

بررسی رابطه بین سرمایه جسمانی و میزان پذیرش اجتماعی (جامعه آماری: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)

زهرا اسمعیل بیگی^۱
علی مرادی^۲

چکیده

مطالعه حاضر با هدف بررسی رابطه بین سرمایه جسمانی و پذیرش اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام در سال ۱۳۹۶ به روش پیمایشی انجام شد. چارچوب نظری آن هم بر اساس نظریه «گافمن»، «بوردیو» و «گیدنز» و «مکتب مبادله» تنظیم گردید. روش نمونه‌گیری نیز تصادفی طبقه‌ای بود و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۳۵۲ نفر انتخاب شد. در این پژوهش از پرسشنامه محقق‌ساخته سرمایه جسمانی و پرسشنامه استاندارد پذیرش اجتماعی مارلو و کراون به ترتیب با آلفای کرونباخ ۰.۸۴ و ۰.۶۸ استفاده گردید. برای تحلیل داده‌ها نیز از دو بخش آمار توصیفی و آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون، آزمون T، آنالیز واریانس و آزمون من ویتنی بهره گرفته شد. یافته‌های استنباطی نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های تناسب اندام، جراحی زیبایی، پوشش بر حسب مد، رشته تحصیلی، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی، طبقه اجتماعی و وضعیت شغلی با میزان پذیرش اجتماعی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ اما بین آرایش بدن، رژیم غذایی، سن و جنسیت با میزان پذیرش اجتماعی، رابطه معناداری وجود ندارد. **واژگان کلیدی:** سرمایه جسمانی، پذیرش اجتماعی، آرایش، دانشجویان.

بیان مسئله

یکی از موضوعاتی که امروزه در بین قشر جوان؛ بخصوص در میان دختران اهمیت فراوانی دارد، میزان پذیرش آنها از طرف جامعه است. حرف زدن و رفتار کردن مطابق انتظارات دیگران را پذیرش اجتماعی^۱ می‌نامند. پذیرش اجتماعی همانند پیوستاری است که در یک انتهای آن، پذیرش اجتماعی بالا قرار دارد؛ یعنی افرادی که به طور مدام نظرها و تجربیات خود را تغییر شکل می‌دهند و در انتهای دیگر آن، پذیرش اجتماعی خیلی پایین قرار دارد؛ یعنی افرادی که به هیچ وجه نظرها و تجربیات خود را تغییر نمی‌دهند. طبیعی است بیشتر انسان‌ها در حدّ وسط این پیوستار قرار دارند و نوع واکنش و تعامل اجتماعی با آنها نیز متفاوت خواهد بود. این امر می‌تواند در برنامه‌ریزی برای آینده این افراد تأثیر فراوانی داشته باشد. از طرفی افراد برای اینکه میزان پذیرش اجتماعی خود را از طرف دیگران افزایش دهند، باید انتظارات جامعه را برآورده سازند. در این راستا یکی از ابزارهایی که معمولاً دختران جوان از آن استفاده می‌کنند، افزایش سرمایه جسمانی^۲ خود است. سرمایه جسمانی نیز متأثر از جایگاه فرهنگی آنهاست و اینکه بیشتر از چه نوع محصولات فرهنگی‌ای استفاده می‌کنند.

سرمایه جسمانی به معنای دستکاری صورت و ظاهر بدن و تغییر آنها با برنامه‌ریزی و هدف مشخصی است که برای دانشجویان با آرایش، ورزش، تغذیه مناسب و استفاده از لباس‌های شیک و دلچسب محقق می‌شود. رسانه‌های جمعی به عنوان منبع اصلی تبلیغ مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه، مخاطبان خود را که اغلب جوانان و دانشجویان هستند، به داشتن اندام‌های لاغر و باریک و انجام عمل‌های زیبایی صورت و بینی و ... ترغیب می‌کنند. بروز بودن و مقبول واقع شدن از طرف جنس مخالف نیز دو عامل عمده دیگر در توجه افراد به سرمایه جسمانی است. ظاهر هر فرد مبنای پذیرش اجتماعی اوست؛ لذا افراد تلاش می‌کنند در اجتماع به نحوی ظاهر شوند که پذیرش و مقبولیت اجتماعی آنها بالا رود.

بدن انسان، شاخص‌ترین تظاهر بیرونی است که در دنیای امروزی مبنای پذیرش اجتماعی قرار می‌گیرد. نکته مهم این است که تأکید روزافزون بر رژیم‌های غذایی، اهمیت ورزش در حفظ سلامتی، شادابی و تناسب اندام،

1. Social Acceptance

2. Physical Capital

آرایش و جراحی صورت و بدن و نیز مسئولیت اخلاقی در قبال حفاظت از بدن و نمایاندن آن به مثابه یک تصویر، نشانگر شکل‌های مدرن تمایز و تشخیص اجتماعی است. نکته دیگر این است که بدن، روایتگر نحوه زندگی فرد در چارچوب متفاوت زندگی اجتماعی است.

در این مقاله تلاش شده است رابطه بین سرمایه جسمانی و میزان پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان بررسی شود. با توجه به اینکه حضور گسترده جمعیت جوان در مراکز علمی و آموزشی و نگاه مصرف‌گرایانه و استفاده از محصولات فرهنگی، تأثیر شگرفی بر ظاهر بدن‌های آنان گذاشته است، این سؤال مطرح می‌شود که آیا بین سرمایه جسمانی و میزان پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان، ارتباطی وجود دارد یا نه؟

در ضرورت پرداختن به موضوع مقاله، چهار مورد قابل طرح است:

۱. جمعیت قابل توجه دانشجویان و ضرورت مشارکت اجتماعی آنان در همه سطوح اجتماعی؛

۲. توجه به برخی از پیامدهای منفی خودآرایی در عرصه عمومی جامعه ایران مانند تشدید اختلالات هنجاری در فرهنگ رسمی جامعه؛

۳. مصرفی شدن جامعه و پیامدهای منفی اقتصادی آن؛

۴. افزایش ترویج فرهنگ غربی در خودآرایی جوانان و تقلید از آن.

هدف کلی این پژوهش، بررسی رابطه بین سرمایه جسمانی و میزان پذیرش اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام در سال ۱۳۹۶ است. اهداف فرعی آن نیز عبارتند از:

۱. تعیین رابطه بین میزان استفاده از لوازم آرایشی و بهداشتی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان؛

۲. تعیین رابطه بین میزان جراحی زیبایی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان؛

۳. تعیین میزان رابطه بین میزان تناسب اندام (انجام حرکات ورزشی و پرورش اندام) و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان؛

۴. تعیین میزان رابطه بین میزان رژیم غذایی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان؛

۵. تعیین میزان رابطه بین میزان پوشش بر حسب مد روز و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان؛

۶. تعیین تأثیر سن، طبقه اجتماعی، جنسیت، رشته تحصیلی، وضعیت تأهل،

درآمد، مقطع تحصیلی و شغل بر میزان پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان.

مروری بر تحقیقات گذشته

ابراهیمی و ضیاءپور (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن» نشان دادند که میزان مدیریت بدن و سرمایه فرهنگی در جامعه مورد مطالعه در حد متوسط است. ابراهیمی و بهنوئی گدنه (۱۳۸۹) نیز در مقاله‌ای با عنوان «سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان»، نشان دادند که هر قدر میزان سرمایه فرهنگی دختران و پسران جوان بیشتر باشد، نحوه مدیریت ظاهر نیز میان آنان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. راسخ و دیگران (۱۳۸۹) هم در پژوهش خود با عنوان «بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز)» به این نتیجه رسیدند که بین نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن و عواملی مانند درآمد، پذیرش عام، پذیرش در گروه همسالان، پذیرش سازمانی، مدگرایی، مصرف رسانه‌ای، انتظارات اجتماعی، امکانات اقتصادی و اجتماعی، مصرف‌گرایی، کسب هویت، لذت‌طلبی و سبک زندگی، ارتباط معنادار وجود دارد. ادیبی سده و دیگران (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان» نشان دادند که مدیریت بدن در میان این زنان، پایین‌تر از سطح متوسط است. قاسمی (۱۳۸۹) هم در پایان‌نامه خود با عنوان «عوامل مؤثر بر گرایش افراد به جراحی زیبایی با تأکید بر جنسیت (مطالعه موردی: شهر تهران)» به این نتیجه رسید که توجه به بدن و مراقبت از آن، ناشی از تغییر ارزش‌ها و فرهنگ در جامعه است که به نوعی نشان‌دهنده اقتضای جامعه مدرن است؛ همچنین احساس رضایت شخصی و عاملیت فرد نقشی مؤثر در گرایش افراد مورد مطالعه به جراحی زیبایی داشته است. ذکایی و فرزانه (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب» نشان داد که نوگرایی در جامعه ایران بر حساسیت جوانان در کنترل و انضباط بدن خویش و حساسیت بیشتر برای ارائه تصویر مطلوب از آن، تأثیر داشته است. ذکایی و فرزانه (۱۳۸۷) هم در تحقیقی با عنوان «زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهران» دریافتند که جراحی زیبایی در چرخه‌ای میان انتخاب فردی و ساختارهای اجتماعی قرار گرفته است. فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) نیز در مقاله خود با عنوان «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی: زنان شهر شیراز)»، زنان ۱۸ تا ۴۰ ساله را با نمونه‌ای ۴۰۰ نفری

در مناطق هشت گانه شهر، مورد مطالعه قرار دادند که بر اساس یافته‌های آن، متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی و اجتماعی با مدیریت بدن رابطه مستقیم دارند؛ همچنین نتایج پژوهش آنان، توجه بالای زنان به بدن را در همه وجوه مورد توجه محققان، از جمله: آرایش، مراقبت و ... تأیید کرده است. حمیدی و فرجی (۱۳۸۷)، احمدنیا (۱۳۸۴)، آقایاری (۱۳۸۲) و چاوشیان (۱۳۸۱) نیز بر این موضوع تمرکز کرده و علل و عوامل آن را بررسی نموده‌اند.

بریتون^۱ (۲۰۱۲)، نسبت قشر بندی اجتماعی با اصلاح بدن از طریق جراحی زیبایی را در پژوهشی پیمایشی بررسی کرد. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد که رابطه سطح عزت نفس پاسخگویان با نگرش‌ها، باورها و رفتارهای آنان درباره آرایش معنادار نیست. گروث و دیگران (۲۰۰۹) هم در پژوهشی با عنوان «ابعاد موقعیت اجتماعی- اقتصادی مرتبط با شاخص توده بدن و چاقی در میان زنان و مردان دانمارکی»، به تعاملات بین ابعاد مختلف و تفاوت‌های جنسیتی پرداختند و به نتیجه رسیدند که بعد آموزش، ثابت‌ترین ارتباط را با شاخص توده بدن و چاقی دارد و این حاکی از اهمیت سرمایه فرهنگی در وضعیت وزنی است. کلارک و گریفین^۲ (۲۰۰۷) نیز به بررسی ادراک زنان مسن از پیری طبیعی و غیرطبیعی بر مبنای مواجهه آنها با انواع مداخله‌های مربوط به زیبایی، از قبیل استفاده از کرم‌های ضد چروک، مواد آرایشی، رنگ مو، جراحی زیبایی یا روندهای زیبایی‌بخش بدون جراحی پرداختند. جانگ و لی^۳ (۲۰۰۶) هم در پژوهش خود به مقایسه بین فرهنگ تصور از بدن، عزت نفس و رژیم غذایی در بین زنان کره و امریکا پرداختند و نشان دادند که اولاً تصور از بدن با عزت نفس، رابطه مثبت دارد؛ دوم اینکه تصور از بدن با عادت‌های تغذیه و رژیم غذایی، رابطه معکوس دارد و سوم اینکه زنان کره‌ای (زنانی که وابسته به جوامع گروه‌محور هستند) در مقایسه با زنان غربی نسبت به ظاهر خود ناراضی‌ترند.

لنون و راد^۴ (۲۰۰۰) نیز در تحقیقی با عنوان «تصور از بدن و مدیریت ظاهر» به

1. Britton
2. Clark and Griffin
3. Jang and Lee
4. Lennon and Rudd

این امر پرداختند که زیبایی در تمام فرهنگ‌ها یک ارزش محسوب می‌شود. آنان به این نتیجه رسیدند که زنان خیلی سریع یاد می‌گیرند ظاهر خود را با اموری چون: تنظیم وزن بدن و تمیز نگه داشتن آن، برای رسیدن به ایده‌آل‌های فرهنگی و برآوردن هنجارهای مورد انتظار مدیریت کنند.

بیشتر مطالعات مذکور، یکی از ابعاد سرمایه فیزیکی (مدیریت بدن) را مورد بررسی قرار داده‌اند؛ در حالی که سرمایه جسمانی، چندوجهی است و می‌تواند علاوه بر آن، مؤلفه‌های تکمیلی تری را در بر گیرد. در مطالعه حاضر - برعکس بیشتر تحقیقات پیشین - متغیر سرمایه جسمانی به عنوان متغیر مستقل، مطالعه شده که بر پذیرش اجتماعی اثر گذاشته است؛ لذا این پژوهش می‌تواند مبنایی برای پژوهش‌های آتی باشد. لازم به ذکر است که در این مطالعه از پرسشنامه محقق‌ساخته برای سرمایه جسمانی استفاده شده است. محقق با استفاده از پیش‌آزمون و نظرات گروهی از اساتید متخصص، روایی و پایایی این پرسشنامه را به دست آورده است.

مبانی نظری پژوهش

اهمیت بدن نه تنها در تحقیقات تجربی، بلکه در تئوری‌پردازی‌های جامعه‌شناختی آشکار شده است. در میان جامعه‌شناسان پیشین، تنها «مید^۱» و «موس^۲» و بعدها «وبلن^۳» و «زیمل^۴» به میزان زیادی به بررسی این موضوع علاقه‌مند بودند که امروزه نیز در حوزه جامعه‌شناسی بدن در نظریه‌های گیدنز^۵، گافمن^۶، فوکو^۷، بوردیو^۸ و اندیشمندان فمینیسم قابل پیگیری است. زیبایی صورت تا آنجا که تجربه و تحقیقات علمی نشان می‌دهد نماد و نشانه قدرتمندی «خود» است. ترنر^۹ بر این باور است که بدن در نظام‌های اجتماعی مدرن، زمینه

1. Mead
2. Mouse
3. Veblen
4. Simmel
5. Giddens
6. Goffman
7. Foucault
8. Bourdieu
9. Turner

اصلی فعالیت فرهنگی و سیاسی است. صنعت زیبایی، ضمن ارائه دانش و مهارت‌های ویژه به کارفرمایان و اشخاص، به اهمیت رو به رشد آن دسته از اشکال اجتماعی هویت بدنی که از نظر اجتماعی پذیرفته شده هستند، دامن می‌زند (اخلاصی و فاتحی، ۱۳۸۷: ۱۰).

نظریه گافمن

گافمن بر این نکته تأکید می‌کند که بین «خود اجتماعی» یا هویت اجتماعی با «خود واقعی» فاصله وجود دارد. وی برداشت از «خود» را با رهیافت نمایشی تشریح می‌کند و با رویکرد نمایشی خود، نقش‌ها و موقعیت‌های اجتماعی را تنها نمایش‌هایی می‌داند که در زندگی روزمره اجرا می‌شوند. به عقیده او، «خود» افراد به وسیله نقش‌هایی که در این موقعیت‌ها اجرا می‌کنند، شکل می‌گیرد و معنا می‌یابد. گافمن ضمن استفاده از مفهوم «خود» تا اندازه زیادی به بدن فرد اشاره دارد. از دید او، عاملان بدنی یا جسمی نیز رأی جمع‌کن‌هایی هستند که با توسل به همه روش‌های علامت‌دهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی، معرف‌های تجسد یافته منش و منزلت هستند که می‌توانند توسط دیگر کنشگران مورد تفسیر قرار گیرند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۵۵). گافمن، خودی را که باید در کنش‌های متقابل زندگی روزمره در نقش‌های گوناگون خلق شود، بسیار آسیب‌پذیر می‌داند؛ بنابراین برای محافظت از خود و اجراهای آن در زندگی روزمره، مفهوم «مدیریت تأثیرگذاری» را مطرح می‌کند. وی در پرداخت این مفهوم، چنین ادعا می‌کند که افراد در هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد؛ اما کنشگران حتی در حین انجام این عمل می‌دانند که تماشاچیان ممکن است در اجرای نقش آنها اختلال ایجاد کنند (ریتزر، ۱۳۷۴: ۲۹۶).

نادیده گرفتن صورت از نظر اجتماعی، امری بسیار مشکل به نظر می‌رسد. صورت، نشان‌دهنده سن، جنس، موقعیت اقتصادی - اجتماعی، سلامتی و حتی شخصیت افراد و منبع ارتباطات شفاهی و روابط غیرکلامی است (سینوت^۱، ۱۹۸۸: ۶۰۶). از نظر گافمن، صورت در تعامل چهره به چهره و در عملکردهای

1. Synnot

اجتماعی، اهمیت زیادی دارد. صورت اجتماعی، یک صورت عمومی است و نیازمند تغییر دائمی نقاب موجود بر آن است. آرایش، وسیله‌ای برای به دست آوردن این نقاب است. تنها در شرایط احساسی شدید، تنهایی یا در حضور دوستان است که نقاب صورت کنار می‌رود و صورت خصوصی یا همان شخص واقعی ظاهر می‌گردد (همو، ۱۹۹۰: ۶۱).

بنا بر دیدگاه گافمن، دانشجویان با قضاوت در مورد سرمایه‌های جسمانی و انتظارات دیگران، خود را چنان در بستر دانشگاه ظاهر می‌سازند که خوشایند دیگران باشد؛ در این میان، بیشترین سهم می‌تواند به عهده سرمایه جسمانی افراد باشد. افراد با ایجاد تغییراتی در بدن خود، به کمک رژیم‌های غذایی، لباس‌های جذاب و زیبا، تمرینات ورزشی و استفاده از لوازم آرایشی و زیبایی ظاهری، سعی دارند بیشترین میزان پذیرش خود را از سوی دیگران به دست آورند.

نظریه بورديو

بورديو، هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه می‌داند و در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن آن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد. وی تولید این سرمایه فیزیکی را در گرو رشد و گسترش بدن می‌داند؛ به گونه‌ای که حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی گردد. از نظر او، بدن به عنوان شکل جامعی از سرمایه فیزیکی، در بردارنده منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است (شیلینگ^۱، ۱۹۹۳: ۱۲۷). در کل می‌توان گفت که بنا بر دیدگاه بورديو، جوانان و دانشجویان در جامعه مدرن، سرمایه‌ای (سرمایه فیزیکی) را در اختیار گرفته‌اند که در میدان‌های اجتماعی، از جمله دانشگاه و جامعه، آنها را واجد پذیرش بیشتری کرده است. افزایش سرمایه فیزیکی در دسترس باعث بازتوزیع قدرت در میدان و منازعه بر سر بازتعریف قواعد شده است که نمود آن در بازتوزیع قدرت بین کسانی تجلی می‌یابد که از موقعیت مسلط در میدان بهره‌مند هستند (افراد با جذب بیشتر و بدن زیباتر) و قدرت خود را در جهت تثبیت هرچه بیشتر تعریف و توزیع سنتی سرمایه به کار می‌برند تا کسانی که با سنت شکنی، خواهان ارتقای موقعیت

1. Shilling

فرو دست خود با توسل به دگرگونی قواعد هستند (افراد با جذب و زیبایی کمتر). به بیان دیگر، افزایش میزان سرمایه جسمانی از طرف جوانان باعث می‌شود آنها بتوانند قواعد موجود در میدانی مثل دانشگاه را طوری بازتعریف کنند که به تغییر قواعد از پیش تعیین شده منجر شود و انتظارات قبلی در مورد آنها را کم کند؛ چنانکه پذیرش آنها از سوی دیگران و قضاوت دیگران در مورد آنان بر اساس خواسته آنها باشد؛ بر این اساس سلیقه‌ها و ترجیحاتی که انتخاب‌های سبک زندگی تابع آنهاست، روایتی از فرد است که بازتاب تعلقات ساختاری و ترجیحات فردی است. برخی از انتخاب‌ها از محدوده‌های ساختاری خارج می‌شوند و خصلتی فراطبقاتی پیدا می‌کنند؛ اما برخی دیگر، تحت تأثیر فرصت‌های ساختاری فقط بر روی گروه خاصی گشوده می‌مانند.

نظریه گیدنز

«خودآرایی و تزیین خویشتن با پویایی شخصیت مرتبط است. در این معنا پوشاک علاوه بر آنکه وسیله مهمی برای پنهان‌سازی یا آشکارسازی وجوه مختلف زندگی شخصی است، نوعی وسیله خودنمایی نیز محسوب می‌شود؛ چراکه لباس آداب و اصول رایج را به هویت شخصی پیوند می‌زند» (گیدنز، ۱۳۸۵: ۹۵). به اعتقاد گیدنز، حالات چهره و دیگر حرکات بدن، فراهم‌آورنده قراین و نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما مشروط به آنهاست؛ به عبارت دیگر، برای اینکه بتوانیم به طور مساوی با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم و موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم (همان: ۸۶ - ۸۷). بنا بر دیدگاه او، نظارت بر فرایندهای جسمانی و توجه به سرمایه جسمانی، به نوعی توجه به بازتاب مداوم رفتار ما نسبت به خویش است؛ بنابراین خودآرایی و تزیین خویشتن، رژیم‌های غذایی، نوع پوشش و لوازم آرایشی مورد استفاده، به نوعی با پویایی خود و بازآفرینی و بروز کردن ارتباط دارد. گیدنز در مورد آرایش زنان در خودرو معتقد است که: «فضا امکان مشاهده ناشناخته‌ها را در این مکان شناخته‌شده فراهم می‌آورد. امروزه سازندگان اتومبیل، بر روی آفتاب‌گیرها آینه نصب می‌کنند تا به نیاز خانم‌ها به آرایش پاسخ دهند. این امر نشان‌دهنده آن است که برخی از جنبه‌های مدرنیته در تنهایی آنها نیز رسوخ کرده‌است؛ بنابراین، امروزه بدن افراد، نمایانگر هویت متمایزی است که اشخاص از خود به نمایش می‌گذارند؛ یعنی، افراد با سرمایه جسمانی‌ای که در اختیار دارند هویت شخصی متمایزی

را در معرض دید دیگران قرار می دهند تا بیشتر مورد پذیرش و قبول دیگران قرار بگیرند.

نظریه مبادله

بنا بر نظریه مبادله، پاسخ های فرد بر حسب اصل پاداش و مجازات صورت می گیرد؛ یعنی فرد به آن جنبه هایی که پاداش در بر دارد، پاسخ مساعد می دهد و از جنبه هایی که به مجازات می انجامد، اجتناب می ورزد (ادیبی سده و انصاری، ۱۳۸۳: ۲۵۴). یکی از اصول کلی در نظریه مبادله، وجود سود در انجام کنش است. در این معنا، کنش فرد در خلأ صورت نمی گیرد و هر کسی در ازای آنچه می گیرد چیزی باید بدهد. هزینه نیز کوششی است که در نتیجه یک انتخاب معین و کنار گذاشتن انتخاب های دیگر از دست رفته؛ به عبارت دیگر، صرف حصول رضایت و پاداش های بالقوه شده است (اسکیدمور، ۱۳۷۵: ۷۹). در نظریه مذکور، تأیید اجتماعی، عنوانی کلی است که می تواند وجه اشتراک همه پاداش هایی باشد که از یک کنش ناشی می شوند. مردم در زندگی خود در جستجوی مطلوب واقع شدن هستند و از آن در روابط اجتماعی خود لذت می برند. تأیید می تواند صورت های ملموس زیادی به خود بگیرد (همان: ۸۶)؛ به عبارت دیگر، موجودات در هر وضعیتی، رفتاری از خود بروز می دهند که بیشترین پاداش ها و کمترین مجازات ها را در بر داشته باشد (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳: ۲۶۳).

چارچوب نظری تحقیق حاضر بر اساس نظریه «گافمن»، «بورديو» و «گیدنز» درباره موقعیت و مدیریت بدن و مکتب مبادله تنظیم شده است؛ چراکه موضوع این مطالعه در قالب دیدگاه های نظری مذکور قابل بحث و بررسی است و هر کدام به نوعی می توانند مسئله پژوهش را تبیین نمایند؛ بنابراین با ساخت دستگاه نظری تلفیقی، چارچوب نظری این مطالعه به شرحی که در جدول شماره ۱ بیان شده، تدوین گردیده است.

جدول شماره (۱). دستگاه نظری پژوهش

متغیرها	ارائه فرضیه	استنتاج نظری	ایده نظری	نظریه
آرایش بدن	بین میزان استفاده از مواد آرایشی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معنادار وجود دارد.	پذیرش اجتماعی، برآیندی از نفوذ اجتماعی، همنوایی و نگرش افراد است که بر مبنای آن، افراد به جای آنکه خود واقعی شان را بروز دهند، از زاویه دید دیگران به خود می نگرند.	آرایش، وسیله‌ای برای به دست آوردن تقاب است.	گافمن
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی تأثیر معناداری دارد.	هدف سرمایه جسمانی، کسب منزلت در جامعه است و پذیرش نیز یعنی مقبولیت فرد در جامعه و رسیدن به منزلت و جایگاه بالا دارد.	سرمایه فرهنگی از طریق قریحه و سلیقه افراد بر سبک زندگی تأثیر می گذارد؛ همچنین بر چگونگی مدیریت بدن افراد به عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی تأثیرگذار است.	بورديو
رژیم غذایی، ورزش، تناسب اندام، پوشش، اندام، پوشش مد، جراحی زیبایی	بین رژیم غذایی، تناسب اندام، پوشش مد روز و جراحی زیبایی با پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد، رابطه معناداری وجود دارد.	پذیرش اجتماعی بدن را می توان متأثر از وضعیت ظاهری، آرایشی و پوشش بدن دانست که در عرصه‌های مختلف نظام اجتماعی و از سوی نمایندگان آن پذیرفته می شود.	خودآرایی و تزیین خوشتن، رژیم غذایی، نوع پوشش و لوازم آرایشی مورد استفاده، به نوعی با پویایی خود و بازآفرینی و بروز کردن ارتباط دارد.	گیدنز

مدل تجربی پژوهش



نمودار شماره (۱). مدل تجربی پژوهش

فرضیه‌های تحقیق

- بین میزان استفاده از مواد آرایشی و بهداشتی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین جراحی زیبایی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تناسب اندام (انجام حرکات ورزشی و پرورش اندام) و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین رژیم غذایی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پوشش مد روز و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین سن و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.
- طبقه اجتماعی بر پذیرش اجتماعی دانشجویان، تأثیر معناداری دارد.
- جنسیت بر پذیرش اجتماعی دانشجویان، تأثیر معناداری دارد.
- بین رشته تحصیلی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.
- مقطع تحصیلی بر پذیرش اجتماعی دانشجویان، تأثیر معناداری دارد.
- وضعیت تأهل بر پذیرش اجتماعی دانشجویان، تأثیر معناداری دارد.
- بین وضعیت شغلی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر جهت گردآوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش نیز شامل ۴۷۵۰ نفر از دانشجویان مقطع کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی شهر ایلام بود که ۳۵۲ نفر از آنان به عنوان حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران انتخاب شد. نمونه‌ها نیز بر اساس نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای گزینش شدند. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه مربوط به مشخصات فردی پاسخگویان بود که ۸ سؤال در مورد سن، جنسیت، طبقه اجتماعی، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی، میزان درآمد، شغل و وضعیت تأهل را در بر می‌گرفت.

ز جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، ۷۱ نفر (۲/۲۰ درصد) در سن

۲۲ سالگی بوده که بیشترین فراوانی را داشته‌اند و ۴ نفر (۱/۱ درصد) در سن ۴۰ سالگی بوده که کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. از ۳۵۲ نفر نمونه پژوهش نیز ۱۶۸ نفر (۴۷/۷ درصد)، زن و ۱۸۴ نفر (۵۲/۳ درصد)، مرد بوده‌اند. ۲۳ نفر (۶/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه نیز مدرک کاردانی، ۲۵۵ نفر (۷۲/۴ درصد)، مدرک کارشناسی و ۶۸ نفر (۱۹/۳ درصد)، مدرک کارشناسی ارشد داشته‌اند. توزیع فراوانی وضعیت تأهل افراد نیز برابر با ۲۶۲ نفر (۷۴/۴ درصد)، مجرد و ۹۰ نفر (۲۵/۶ درصد)، متأهل بوده است. بر این اساس، طبقه اجتماعی متوسط با ۲۵۵ نفر (۷۴/۴ درصد)، بیشترین فراوانی و طبقه اجتماعی پایین با ۱۴ نفر (۴/۰ درصد)، کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. بیشترین فراوانی نیز مربوط به گروه علوم انسانی با ۱۴۱ نفر (۴۰/۱ درصد) و کمترین فراوانی مربوط گروه کشاورزی با ۴۱ نفر (۱۱/۶ درصد)، بوده است. ۶۵ نفر (۱۸/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه هم شاغل و ۲۸۷ نفر (۸۱/۵ درصد) بیکار بوده‌اند.

میزان پذیرش اجتماعی (متغیر وابسته) و سرمایه جسمانی (متغیر مستقل) دو متغیر اصلی پژوهش حاضر هستند. برای تعریف مفهومی و عملیاتی این دو متغیر به شرح زیر عمل شده است:

پذیرش اجتماعی: پذیرش اجتماعی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی سلامت اجتماعی معرفی شده است که خود عبارت است از: «ارزیابی و شناخت فرد از چگونگی عملکردش در اجتماع و کیفیت روابطش با افراد دیگر، نزدیکان و گروه‌های اجتماعی‌ای که وی عضو آنهاست» (گنجی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۶). پرسشنامه این متغیر، شامل ۳۳ گویه با مقیاس آزمون پذیرش اجتماعی توسط مارلو و کراون بود. این آزمون دارای ۳۳ گویه است و آزمودنی باید با انتخاب یکی از گزینه‌های کاملاً موافق (۵ امتیاز)، موافق (۴ امتیاز)، بی نظر (۳ امتیاز)، مخالف (۲ امتیاز) و کاملاً مخالف (۱ امتیاز)، موافقت یا مخالفت خود را با هر یک از عبارات آن مشخص نماید.

سرمایه جسمانی: این متغیر از پرسشنامه محقق ساخته، ۴۲ گویه دارد که ۵ بعد آرایش، تناسب اندام، رژیم غذایی، جراحی زیبایی، پوشش مد و نگرش نسبت به آرایش را می‌سنجد. در طراحی پرسشنامه از اعتبار صوری در مطالعات نظری وسیع و نظر متخصصان استفاده شد و برای سنجش پایایی آن مبنی بر تعیین

قدرت تبیین‌کنندگی گویه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده گردید. این مقدار برای آلفای کل ۰/۸۱ درصد، برای متغیر وابسته (پذیرش اجتماعی) ۰/۶۷ درصد و برای متغیر مستقل (سرمایه جسمانی) ۰/۸۴ درصد به دست آمد.

جدول شماره (۲). میزان آلفای کرونباخ کل

نام متغیر	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ (درصد)
آرایش	۱۸	۰/۷۳
جراحی زیبایی	۱۰	۰/۹۱
پوشش مد	۷	۰/۵۱
تناسب اندام	۴	۰/۶۳
رژیم غذایی	۳	۰/۴۹
پذیرش اجتماعی	۳۳	۰/۶۷

یافته‌های پژوهش

داده‌های این پژوهش از پرسشنامه‌های تکمیل شده توسط ۳۵۲ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی ایلام، استخراج گردید و اساس تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جدول شماره ۲ آماره‌های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش را نشان می‌دهد، دامنه اعداد از ۱ تا ۵ می‌باشد. در بین مؤلفه‌های سرمایه جسمانی، جراحی زیبایی، بیشترین میانگین (۳/۲۲ از ۵) و رژیم غذایی (۲/۳۶)، کمترین میانگین را دارد؛ همچنین دامنه نمرات سرمایه جسمانی کلی بین ۱/۷۰ و ۴/۱۳ و میانگین نمرات سرمایه جسمانی، ۲/۷۲ از ۵ نمره است.

جدول شماره (۲). آماره‌های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
آرایش بدن	۱/۳۱	۵/۰۰	۲/۷۸	۰/۷۵۵
تناسب اندام	۱/۲۵	۵/۰۰	۲/۸۰	۰/۹۲۰
رژیم غذایی	۱/۰۰	۵/۰۰	۲/۴۶	۰/۹۷۲
جراحی زیبایی	۱/۵۰	۵/۰۰	۳/۲۲	۱/۱۹۹
پوشش مد	۱/۰۰	۳/۸۶	۲/۳۶	۰/۷۴۰
سرمایه جسمانی	۱/۷۰	۴/۱۳	۲/۷۲	۰/۵۸۹

یافته‌های استنباطی

جدول شماره ۳، ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین ابعاد مختلف سرمایه جسمانی و متغیرهای فاصله‌ای و پذیرش اجتماعی را در قالب ۶ فرضیه فرعی نشان می‌دهد که نتایج آن به شرح زیر است:

ضریب همبستگی بین دو متغیر آرایش بدن و پذیرش اجتماعی، معنادار نیست. بین جراحی زیبایی و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد، رابطه معناداری وجود دارد. همبستگی بین دو متغیر جراحی زیبایی و پذیرش اجتماعی، برابر با عددی مثبت می‌باشد که در سطح خطای ۱٪ از لحاظ آماری، معنادار است. بین تناسب اندام (انجام حرکات ورزشی و پرورش اندام) و پذیرش اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد، رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر تناسب اندام و پذیرش اجتماعی برابر عددی مثبت است و این رابطه مثبت بین متغیرها را نشان می‌دهد که در سطح خطای کمتر از ۱٪ از لحاظ آماری معنادار است. یافته‌ها نشان داد که ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر رژیم غذایی و پذیرش اجتماعی برابر با عددی مثبت ولی کوچک می‌باشد که در سطح خطای ۵٪ از لحاظ آماری معنادار نیست؛ یعنی می‌توان گفت بین رژیم غذایی و پذیرش اجتماعی، رابطه معناداری وجود ندارد؛ همچنین یافته‌های حاصل از آزمون ضریب پیوستگی

پیرسون نشان داد که ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر پوشش بر حسب مد و پذیرش اجتماعی، برابر با عددی مثبتی است که در سطح خطای ۱٪ از لحاظ آماری معنادار است.

جدول شماره (۳). ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین ابعاد مختلف سرمایه جسمانی و پذیرش اجتماعی

سن	استفاده از پوشش مد	رژیم غذایی	تناسب اندام	جراحی زیبایی	استفاده از لوازم آرایشی	ضریب همبستگی پیرسون	پذیرش اجتماعی
۰/۰۷۹	***۰/۳۲۷	۰/۰۳۲	***۰/۲۶۴	***۰/۲۶۲	۰/۰۵۹	مقدار همبستگی	
۰/۱۴۱	۰/۰۰۰	۰/۵۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۶۸	سطح معناداری	
۳۵۲	۳۵۲	۳۵۲	۳۵۲	۳۵۲	۳۵۲	تعداد	

علامت *** در برخی سلول‌های جدول نشان‌دهنده میزان معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان است.

جدول شماره ۴، نتایج آزمون تحلیل واریانس سطوح پذیرش اجتماعی بر حسب مقطع تحصیلی، طبقه اجتماعی و رشته تحصیلی را نشان می‌دهد. نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه پذیرش اجتماعی بر حسب مقطع تحصیلی نشان می‌دهد که ارزش F محاسبه شده در سطح خطای کمتر از ۱٪ از لحاظ آماری معنادار است؛ در نتیجه بین مقطع تحصیلی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه پذیرش اجتماعی بر حسب طبقه اجتماعی نیز نشان می‌دهد که ارزش F محاسبه شده در سطح خطای کمتر از ۱٪ از لحاظ آماری معنادار است؛ در نتیجه بین طبقه اجتماعی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه پذیرش اجتماعی بر حسب رشته تحصیلی هم نشان می‌دهد که ارزش F محاسبه شده در سطح معناداری کمتر از ۵٪ است. ارزش F محاسبه شده برابر با ۳/۱۱۰ و سطح معناداری آن برابر با $\text{Sig}=۰/۰۴۶$ می‌باشد که در سطح

خطای کمتر از ۵٪ از لحاظ آماری معنادار است؛ در نتیجه بین رشته تحصیلی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۴). نتایج آزمون تحلیل واریانس سطوح پذیرش اجتماعی بر حسب مقطع تحصیلی، طبقه اجتماعی و رشته تحصیلی

سطح معناداری	ارزش F	میانگین مربعات	درجات آزادی Df	مجموع مربعات SS	منابع تغییر
۰/۰۰۱	۷/۴۰۸	۱۰۹۸/۵۸۶	۲	۹۴۴/۵۸۶	بین گروهی
		۱۴۸/۲۹۴	۳۴۹	۵۳۰۰۷/۵۴۱	درون گروهی
			۳۵۱	۵۳۹۵۱/۷۷۳	جمع کل
۰/۰۰۱	۷/۴۰۸	۱۰۹۸/۵۸۶	۲	۲۱۹۷/۱۷۱	بین گروهی
		۱۴۸/۲۹۴	۳۴۹	۵۱۷۵۴/۷۰۱	درون گروهی
			۳۵۱	۵۳۹۵۱/۷۷۳	جمع کل
۰/۰۴۶	۳/۱۱۰	۴۷۲/۳۷۴	۲	۹۴۴/۷۴۸	بین گروهی
		۱۵۱/۸۸۳	۳۴۹	۵۳۰۰۷/۵۴۱	درون گروهی
			۳۵۱	۵۳۹۵۱/۷۷۳	جمع کل

جنسیت بر پذیرش اجتماعی دانشجویان، تأثیر معناداری دارد. از آزمون t مستقل برای این فرضیه استفاده شد. میانگین پذیرش اجتماعی دانشجویان پسر بیشتر از میانگین پذیرش اجتماعی دانشجویان دختر است. با فرض نابرابری واریانس‌ها مقدار t مشاهده شده در سطح خطای کمتر از ۵٪ معنادار نیست؛ بنابراین فرض برابری میانگین‌ها با اطمینان بالا پذیرفته می‌شود؛ یعنی فرض صفر رد می‌گردد و فرض مقابل پذیرفته می‌شود و میزان پذیرش اجتماعی در دانشجویان دختر و پسر تفاوت معناداری ندارد (جدول شماره ۵).

جدول شماره (۵). نتایج آزمون t مستقل برای مقایسه تفاوت پذیرش اجتماعی در دانشجویان دختر و پسر

جنسیت	میانگین	انحراف معیار	آزمون لیون F	معناداری	مقدار T	معناداری
دانشجویان دختر	۱۰۶/۸۸	۱۳/۲۰۳	۱۱/۵۳۷	۰/۰۰۱	-۰/۹۹۹	۰/۳۲۰
دانشجویان پسر	۱۰۸/۲۱	۱۱/۶۱۴				

یافته‌های آزمون من ویتنی برای مقایسه طبقات پذیرش اجتماعی در دانشجویان مجرد و متأهل نشان می‌دهد که میانگین رتبه پذیرش اجتماعی دانشجویان متأهل برابر با ۱۵۸/۵۰ و میانگین رتبه پذیرش اجتماعی دانشجویان مجرد برابر با ۱۵۸/۵۰ است. مقدار آماره من ویتنی در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار است؛ بنابراین فرض برابری طبقات پذیرش اجتماعی در دانشجویان متأهل و مجرد با اطمینان بالای ۹۹٪ رد می‌شود؛ یعنی میزان پذیرش اجتماعی در دانشجویان متأهل بیشتر از دانشجویان مجرد است. از طرفی میانگین رتبه پذیرش اجتماعی دانشجویان شاغل برابر با ۱۸۷/۰۴ و میانگین رتبه پذیرش اجتماعی دانشجویان غیرشاغل برابر با ۱۶۹/۷۰ می‌باشد. مقدار من ویتنی در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است؛ بنابراین فرض برابری طبقات پذیرش اجتماعی در دانشجویان شاغل و غیرشاغل با اطمینان بالا رد می‌شود؛ یعنی میزان پذیرش اجتماعی در دانشجویان شاغل بیشتر از دانشجویان غیرشاغل است (جدول شماره ۶).

جدول شماره (۶). نتایج آزمون من ویتنی مقایسه طبقات پذیرش اجتماعی در دانشجویان مجرد و متأهل

نام متغیر	ابعاد	میانگین رتبه	مجموع رتبه‌ها	آماره من ویتنی	آماره ویلکاکسون	معناداری
وضعیت تأهل	متأهل	۴۷۸۶۳/۰۰	۱۸۲/۶۸	۰/۰۰۱	۱۴۲۶۵/۰۰	۱۰۱۷۰/۰۰
	مجرد	۱۴۲۶۵/۰۰	۱۵۸/۵۰			
وضعیت اشتغال	غیرشاغل	۱۶۹/۷۰	۱۱۰۳۰/۵۰	۰/۰۱۶	۱۱۰۳۰/۵۰۰	۸۵۰/۵۰۰
	شاغل	۱۶۷/۰۴	۵۱۰۹۷/۵۰			

بحث و نتیجه گیری

در جامعه مدرنیته هر یک از اعضای جامعه همواره توسط دیگر افراد جامعه مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و اهم قضاوت‌ها و ارزش‌گذاری‌های آنان بر اساس موقعیت اجتماعی مبتنی بر ظاهر و قیافه افراد است. زیبایی ظاهری، بزرگترین خصیصه‌ای است که بهره‌مندی از آن امتیاز بزرگی به شمار می‌آید و افراد معمولی و کمتر بهره‌مند از آن را در ارزیابی اعضای جامعه با موقعیت ضعیفی مواجه می‌کند. با افزایش اهمیت «خود» که از محصولات جامعه مدرن است، «بدن» به عنوان واضح‌ترین و آشکارترین حامل خود، جایگاه خاصی پیدا کرده است. توجه مجدد به بدن و رواج آن در متون جامعه‌شناسی دو دهه اخیر، مباحث گسترده‌ای را حول محور موضوعاتی چون: هویت، مصرف، سبک زندگی و زیبایی در نظریه‌پردازی‌های اجتماعی برانگیخته و الگوهای دخیل در سرمایه جسمانی را همچون سایر حوزه‌های زندگی آدمی تحت سلطه قرار داده است؛ بنابراین می‌توان از جامعه بدنی یا عصر بدن سخن گفت. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده رابطه مثبت، مستقیم و معنادار بین تمامی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش بجز متغیر سن و رژیم غذایی است؛ همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که بین متغیرهای سرمایه جسمانی، ابعاد آرایش بدن، جراحی زیبایی، ورزش و تناسب اندام، رژیم غذایی، پوشش بر حسب مد، پایگاه اقتصادی و وضعیت تأهل با پذیرش اجتماعی، ارتباط معناداری وجود دارد. این ارتباط در تمامی متغیرها بجز متغیر رژیم غذایی، با شدت متوسط و مثبت و مستقیم می‌باشد. بین آرایش بدن و پذیرش اجتماعی نیز رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج حاصل از این فرضیه با پژوهش فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) همخوانی ندارد.

بین جراحی زیبایی و پذیرش اجتماعی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات بریتون (۲۰۱۲) و آقایی (۱۳۸۲) دارد. به نظر محققان، جراحی زیبایی بخصوص در زنان باعث افزایش اعتماد به نفس و احساس راحتی بیشتر در موقعیت‌های شغلی و حرفه‌ای می‌شود؛ همچنین جراحی زیبایی زنان متأثر از عقیده همسران آنهاست. تمایل صاحبان کار در به‌کارگیری افراد زیبا و خوش‌اندام برای تصدی برخی مشاغل نیز در اعمال مدیریت بدن زنان مؤثر است و شانس آنان را در کسب موقعیت‌های شغلی بالاتر می‌برد. با توجه به اینکه شغل یکی از فاکتورهای مهم در پذیرش

اجتماعی است، جراحی زیبایی به طور مستقیم و غیرمستقیم باعث افزایش پذیرش اجتماعی می‌شود.

با اطمینان می‌توان گفت که بین تناسب اندام و پذیرش اجتماعی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی با افزایش تناسب اندام در دانشجویان، میزان پذیرش اجتماعی آنها بالا می‌رود و با کاهش تناسب اندام، پذیرش اجتماعی آنها کم می‌شود. نتایج حاصل از این فرضیه با پژوهش فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) همسوست و همخوانی دارد. به نظر محققان، بدون تردید، سبک زندگی نسبت به دهه‌های گذشته تغییر اساسی کرده است. به واسطه ارتباطات گسترده و تعریفی که رسانه‌ها، تبلیغات و فیلم‌ها از زیبایی، تناسب اندام و جذابیت ظاهری بدن دارند، گریزی از گرایش زنان به زیبایی و زیبا شدن نیست. از آنجا که رفتار و گرایش انسان‌ها تابعی از فرهنگ است، تغییر فرم و شکل بدن به واسطه انجام دادن ورزش‌های بدن‌سازی و ایروبیک، نوع لباس پوشیدن و نحوه آرایش کردن در بین زنان و دختران را می‌توان نماد و نشانه تغییر ارزش‌ها و هنجارهای موجود در جامعه دانست. افرادی که با ارزش‌های جدید که تناسب اندام را تبلیغ می‌کنند همراه هستند، پذیرش اجتماعی بالاتری دارند؛ یعنی بین پوشش بر حسب مد و پذیرش اجتماعی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. علامت مثبت ضریب نشان‌دهنده رابطه مثبت بین متغیرهاست؛ یعنی مقادیر دو متغیر در یک جهت کم یا زیاد می‌شوند؛ در نتیجه فرض صفر، پذیرفته و فرض مقابل، رد می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش حمیدی و فرجی (۱۳۸۷) همخوانی ندارد و با نتایج تحقیق فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) همخوانی دارد؛ همچنین می‌توان گفت که بین رژیم غذایی و پذیرش اجتماعی، رابطه معناداری وجود ندارد؛ در نتیجه فرض صفر، رد و فرض مقابل، پذیرفته می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش چاوشیان (۱۳۸۱) همخوانی دارد. به نظر محققان، هرچند بین تناسب اندام و پذیرش اجتماعی، رابطه مستقیم وجود دارد؛ اما این تناسب اندام بیشتر به وسیله ورزش، جراحی و سایر روش‌ها حاصل می‌شود و رژیم غذایی یک مسئله شخصی می‌باشد و تأثیر آن در پذیرش اجتماعی، ضعیف و قابل چشم‌پوشی است؛ همچنین در هیچ یک از فاکتورهای پذیرش اجتماعی، نوع غذا و رژیم غذایی جایگاهی ندارد و نمی‌تواند رابطه‌ای داشته باشد. در میان افراد متأهل و مجرد نیز متأهل‌ها پذیرش اجتماعی بالاتری نسبت به افراد مجرد دارند. در این میان بین متغیر سن و پذیرش اجتماعی، ارتباط معناداری به دست نیامد و فرضیه ارتباط بین متغیر سن و پذیرش اجتماعی رد

شد. یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین جنسیت و میزان پذیرش اجتماعی، نشان‌دهنده این است که میانگین پذیرش اجتماعی دانشجویان پسر بیشتر از میانگین پذیرش اجتماعی دانشجویان دختر است. بین جنسیت و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود ندارد و نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) همخوانی دارد. در رابطه با متغیر تأهل می‌توان گفت که میزان پذیرش اجتماعی در دانشجویان متأهل بیشتر از دانشجویان مجرد است. با توجه به اینکه صرف تأهل، هیچ تضمینی برای وجود مزیت اخلاقی، کاری و تحصیلی برای فرد ایجاد نمی‌کند، ارتباط بین وضعیت تأهل و پذیرش اجتماعی نامحتمل است. میزان پذیرش اجتماعی دانشجویان شاغل نیز بیشتر از دانشجویان غیرشاغل است. با توجه به اینکه بیکاری ریشه بیشتر ناهنجاری‌های اجتماعی، بزهکاری، طلاق، اعتیاد، جرم و ... می‌باشد و با توجه به اینکه افراد شاغل علاوه بر درآمدزایی بیشتر، توان بیشتری برای خدمت به جامعه و هموعان خود دارند از پذیرش اجتماعی بالاتری برخوردار هستند؛ در نتیجه بین طبقه اقتصادی- اجتماعی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد. نتایج این فرضیه با تحقیق گروث و همکاران (۲۰۰۹) همخوانی دارد. به نظر محققان، افراد با طبقه اجتماعی بالاتر بیشتر مشاغل و موقعیت‌های اجتماعی و اقتصادی را کسب می‌کنند و به تبع آن، پذیرش اجتماعی بالاتری خواهند داشت، ضمن اینکه به لحاظ برخورداری از امکانات اقتصادی و مالی بیشتر از تحصیلات بالاتری نیز برخوردارند که در این پژوهش، رابطه مستقیم آن با پذیرش اجتماعی اثبات شد.

بین رشته تحصیلی و پذیرش اجتماعی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد. نتایج این فرضیه با تحقیق راسخ و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی ندارد؛ اما با نتایج پژوهش اخلاصی و فاتحی (۱۳۸۷) همخوانی دارد؛ یعنی با سطح اطمینان بالا می‌توان گفت که بین مقطع تحصیلی و پذیرش اجتماعی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. افزایش سطح تحصیلات هم باعث افزایش درک اجتماعی می‌شود، هم الگوی زندگی را به سمت کمال تغییر می‌دهد و هم باعث کسب مشاغل بهتر می‌شود؛ یعنی به صورت مستقیم و غیرمستقیم، پذیرش اجتماعی را بالاتر می‌برد.

منابع و مآخذ

الف) فارسی

- آقایی، سحر؛ (۱۳۸۲)، بررسی جامعه‌شناختی آرایش و جراحی‌های زیبایی در سطح تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- ابراهیمی، قربانعلی و آرش ضیاءپور؛ (۱۳۹۱)، «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۳، ش ۴۵.
- _____ و عباس بهنوئی گدنه؛ (۱۳۸۹)، «سرمایه فرهنگی مدیریت ظاهر و جوانان»، زن در توسعه و سیاست، دوره هشتم، شماره سوم.
- احمدنیا، شیرین؛ (۱۳۸۴)، «جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان»، نشریه فصل زنان، شماره پنجم، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- ادیبی سده، حسین و عبدالمعبود انصاری؛ (۱۳۸۳)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: دانژه.
- ادیبی سده، مهدی، مهدی عزیزاده و کمال کوهی؛ (۱۳۹۰)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان»، مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، دوره ۹، شماره ۳، ۵۸-۳۵.
- اسکیدمور، ویلیام؛ (۱۳۷۵)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تفکر نظری در جامعه‌شناسی، ترجمه علی محمد حاضری و دیگران، تهران: تابان.
- چاوشیان، حسن؛ (۱۳۸۱)، «بدن به مثابه رسانه هویت»، جامعه‌شناسی ایران، دوره چهارم، شماره چهارم، ۷۵-۵۷.
- حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی؛ (۱۳۸۷)، «سبک زندگی و پوشش زنان در شهر تهران»، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱، شماره ۱، ۹۲-۶۵.
- ذکایی، محمدسعید؛ (۱۳۸۷)، «جوانان بدن و فرهنگ تناسب»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱، شماره ۱ (پیاپی ۱)، صص ۱۱۷-۱۴۱.
- ذکایی، محمدسعید و حمیده فرزانه؛ (۱۳۸۷)، «زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهران»، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره دوم، شماره ۱۱، ۴۵-۶۱.
- راسخ، کرامت‌الله، معصومه میری و سیدمسعود ماجدی؛ (۱۳۸۹)، «بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز)»، زن و مطالعات خانواده، شماره ۱۰، ۵۹-۳۵.
- ریتزر، جورج؛ (۱۳۷۴)، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.

- فاتحی، ابوالقاسم و ابراهیم اخلاصی؛ (۱۳۸۷)، «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی: زنان شهر شیراز)، مطالعات راهبردی زنان، سال ۱۱، شماره ۴۱، ۹-۴۲.
- قاسمی، سمیه؛ (۱۳۸۹)، عوامل مؤثر بر گرایش افراد به جراحی زیبایی با تأکید بر جنسیت (مطالعه موردی: شهر تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات زنان، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- گنجی، کامران، مهرداد نوابخش و رزیتا ذبیحی؛ (۱۳۹۰)، «رابطه سبک‌های هویت و سلامت اجتماعی با رفتار کمک‌طلبی در دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در ریاضیات»، روانشناسی تربیتی، شماره ۲۲، ۹۵-۱۲۳.
- گیدنز، آنتونی؛ (۱۳۸۵)، تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- لوپز، خوزه و جان اسکات؛ (۱۳۸۵)، ساخت اجتماعی، ترجمه حسین قاضیان، تهران: نی.

ب) انگلیسی

- Britton, Ann Marie (2012), The Beauty Industry's Influence on Women in Society. University of New Hampshire Scholars' Repository. Honors Theses. Paper 86.
- Clarke, Laura Hurd & Griffin, Meredith (2007), "The body natural and the body unnatural: Beauty work and aging", Journal of Aging Studies, No 21: 187 - 201.
- Groth, M. V., Fagt. S., Stockmarr. A., Matthiessen. J., & Biltoft- Jensen. A. (2009). Dimensions of socioeconomic position related to body mass index and obesity Danish women and men. Scandinavian Journal of Public Health, 37, 418-426.
- Jung, Jaehee and Lee, Seung-hee (2006). Cross cultural comparisons of appearance self-schema, body image self-esteem and dieting behaviours between Korea and US women, family and consumer sciences research journal, Vol. 34, pp. 350-365.
- Lennon, Sharron j & Rudd, Nancy A (2000), Body Image and Appearance-Management Behaviors in college Women clothing and Textiles

Research Journal, 18:152,162.

- Shilling. (1993). Body and Social Theory. London. Sage Publication.

- Synnot, Anthony (1990), "Truth and Goodness, Mirrors and Masks, part II: Sociology of Beauty and Face.", British Journal of Sociology, Vol.41, No.4.

- Synnot, Anthony (1988), "Truth and Goodness, Mirrors and Masks, part I: Sociology of Beauty and Face.", British Journal of Sociology, Vol.40, No.4.

