از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده می‌شود. در ادامهٔ تحلیل یافته‌ها مقدار رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و متغیرهای اصلی برحسب آزمون «فریدمن»[۱۵] بررسی خواهد شد که در جدول زیر می‌توان نتایج را مشاهده کرد.

جدول ۸: اولویت بندی مؤلفه‌ها (متغیر مستقل)در بین دانشجویان (نگارندگان، ۱۴۰۴).
Tab. 8: Prioritization of components (independent variable) among students (Authors, 2025).

متغیر	مولفه	میانگین	رتبه	ضریب فی	درجهٔ آزادی	سطح معناداری
مدیریت بدن	سر و صورت	۳/۶۱	دوم	۲۷۰/۱۹۲	۴	۰.۰۰۰
	اندام فوقانی، میانی، تحتانی	۳/۸۹	اول			
	رژیم‌های غذایی	۲/۳۵	چهارم			
	ورزش‌های تخصص تناسب اندام	۳/۰۴	سوم			
	پوشش	۲/۱۰	پنجم			

نتایج رتبه‌بندی متغیر مدیریت بدن در جدول بالا بیانگر این است که برای دانشجویان مؤلفه‌های مربوطه این‌گونه در زندگی‌شان در زمان جمع‌آوری اطلاعات حائز اهمیت بوده است. مؤلفه‌های پوشش، رژیم‌های غذایی، ورزش‌های تخصص تناسب اندام در حوزهٔ مدیریت بدن کمتر از میزان حد متوسط (۳/۵) براساس طیف لیکرت (۱ تا ۷) به‌دست آمده است. سایر مؤلفه‌ها میزان میانگین‌شان بالاتر از حد متوسط بوده است. نتایج مجذور کای برابر با ۲۷۰/۱۹۲ به‌دست آمده است که در سطح خطای کوچک‌تر ۰/۰۵ قرار دارد (P<05/0). این نتایج بیانگر این است که به‌لحاظ آماری با اطمینان ۰/۹۵ میانگین رتبهٔ مؤلفه‌ها مدیریت بدن تفاوت

معناداری برای پاسخ‌گویان داشته‌است. به‌عبارت دیگر، اولویت‌ها یا میزان توجه افراد به این مؤلفه‌ها به‌طور تصادفی نبوده و الگوی مشخصی وجود دارد. در همین ارتباط اندام فوقانی، میانی، تحتانی بالاترین میانگین (۳/۸۹) و رتبهٔ اول را دارد. این نشان می‌دهد که افراد بیشترین توجه را به مدیریت این بخش‌های بدن دارند. ممکن است این امر به‌دلیل تأثیرپذیری از استانداردهای اجتماعی زیبایی یا کارکردهای حرکتی این اندام‌ها باشد. پوشش کمترین میانگین (۲/۱۰) و رتبهٔ پنجم را دارد، که نشان‌دهندهٔ اهمیت کمتر آن در مقایسه با سایر مؤلفه‌هاست. شاید این نتیجه به‌دلیل هنجارهای فرهنگی یا سهولت دسترسی به پوشش مناسب باشد. مؤلفه میزان سر و صورت در مرتبهٔ دوم اهمیت دارد که بیانگر توجه زیاد به‌صورت در تعاملات اجتماعی و تصویر فردی در جهت زیبایی و جذابیت فرد را ازسوی دیگری نشان دهد. میزان ورزش‌های تخصصی تناسب اندام در رتبهٔ سوم نشان‌دهندهٔ تمایل متوسط به فعالیت‌های ورزشی هدفمند در بین دانشجویان بوده است؛ و مؤلفه میزان رژیم‌های غذایی در رتبهٔ چهارم اهمیت قرار دارد که احتمالاً به‌دلیل دشواری پای‌بندی به رژیم یا اولویت‌دهی به روش‌های دیگر مدیریت بدن، این مؤلفه را برای دانشجویان مورد این مرتبه قرار داده است. درنهایت باید اشاره کرد که آزمون فریدمن نشان‌داد که مؤلفه‌های مدیریت بدن از نظر اهمیت تفاوت معناداری دارند. اندام‌های حرکتی بیشترین توجه و پوشش کمترین توجه را دریافت کرده‌اند. این نتایج می‌تواند برای بازاریابی در حوزهٔ سرمایهٔ جنسی و سلامت و زیبایی مفید باشد.

۶. نتیجه‌گیری

در این پژوهش، داده‌های جمع‌آوری‌شده از ۲۵۳ دانشجوی زن نشان‌داد که ۷۲٪ از پاسخ‌دهندگان خود را متعلق به طبقهٔ اقتصادی بالا می‌دانستند و ۷۰٪ از آن‌ها در خانواده‌های ۳ تا ۵ نفره زندگی می‌کردند. بیشتر شرکت‌کنندگان مجرد (۷۰/۴٪) و در رشتهٔ روان‌شناسی مشغول به تحصیل بوده‌اند. میانگین سنی پاسخ‌دهندگان بین ۱۸ تا ۲۰ سال بود و در حدود ۶۶٪ از آن‌ها غیرشاغل بودند. باوجود این‌که ۷۲٪ دانشجویان بیان کرده‌اند که به پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا تعلق داشته‌اند، اما این متغیر تأثیر معناداری بر نتایج تحقیق نداشته است. این ممکن است به‌دلیل ماهیت خوداظهاری داده‌ها یا گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی در تمام طبقات اجتماعی باشد.

نتایج آزمون‌های آماری نشان‌داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های مجرد و متأهل در متغیرهای مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی وجود ندارد. همچنین، تفاوت سنی نیز تأثیر قابل‌توجهی بر این متغیرها نداشته است. این یافته‌ها حاکی از آن است که مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی برای تمامی گروه‌های سنی و وضعیت ازدواج در بین دانشجویان زن اهمیت یکسانی دارد و به‌عنوان بخشی از رفتارهای مصرفی نمایشی در زندگی روزمره نقش پررنگی ایفاء می‌کند. همچنین ممکن است این یافته‌ها نشان‌دهد که همگونی فرهنگی در بین نسل جوان تحت‌تأثیر رسانه‌ها و جهانی‌شدن، ارزش‌های مشترکی را درمورد زیبایی و جذابیت تقویت کند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در بین دانشجویان زن از اهمیت بالایی برخوردار است. نتایج آزمون همبستگی نشان‌داد که تمامی مؤلفه‌های مدیریت بدن (مانند: سر و صورت، اندام فوقانی/میانی/تحتانی، پوشش، و ورزش‌های تناسب اندام) با سرمایهٔ جنسی رابطهٔ مثبت و معناداری دارند. به‌ویژه، پوشش با ضریب همبستگی ۰/۴۳۹ بیشترین تأثیر را بر سرمایهٔ جنسی داشته است؛ درحالی‌که رژیم‌های غذایی با ضریب ۰/۲۶۶ 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 نشان‌داد که مؤلفه‌های سرزندگی و مهارت‌های اجتماعی در متغیر سرمایهٔ جنسی بالاترین رتبه را دارند، درحالی‌که در مدیریت بدن، مؤلفه‌های اندام و سر و صورت بیشترین اهمیت داشته است. این نتایج بیانگر آن است که مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی به‌عنوان بخشی از هویت اجتماعی دانشجویان زن، تحت‌تأثیر هنجارهای فرهنگی و اجتماعی قرار دارد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان‌داده که مدیریت بدن (شامل مؤلفه‌هایی مانند: سر و صورت، اندام، پوشش، و ورزش) با سرمایهٔ جنسی رابطهٔ 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)، سرمایهٔ جنسی در این پژوهش، نه‌تنها به جذابیت فیزیکی، بلکه به مهارت‌های اجتماعی و سرزندگی نیز مرتبط دانسته شده است.

در پژوهش حاضر، بُعد پوشش از ابعاد متغیر مدیریت بدن با ضریب همبستگی ۰/۴۳۹ بیشترین رابطه را بر سرمایهٔ جنسی داشته است. این یافته با نتایج «بادین‌فکر» و همکاران (۱۳۹۹) همخوانی دارد که نشان‌دادند 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 سرمایهٔ جنسی تأکید کرده‌اند که با یافته‌های این پژوهش همسو است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی تحت‌تأثیر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی قرار دارند. این نتیجه با پژوهش «میرفردی» 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 پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت بدن به‌عنوان یک استراتژی اجتماعی برای افزایش منزلت جنسی عمل می‌کند.

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

درحالی‌که برخی پژوهش‌های پیشین (مانند: طالبی‌دلیر و یعقوبی‌چوبری، ۱۴۰۱) بر جراحی زیبایی یا جامعهٔ 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 نشان‌دهند. پژوهش حاضر مؤلفه‌هایی مانند «سرزندگی» و «مهارت اجتماعی» را به‌عنوان بخشی از سرمایهٔ جنسی بررسی کرده است که در برخی پژوهش‌های پیشین (مانند: بنایی و همکاران، ۱۳۹۹) کمتر موردتوجه قرار گرفته بودند.

برخلاف پژوهش‌هایی که بر رژیم غذایی تأکید داشتند (مانند: خواجه‌نوری و مساوات، ۱۳۹۸)، یافته‌های پژوهش نشان‌داد که رژیم غذایی کمترین تأثیر را بر سرمایهٔ جنسی دارد. بسیاری از پژوهش‌های پیشین (مانند: عشورچریانی و همکاران، ۱۴۰۰) به روش کیفی انجام شده‌اند، درحالی‌که این پژوهش از روش کمّی 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 سرمایهٔ جنسی معنادار دانسته‌اند (مانند: پارسا و همکاران، ۱۴۰۰)، این پژوهش نشان‌داد که این متغیرها برای تمام گروه‌ها اهمیت یکسانی دارند. این ممکن است نشان‌دهندهٔ تغییرات فرهنگی در نسل جوان باشد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دانشجویان زن به‌طور معناداری از مدیریت بدن (مراقبت از صورت، اندام، پوشش و ورزش) به‌عنوان ابزاری برای نمایش سرمایهٔ جنسی استفاده می‌کنند. این نتیجه با نظریهٔ بوردیو همسو است که بدن را به‌عنوان «سرمایهٔ فیزیکی» می‌داند که می‌تواند به منزلت اجتماعی و تمایز طبقاتی منجر شود. به‌ویژه، تأکید بر پوشش (با بالاترین ضریب همبستگی ۰.۴۳۹) نشان‌دهندهٔ نقش بدن به‌عنوان نمادی از هویت اجتماعی است، همان‌طورکه بوردیو در کتاب تمایز به آن اشاره کرده است. در جامعهٔ مصرفی، بدن به کالایی تبدیل شده که ارزش آن در گرو نمایش ظاهری است. دانشجویان با مدیریت بدن، سعی‌در افزایش سرمایهٔ جنسی خود دارند تا در میدان اجتماعی (مانند: محیط دانشگاه یا روابط بین‌فردی) موقعیت بهتری کسب کنند؛ به‌عبارت دیگر،

نتایج نشان می‌دهد که مدیریت بدن، نَه یک انتخاب فردی، بلکه یک اجبار اجتماعی است. فشارهای ناشی از هنجارهای زیبایی، رسانه‌ها، و گروه‌های هم‌سالان، دانشجویان را به‌سمت مصرف‌گرایی و نمایش بدن ایده‌آل سوق می‌دهد. این امر با نظریه‌های جامعه‌شناسی مصرف و فرهنگ سرمایه‌داری همخوانی دارد و بدن را به‌عنوان میدان نابرابری تعریف می‌نماید.

یافته‌های پژوهش مؤید این است که مؤلفه‌های سرمایهٔ جنسی (مانند: سرزندگی، جذابیت جنسی و مهارت‌های اجتماعی) با مدیریت بدن ارتباط مستقیم دارند. حکیم، سرمایهٔ 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، سرمایهٔ جنسی به‌عنوان یک «ابزار قدرت» عمل می‌کند. دانشجویان با تقویت مؤلفه‌هایی مانند سرزندگی با میانگین ۴/۶۰ و جذابیت جنسی، سعی‌در بهبود موقعیت خود در روابط و محیط‌های اجتماعی دارند؛ به‌عبارت دیگر، سرمایهٔ جنسی به‌عنوان سرمایهٔ چهارم که ناشی از ایدهٔ کاترین حکیم بوده است، و مبنی‌بر تکمیل سرمایه‌های سه‌گانه (اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی) بوردیو است؛ برای مطالعات اجتماعی و فرهنگی حال جامعهٔ 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 تحت‌تأثیر الگوهای جهانی زیبایی قرار دارند. این امر می‌تواند به ازخودبیگانگی فرهنگی و کاهش تنوع معیارهای زیبایی محلی منجر شود. علاوه‌بر این از یافته‌ها می‌توان دریافت که از یک‌سو، سرمایهٔ جنسی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای توانمندسازی زنان در عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی عمل تلقی شوند؛ و از سوی دیگر، ممکن است به ابزاری‌شدن بدن و تقویت نابرابری‌های جنسیتی بی‌انجامد.

در سطور قبل این پژوهش اشاره به این شده است که در مقالهٔ «فاتحی» و «اخلاصی» (۱۳۸۷) بیان کرده‌اند که مدیریت بدن در تعارض با هنجارهای دینی جامعهٔ ایران است، اما یافته‌های پژوهش نشان‌داده که دانشجویان به‌رغم این تعارض، به‌صورت فعالانه از این ابزارها استفاده می‌کنند. این ممکن است نشان‌دهندهٔ تغییر در ارزش‌های نسل جوان تحت‌تأثیر 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 درپیش می‌گیرند. برخلاف نظریهٔ حکیم که سرمایهٔ جنسی را وابسته به سن می‌داند، یافته‌های این تحقیق نشان‌داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی و وضعیت تأهل در مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی وجود ندارد. این ممکن است به‌دلیل همگنی فرهنگی جامعهٔ موردمطالعه (دانشجویان) باشد.

درنهایت باید تفسیر کرد که:

- یافته‌ها تأیید می‌کنند که مدیریت بدن، نَه 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 روی‌می‌آورند. این تفسیر با نظریهٔ بوردیو دربارهٔ «عادت‌واره‌های طبقاتی» سازگار است.
- نتایج نشان می‌دهد که سرمایهٔ 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 سرمایهٔ جنسی راهی برای توانمندسازی زنان می‌داند.
- تأثیر پوشش و اندام بر سرمایهٔ جنسی، بازتابی از تأثیر رسانه‌ها و فرهنگ مصرفی جهانی است. این تفسیر با نظریهٔ بوردیو دربارهٔ «یکسان‌سازی فرهنگی» همخوانی دارد.

درنهایت می‌توان بیان کرد یافته‌های پژوهش نشان‌داده است که مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی در بین دانشجویان زن، نه‌تنها یک رفتار فردی، بلکه یک پدیدهٔ اجتماعی است که تحت‌تأثیر عوامل فرهنگی، اقتصادی، و رسانه‌ای شکل می‌گیرد. این یافته‌ها از نظریه‌های بوردیو و حکیم حمایت می‌کنند، اما همچنین نشان‌دهندهٔ

تغییرات در نگرش نسل جوان نسبت به هنجارهای سنتی است. در همین‌راستا، مهم‌ترین پیشنهادهای اقدام‌پژوهانه و کاربردی درخصوص این موضوع برای جوانان جامعهٔ ایرنی بالأخص دانشگاهی می‌توان مطرح کرد:

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

– توسعهٔ برنامه‌های رسانه‌ای آگاه‌ساز: تولید محتواهای 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 سرمایهٔ جنسی.

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

تمام این پیشنهادها می‌توانند به کاهش پیامدهای منفی مدیریت بدن (مانند: اضطراب اجتماعی یا کاهش عزت‌نفس) و تقویت رویکردهای متوازن به سرمایهٔ جنسی کمک کنند.

سپاسگزاری

در پایان نویسندگان برخود لازم می‌دانند که از داوران ناشناس نشریه با نظرات ارزشمند خود به غنای متن مقاله افزودند، قدردانی نمایند.

درصد مشارکت نویسندگان

در نگارش مقاله هر دو نویسنده به یک‌میزان مشارکت داشته‌اند.

تضاد منافع

نویسندگان ضمن رعایت اخلاق نشر در ارجاع‌دهی و دقیق بودن آن در متن و انتهای مقاله، نبود تضاد منافع را اعلام می‌دارند.

پی‌نوشت

1. Bourdio
2. Erotic Capital
3. Hakim
4. Hayward
5. Physical Capital
6. Watson & Nettelton
7. Martin & Robina
8. Roubal & Cirkaov
9. Roubal
10. Requena
11. Waters
12. Luo
13. Shilling

۱۴. نکتهٔ حائز اهمیت این‌که در بین متغیرهای زمینه‌ای مورد بررسی وضعیت اشتغال، رشتهٔ تحصیلی تفاوت میانگین معناداری بر ای متغیرهای تحقیق نداشتند.

15. Friedman Test

کتابنامه

– آزادارمکی، تقی؛ و چاوشیان، حسن، (۱۳۸۱). «بدن به مثابه رسانه هویت». جامعه‌شناسی ایران، ۴ (۴): ۵۷–۷۵.

- بادین‌فکر، محمدجواد؛ بدره، محسن؛ اکبری‌خضری، صابر، (۱۳۹۹). «تحلیل محتوای کمی سرمایهٔ جنسی در آگهی‌های تبلیغات رسانه ملی». نامه فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، ۵ (۱): ۲۵۲-۲۱۷. https://doi.org/10.30497/LCC.2021.240006.1019

- بنایی، الهه؛ اصغرپورماسوله، احمدرضا؛ و کرمانی، مهدی، (۱۳۹۹). «پدیدارشناسی سرمایهٔ جنسی: بررسی کیفی در تجربهٔ زیستهٔ زنان جوان قشر متوسط در شهر مشهد». جامعه‌شناسی کاربردی دانشگاه اصفهان، ۳۱ (۸۰): ۷۳-۹۲. https://doi.org/10.22108/jas.2020.119654.1809

- بهار، مهری؛ و وکیلی‌قاضی‌جهانی، محمدرضا، (۱۳۹۱).«تحلیل گفتمان جراحی‌های زیبایی صورت». زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۹ (۱): ۹۲-۶۳.

- بهیان، شاپور؛ زرندی، مرجان؛ و امامی، پریرخ، (۱۳۹۴). «بررسی مؤلفه‌های سرمایهٔ جنسی در رمان‌های پر تیراژ فارسی». مجلهٔ علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۹ (۲۹): ۱۴۳-۱۶۶. https://sanad.iau.ir/Journal/ssq/Article/1036489

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

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

- پارسا، اقدس؛ هاشمیان‌فر، سیدعلی؛ و حقیقتیان، منصور، (۱۴۰۰). «بررسی سرمایهٔ جنسی ورابطهٔ آن با سرمایهٔ اجتماعی زنان شهر اصفهان». مجلهٔ علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۱۵ (۵۴): ۱۳۷-۱۲۱. https://sanad.iau.ir/fa/Journal/ssq/Article/1036126

- حبیب‌پورگتابی، کرم؛ و صفری‌شالی، رضا، (۱۳۹۰). راهنمای جامع کاربردی Spss در تحقیقات پیمایشی. چاپ سوم، تهران: نشر لویه و انتشارات متفکران.

- حسینی، محمدرضا؛ علی‌نژاد، منوچهر؛ و پیری‌نژاد، محمد، (۱۳۹۷). «مصرف‌گرایی و عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر آن در بین جوانان شهر تهران». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۷ (۱۳): ۳۷-۵۹. https://doi.org/10.22084/csr.2018.12504.1237

- حکیم، کاترین، (۱۳۹۱). سرمایهٔ جنسی و نقش آن در مناسبات قدرت جامعه. ترجمهٔ ژیلا سرابی، نشر اینترنتی. www. Ketabnak.com

- خواجه‌نوری، بیژن؛ و مساوات، ابراهیم، (۱۳۹۸). «مطالعهٔ رابطهٔ سبک زندگی و رفتار مصرف‌کننده (مطالعهٔ موردی: زنان متأهل شهر شیراز)». مجلهٔ زن و جامعه دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، ۱۰ (۳۸): ۲۸۳-۳۰۲. https://jzvj.marvdasht.iau.ir/article_3570.html

- صادقی‌فسایی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ و رضایی، حسین، (۱۳۹۵). «مطالعه جامعه‌شناختی مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی زنان (موردمطالعه زنان دهه ۴۰ شهر همدان)». مطالعات علوم اجتماعی (تغییرات اجتماعی)دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال، ۱۳ (۵۱): ۳۳-۵۱. https://sanad.iau.ir/Journal/aukh/Article/1074982

- صادقی‌فسایی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ رضایی، حسین، (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن زنان متولد دههٔ ۶۰ (مطالعه کیفی زنان شهر همدان)». توسعهٔ اجتماعی و فرهنگی، ۵ (۱): ۶۱-۳۷. http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-278-fa.html

- صادقی‌فسایی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ و رضایی، حسین، (۱۳۹۶). «مطالعه جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارزش سرمایهٔ جنسی در بین زنان (مورد مطالعه زنان دهه ۶۰ شهر همدان)». مطالعات اجتماعی و روانشناختی زنان دانشگاه الزهرا(س)، ۱۵ (۳): ۱۰۱-۱۴۴. https://doi.org/10.22051/jwsps.2017.11260.1267

- طالبی‌دلیر، معصومه؛ و یعقوبی‌چوبری، علی، (۱۴۰۱).«فراتحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به

جراحی زیبایی در ایران». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱ (۲۰): ۲۲۵-۲۶۰. https://doi.org/ 10.22084/csr.2022.25467.2042

- عباس‌زاده، محمد؛ محمودمولاییکرمانی، بتول؛ و اقدسی‌علمداری، فرانک، (۱۳۹۳). «مطالعه جامعه‌شناختی نقش مداخله گرایانه متغیر پذیرش اجتماعی در تأثیرگزاری رسانه‌ها بر گرایش زنان به زیبایی با عمل جراحی». زن و جامعه، ۵ (۳): ۴۷-۶۶.

- عشورچریانی، مریم؛ ماهروزاده، طیبه؛ رهنما، اکبر؛ و صمدی، پروین، (۱۴۰۰). «نقد و بررسی نظریه سرمایهٔ جنسی براساس آموزه‌های اسلامی و اشارات آن برای تربیت جنسی زنان و دختران». پژوهش در مسائل تعلیم و تبیت اسلامی دانشگاه امام حسین(ع)، ۲۹ (۵۳): ۲۰۹-۲۳۹. https://iej.ihu.ac.ir/article_206960.html

- فاتحی، ابوالقاسم؛ و اخلاصی، ابراهیم، (۱۳۸۷).«مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن». مطالعات راهبردی زنان فصلنامه شورای فرهنگی و اجتماعی زنان، ۱۱ (۴۱): ۹-۴۲. https://www.jwss.ir/article_16615.html

- قادری، طاهره؛ و سیفی، مریم، (۱۳۹۲). «عوامل مرتبط با مدیریت نمایشی بدن». برنامه ریزی رفاه و توسعهٔ اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ۴ (۱۷): ۶۹-۱۰۴. https://doi.org/10.22054/qjsd.2013.3226

- کافی، سیده فاطمه، (۱۳۹۳). «تأثیر انواع سرمایه بر گرایش مردم به استفاده از سرمایهٔ جنسی در مناطق ۳ و ۱۶ تهران». پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی، دانشکدهٔ علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا، تهران (منتشر نشده).

- کبیری، افشار؛ و قربان‌علیزاده، مینا، (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه‌شناختی گرایش دختران جوان به مصرف لوازم آرایشی، مطالعه دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور ارومیه». دانش انتظامی آذربایجان غربی، ۶ (۱۹): ۵۳-۷۱.

- میرفردی، اصغر؛ و صفرپور، مینا، (۱۴۰۰). «تحلیل تماتیک استفاده دانشجویان دختر از لوازم و الگوهای آرایشی نوین». زن و جامعه دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، ۱۳ (۴۹): ۱۱۹-۱۳۴. https://doi.org/ 10.30495/jzvj.2022.25588.3321

References

- AshouriCheryani, M., Mahrouzadeh, T., Rahnama, A. & Samadi, P., (2022). “Critique of the Components of the Theory of erotic Capital Based on Islamic Teachings and Its Implications for the erotic Education of Women and Girls”. *the scientific journal of Research in Islamic Education,* 9 (53): 209-239. https://doi.org/20.1001.1.22516972.1400.29.53.7.3 (in Persian)

- Babaiefard, A., Yoosefifar, T. & Amjadi, Z., (2021). “Social factors affecting women's tendency to body management in Qom”. *Journal of Iranian Cultural Research*, 13(53): 119-145. https://doi.org/10.22035/JICR.2020.2454.2896 (in Persian)

- Badinfekr, M. J., Badreh, M. & Akbarikhezri, S., (2020). “Quantitative content analysis of erotic capital in national TV advertisements”. *Journal of The Letter of Culture and Communication*, 5 (1): 217-252. https://doi.org/10.30497/lcc.2021.240006.1019 (in Persian)

- Bahar, M. & Vakili Ghazi Jahani, R., (2011). “Analyzing The Discourse of Beauty Surgeries On The Face”. *Women in development and politics*, 9(1): 63-92. https://jwdp.ut.ac.ir/article_22493.html (in Persian)

- Banaee, E., Asgharpourmasouleh, A. R. & Kermani, M., (2021). “The Phenomenology of Erotic Capital: A Qualitative Study of the Middle-Class Young Women in Mashhad City”. *Journal of Applied Sociology*, 31 (80): 73-92. https://doi.org/10.22108/jas.2020.119654.1809 (in Persian)

- Behian, SH., Zarandi, M. & Imami, P., (2017). "Check broadsheet Persian capital components sex novels". *Social Science Quarterly,* 9 (29): 143-166. https://sanad.iau.ir/Journal/ssq/Article/1036489 (in Persian)

- Bourdieu, P, (2012). *Distinction: a social critique of the judgement of taste.* Translation: Hassan shavoshian. Tehran: Sales Publication. (in Persian)

- Bourdieu, P., (2010). *Theory of action: practical reasons and rational choice*. translation: Morteza Mardiha, Tehran: Naqhshe & Negar. (in Persian)

- Fatehi, A. & Ekhlasi, E., (2008). "Body management and its relationship with social acceptance of body (A case study of Shirazi women)". *Women and Family's Socio-Cultural,* 11(41): 9-42. https://www.jwss.ir/article_16615.html (in Persian)

- Ghaderi, T. & Seyfi, M., (2013). "Factors Related to Impression Management". *Social Development and Welfare Planning,* 4(17): 69-104. https://doi.org/10.22054/qjsd.2013.3226 (in Persian)

- Habibpour Gatabi, K. & Safari Shali, R., (2011). *Comprehensive Manual for Using SPSS in survey research.* Tehran: Nashr Loyeh publication. (in Persian)

- Hakim, C., (2011). *Erotic capital and its role in society's power relations.* translated by Zhila Sarabi, online publication. www.Ketabnak.com (in Persian)

- 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

- Hosseini, M. R., Alinezhad, M. & Pirinezhad, M., (2017). "Consumerism and the sociological factors affecting it among the youth of Tehran". *Journal of contemporary sociological research,* 7(13): 37-59. https://doi.org/10.22084/csr.2018.12504.1237 (in Persian)

- Kabiri, A. & Ghorbanalizadeh, M., (2019). "Sociological analysis of the tendency of young girls to use cosmetics (a case study of female students of Urmia city)". *West Azerbaijan Police Science Quarterly,* 6(19): 53-71. (in Persian)

- Kafi, S. F., (2013). "The effect of types of capital on the tendency of people to use erotic capital in the 3rd and 16th districts of Tehran". Master's Thesis in Sociology, Faculty of Social and Economic Sciences, Al-Zahra University, Tehran, Ministry of Science, Research and Technology. (in Persian)

- Khajhenoori, B. & Mosavat, E., (2019). "The Study of Relationship Between Life Style and Consumer Behavior (Case Study: Married Women of Shiraz)". *Journal of Woman and Society,* 10(38): 283-302. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20088566.1398.10.38.13.4 (in Persian)

- Luo, W., (2013). "Aching for the altered body: beauty economy and Chinese women's consumption of cosmetic surgery". *Women's Studies International Forum,* 38 (1): 1-10. https://doi.org/10.1016/j.wsif.2013.01.013

- 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

- Mirfardi, A. & Safarpour, M., (2022). "The Thematic Analysis of Use of Modern Cosmetics Patterns and Accessories among Female Students of University". *Quarterly Journal of Woman and Society,* 13(49): 119-134. https://doi.org/110.30495/jzvj.2022.25588.3321 (in Persian)

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

- Parsa. A., Hashemianfar, S.A. & Haghighatian, M., (2021). "Investigating the erotic capital and its relation to social capital of women in the city of Isfahan". *Journal of Social Science*, 3 (15): 121-137. https://sanad.iau.ir/fa/Journal/ssq/Article/1036126 (in Persian)

- 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 perspective of the sociology of marketing communication". *Journal Marketing Identity,* 7(1): 706-716. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=871141

- Sadeghifasaei, S., Fazel, R. & Rezaei, H., (2017). "Sociological study of the relationship between body management and female sex capital (Case study: Women born in the 40th year of Hamedan city)". *Journal of Socio - Cultural Changes,* 13(51): 33-51. https://sanad.iau.ir/Journal/aukh/Article/1074982 (in Persian)

- Sadeghifasaei, S., Fazel, R. & Rezaei, H., (2017). "Sociological study of Relationship between Body Management and Women Value of Erotic Capital: Case Study of Women Born in 1980s in Hamedan City". *Journal of Women's Studies Sociological and Psychological,* 15 (52): 101-144. https://doi.org/10.22051/jwsps.2017.11260.1267 (in Persian)

- Sadeghifasaei, S., Fazel, R. & Rezaei, H., (2017). "Sociological investigation of the factors affecting the body management of women born in the 60(a qualitative study of women in Hamedan city)". *Scientific and Research Journal of Social and Cultural Development,* 5(1): 61-37. https://doi.org/10.22051/jwsps.2017.11260.1267 (in Persian)

- Shilling, C., (1993). *Body and Social Theory*. London: Sage Publication.

- Talebidalir, M. & Yaqoubi Choubari, A., (1401). "A meta-analysis of sociological factors affecting the trend towards cosmetic surgery in Iran". *Contemporary Sociology Research Quarterly,* 11(20): 225-260. https://doi.org/ 10.22084/csr.2022.25467.2042 (in Persian)

- 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