

◇ فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ

سال پنجم، شماره هجدهم . زمستان ۱۳۹۲

صفحات: ۶۹-۵۵

تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۳/۳۰- تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۶

رابطه ی ابعاد سرمایه ی فرهنگی و مدیریت بدن در زنان

هابیل حیدرخانی*

لیلا حاجی آقایی**

غلامعباس رحمانی***

چکیده

با توجه به اهمیت موضوع زیبایی و بدن به ویژه در جامعه ی معاصر هدف این پژوهش بررسی ابعاد مختلف سرمایه ی فرهنگی و مدیریت بدن در میان زنان شهر کرمانشاه بود. جامعه آماری پژوهش زنان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه بود. تعداد ۳۲۰ نفر از آنان به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. این پژوهش با استفاده از روش میدانی، تکنیک پیمایشی و ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته در زمینه سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن بود. در جهت پاسخگویی به سؤال اصلی این پژوهش به بررسی و تحلیل رابطه میزان کل و همچنین ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی چون سرمایه فرهنگی (بعد تظاهرات رفتاری)، سرمایه فرهنگی (بعد سرمایه فرهنگی عینیت یافته)، سرمایه فرهنگی (بعد معلومات درونی شده)، همچنین پایگاه اقتصادی، سن و وضعیت تأهل به عنوان متغیرهای مستقل و مدیریت بدن در میان زنان به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد. نتایج تحقیق با استفاده از روش آماری ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره حاکی از آن بود که به جز متغیر سن، بین تمامی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه مثبت و مستقیم معناداری وجود دارد.

کلید واژگان: مدیریت بدن، سرمایه فرهنگی، زنان.

*مدرس گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور شهرستان گیلان غرب. (نویسنده مسئول):

com.yahoo@heidarkhani-h

**عضو هیئت علمی گروه جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.

***دانشجوی دکتری جامعه شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان.

مقدمه

نگاهی به سلسله مراتب ارزش‌های اجتماعی جوامع مختلف در دوره‌های گوناگون نشان می‌دهد، زیبایی یکی از ارزش‌های مهم اجتماعی با مصادیق و جلوه‌های بسیار متنوع است و معمولاً بر آن تأکید بسیار زیادی می‌شود. به گونه‌ای که محرومیت از آن می‌تواند به لحاظ جامعه‌شناختی موجب محرومیت از بسیاری از مزایای اجتماعی شود و به لحاظ روان‌شناختی افراد را دچار ناکامی و پیامدهای منفی پس از آن کند. این ارزش در کنار ارزش‌های مهم دیگری نظیر امنیت^۱، احترام و آزادی به شیوه‌های مختلفی قابل حصول است که یکی از مهمترین آنها مصرف به شمار می‌رود. مصرف در حقیقت یکی از راه‌کارهای مهم انسان امروز برای دستیابی به هویت و بیان تمایز محسوب می‌شود که جلوه‌های آن در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی امروز از نوع غذاهای مصرفی گرفته تا نحوه گذران اوقات فراغت یا حتی طرح و نقشه محل سکونت آشکار است. انسان امروز تمامی تلاش خود را به کار می‌گیرد تا دیده و پسندیده شود تا بتواند به طور ناخودآگاه، اندکی از مرارت‌های ناشی از قفس آهنین تنهایی و غریبگی جهان بکاهد (حیدری چروده و کرمانی، ۱۳۹۰).

در سال‌های اخیر بدن انسان به عنوان یک موضوع مهم مورد مطالعه جامعه‌شناسان معاصر قرار گرفته است. اهمیت بدن نه تنها در تحقیقات تجربی، بلکه در تئوری پردازی‌های جامعه‌شناختی آشکار شده است. در میان جامعه‌شناسان پیشین، تنها «زیمل»^۲ و «وبلن»^۳ و بعدها «مارسل موس»^۴ و «مید»^۵ به میزان زیادی علاقه مند به بررسی موضوع این موضوع بودند. این دغدغه‌ی خاطر، امروز در حوزه‌ی «جامعه‌شناسی بدن»^۶ قابل پیگیری است (ساینوت^۷، ۱۹۹۰؛ نقل از فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷).

زیبایی و صورت تا آنجا که تجربه و تحقیقات علمی نشان می‌دهد نماد و نشانه قدرتمندی «خود» هستند. برایان ترنر^۸ بر این باور است که بدن در نظام‌های اجتماعی مدرن زمینه اصلی فعالیت فرهنگی و سیاسی گردیده 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 (ولینگتون^۹ و همکاران، ۲۰۰۱).

1. Security

2. Simmel

3. Veblen

4. Marcel mouse

5. Mead

6. Sociology of the body

7. Synnot

8. Brian Turner

9. Wellington

وضع بدن در جامعه ی مصرفی متضمن نوعی علاقه تجاری، نمایشی و آرایشی به آن است. در این جامعه، وضع بدن باید متناسب، لاغر و جوان نگه داشته شود. در جامعه ما، فراگیر شدن پدیده آرایش دختران و زنان در عرصه زیست اجتماعی و استفاده از لباس هایی که در آنها سه خصوصیت چسبان، کوتاه و بدن نما بودن به وضوح قابل مشاهده است با بافت اجتماعی، هنجاری، عرفی و قانونی جامعه که هر نوع کامجویی زن و مرد از یکدیگر را در چارچوب تشکیل خانواده تعریف می کند در تعارض آشکار است (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷) و بنابراین توجه به آن در چارچوب فرهنگ دارای اهمیت وافر است.

بیان مسئله

با افزایش اهمیت خود که از محصولات جامعه مدرن است بدن به عنوان واضح ترین و آشکارترین حامل خود، جایگاه خاصی پیدا کرده است که توجه مجدد به بدن و رواج آن در متون جامعه شناسی دو دهه ی اخیر مباحث گسترده ای را حول محور موضوعاتی نظیر هویت، مصرف، سبک زندگی و زیبایی در نظریه پردازی های اجتماعی برانگیخته است و الگوهای دخیل در مدیریت بدن را همچون سایر حوزه های زندگی آدمی تحت سلطه قرار داده است که می توان از جامعه ی بدنی (ترنر^{۱۰}، ۱۹۹۴) و یا عصر بدن سخن گفت (ذکایی، ۱۳۸۶). امروزه افراد طبقات مختلف به بدن و ظاهر بیرونی آن توجه فزاینده ای نشان می دهند. بطوریکه همگان (به خصوص زنان) بدن، چهره و فیزیک ظاهر خود را مطابق با الگوهای زیبایی مورد تبلیغ و پذیرش جامعه تغییر می دهند. کنترل بر بدن و توجه به ترکیب، تزئین و هیبت ظاهری و بیرونی آن، ابزاری است که به جوانان به ویژه دختران امکان می بخشد روایت مشخصی از هویت شخصی را حفظ کنند و آن را در معرض تماشای دیگران قرار دهند. بدین ترتیب، فرهنگ بدن بیانگر اهمیت فزایندهای است که بدن به مثابه کانونی برای تعامل و باز اندیشی فرد نسبت به خویش یافته است (ذکایی، ۱۳۸۵).

مطالعات اجتماعی و فرهنگی بدن را عرصه ای جدی برای نظریه پردازی و مطالعات تجربی ساخته است. رویکردهای مختلف، مکانیسم ها و فرایندهای متفاوتی را موجب توجه افراطی به بدن و نارضایتی از آن معرفی می کند که جنبه های فردی، اجتماعی، ایدئولوژیک^{۱۱}، زبانی، روابط قدرت و موارد مشابه را در بر می گیرد. بدین سان، فرهنگ بدن^{۱۲} را باید منظری دانست که به کمک آن می توان تحولات فرهنگی و روند آنها را ارزیابی کرد. بدن عرصه ای برای باز آفرینی فرهنگی و اجتماعی است و روشنگر روابط قدرت و نحوه تاثیرگذاری آن بر تفاوت ها و نابرابری های اجتماعی است، بنابراین مدیریت بدن باید به عنوان یک مسئله ی اجتماعی مهم مورد بررسی و عوامل مهم تأثیرگذار بر آن از جمله میزان سرمایه فرهنگی^{۱۳} افراد مورد توجه قرار بگیرد. در همین

¹⁰ . Tuner

¹¹ . Ideological

¹² . Body Culture

¹³ . Cultural capital

راستا پژوهش حاضر در پی این هدف اصلی است تا به تأثیر ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی و همچنین متغیرهای جمعیتی به عنوان متغیر مستقل بر مدیریت بدن در میان زنان شهر کرمانشاه به عنوان متغیر وابسته بپردازد.

پیشینه پژوهش

ابراهیمی و بهنونی‌گدنه (۱۳۸۹) پژوهشی با عنوان «سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر)» را به انجام رساندند. نتایج به‌دست آمده بیان گر آن است که مدیریت ظاهر در میان جوانان از اهمیتی ویژه برخوردار است. همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیات حاکی از آن است که هرچه میزان سرمایه‌ی فرهنگی افراد بیشتر باشد، نحوه‌ی مدیریت ظاهر نیز در میان دختران و پسران جوان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از سوی دیگر، نتایج نشان داد که الگوی رایج مدیریت ظاهر در میان جوانان، متأثر از نوگرایی و مؤلفه‌های مرتبط با دنیای مدرن است.

- ادیبی سده و دیگران (۱۳۹۰) پژوهشی تحت عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز» را به انجام رساندند. یافته‌ها نشان داد که: مدیریت بدن در میان زنان ۱۵ ساله و بالاتر تبریز از سطح متوسط به پایینی برخوردار است و بین متغیرهای مقایسه اجتماعی بدن، گروه‌های مرجع، سرمایه فرهنگی، اقتصادی، سن، تحصیلات و مدیریت بدن در میان زنان همبستگی معناداری وجود داشته و این متغیرها توانسته‌اند تا ۳۷ درصد از واریانس مدیریت بدن را تبیین کنند.

- راسخ و دیگران (۱۳۸۹) پژوهشی را با عنوان «بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز)» به انجام رساندند. هدف این تحقیق بررسی نگرش دانشجویان دختر نسبت به مدیریت بدن و عوامل تأثیرگذار بر آن در میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز است. جمعیت نمونه این تحقیق با استفاده از فرمول لین به میزان ۳۷۰ نفر از میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز تعیین گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد 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، مصرف گرایی، کسب هویت، لذت طلبی و سبک زندگی، ارتباط معنادار وجود دارد. این در حالی است که بین نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن و عواملی مانند سن، اشتغال حین تحصیل، تاهل و مقطع تحصیلی ارتباط معناداری دیده نشد.

- رضایی و دیگران (۱۳۸۹) پژوهشی تحت عنوان «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران» را به انجام رساندند. در این پژوهش آمده است که اهمیت یافتن بدن و متعاقب آن بازتابی شدن هویت بدنی افراد از پیامدهای اساسی جامعه مصرفی^{۱۴} است که در آن افراد با تغییر ویژگی‌های ظاهری بدن خود مبادرت به ساخت بدن اجتماعی یعنی بدنی که از نظر وضعیت ظاهری، آرایشی و پوششی مقبول نظام اجتماعی است، می‌نمایند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل مستقیم موثر در مدیریت

14 . Consumer society

بدن عبارت اند از: مصرف گرایی، فشار اجتماعی و مصرف رسانه ای؛ این سه عامل ۸۳ درصد تغییرات متغیر وابسته را تعیین می نمایند.

- گروه^{۱۵} و دیگران (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «ابعاد موقعیت اجتماعی- اقتصادی مرتبط با شاخص توده ی بدن و چاقی در میان زنان و مردان دانمارکی»، به تعاملات بین ابعاد مختلف و تفاوت های جنسیتی پرداخته اند. نتایج نشان می دهد آموزش بعدی بود که ثابت ترین ارتباط را با شاخص توده ی بدن و چاقی داشت که حاکی از اهمیت سرمایه ی فرهنگی در وضعیت وزنی است. الگوهای ویژه ی جنسی نشان دهنده ی خیز اجتماعی قویتری برای زنان است و نشان می دهد که افزونی مرتبط با وزن بدن برای زنان با شرایط مادی و اجتماعی نامساعد مرتبط است، اما این برای مردان صدق نمی کند. استراتژی سلامت عمومی برای جلوگیری و کاهش چاقی باید ویژه ی جنسی و بر گروه های با آموزش اندک متمرکز باشد و با هنجارهای فرهنگی یکی شود (نقل از ابراهیمی و بهنوئی گدنه، ۱۳۸۹).

- گروه تحقیقاتی داو^{۱۶} (۲۰۰۴) در پژوهشی با عنوان «زیبایی نقادانه» طی بررسی ۳۲۰۰ زن از ۱۰ کشور جهان در گروه سنی ۱۸ تا ۶۴ سال که به صورت پیمایش تلفنی انتخاب شده بودند، دریافتند که ۴۴ درصد از زنان بر این باور هستند که زیبایی مقوله ای فراتر از ویژگی های جسمانی است. یافته های همین تحقیق نشان می دهد زنان، مفهوم زیبایی را به عنوان ویژگی های جسمانی ذاتی، امری کهنه و منسوخ دانسته و در عوض موقعیت ها و تجربیات را به عنوان عامل توانمندساز در احساس زیبایی در نظر گرفته اند و از دیگر نتایج تحقیق این است که ۲۱ درصد از زنان با خرید محصولات زیبایی و ۱۷ درصد از زنان با نگاه کردن به مجلات مد، زیبایی را تجربه می کنند (تونی^{۱۷}، ۲۰۰۴). همچنین تحقیق مذکور بیان می دارد از آنجا که از یک سو دائماً در رسانه های جمعی مفهوم تقلیل یافته زیبایی مورد استعمال واقع می شود و به دیگر مؤلفه های آن نظیر خوشحالی، مهربانی، تعقل، عشق و درک خود، توجهی نمی گردد و از سوی دیگر آن کیفیت خاصی از زیبایی که در رسانه ها مورد تأکید قرار می گیرد، غیرقابل دسترسی است، بیشتر زنان، خصوصاً زنان و دختران جوان تر که الگوهای خود را از فرهنگ عمومی اخذ می کنند، دچار نوعی افسردگی و خود کم بینی و اعتماد به نفس پایین می گردند.

- راد و لنون^{۱۸} (۲۰۰۰) در تحقیق دیگری با عنوان «رابطه ی بین نگرش به نقشهای جنسیتی، رضایت از بدن، عزت نفس و مدیریت ظاهر در زنان» به بررسی این موضوع در بین دانشجویان دانشگاه پرداختند. یافته های تحقیق نشان می دهد که: نحوه ی نگرش به نقش جنسیت و رضایت از بدن رابطه ی مثبتی با عزت نفس دارد؛ رضایت از بدن همبستگی بیشتری با عزت نفس دارد تا نگرشهای سنتی به نقشهای جنسیتی؛ زنانی که دارای عزت نفس بالایی هستند، نسبت به زنانی که عزت نفس پایینتری دارند، کمتر درگیر

¹⁵ . Grouth

¹⁶ . Dow Research Group

¹⁷ . Toni

¹⁸ . Rudd & Lennon

فرایند مدیریت ظاهر می‌شوند؛ زنانی که دارای نگرش سنتی به نقش‌های جنسیتی و زنانی که دارای نگرش غیر سنتی به نقش‌های جنسی هستند، به مدیریت ظاهر توجه دارند؛ و اینکه توجه زیاد به مدیریت ظاهر با عزت نفس رابطه معکوسی دارد.

- گلرزر^{۱۹} (۱۹۹۲، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۸) به مطالعه‌ی تحت عنوان «تصویر بدن زنان و حقوق» دست زد. گلرزر در مطالعه خود بر این باور است که زنان نیاز روانشناختی قوی برای حفظ و تعقیب زیبایی و ارتقاء جذابیت خود دارند. آنها در مقایسه با مردان نسبت به تصویر بدن حساستر هستند. به باور وی این وضعیت در فرهنگها و نژادهای مختلف یکسان است و ایده‌های خاص درباره جذابیت در این فرهنگها وجود دارند. وی با تمرکز بر جامعه آمریکا مدعی است که در طول پنجاه سال گذشته ایده زیبایی، استاندارد لاغرتر بودن را برای بدن زنانه دیکته کرده است.

مبانی نظری

داگلاس^{۲۰} یکی از صاحب‌نظران حوزه‌ی انسان‌شناسی بدن را به مثابه یک متن فرهنگی در نظر می‌گیرد که ارزش‌های فرهنگی، اشتغالات و اضطرابات یک فرهنگ خاص را منعکس می‌سازد و تجلی عینی بدن می‌بخشد (ذکایی، ۱۳۸۵) و از طریق آن می‌توان یک نظام را شناخت. بدن مملو از نمادها و استعاره‌هاست و در آن می‌توان مطابقتی میان استقرار محدودیت‌های جسمانی در یک طرف و نظم اجتماعی در طرف دیگر مشاهده نمود. او بدن انسان را ابزار تفکر در خصوص روابط استعاره‌ای دانسته و معتقد است که بدن انسانی، منبع مهمی از استعاره‌ها درباره سازمان یافتگی و سازمان نیافتگی جامعه است. بنابراین بدن^{۲۱} های سازمان نیافته، سازمان یافتگی جامعه را نشان می‌دهد (ترنر^{۲۱}، ۱۹۷۸).

محور نگاه انسان‌شناسی^{۲۲} داگلاس پرسش از بدن به مثابه‌ی نظام طبقه‌بندی می‌باشد. داگلاس بیش از هر کسی توانسته است ویژگیهای نمادین بدن را آشکار سازد. بدن اجتماعی، شیوه‌هایی که در آن بدن درک می‌شود و تجربه‌ی فیزیکی بدن را مشخص می‌کند؛ که خود این تجارب از طریق طبقه‌بندی‌های اجتماعی تعیین و اصلاح می‌شوند. نوعی مبادله‌ی مداوم معانی بین این دو نوع از تجربه‌ی بدنی وجود دارد (داگلاس^{۲۳}، ۱۹۷۰).

داگلاس در اثر کلاسیک خود با عنوان خطر و خلوص به شرح شیوه‌هایی می‌پردازد که بر اساس آن بدن همچون نمادی از جامعه عمل می‌کند و اینچنین استدلال می‌کند که بدن مدلی است که می‌تواند بیانگر هرگونه نظام اجتماعی مشخص باشد. وی نوعی مبادله‌ی پیاپی در معانی بین بدن جسمانی و اجتماعی تشخیص می‌دهد و معتقد است که هر یک، دیگری را تقویت می‌کند. گاهی این دو بدن آن چنان بهم نزدیک می‌شوند که تقریباً یکی می‌شوند و گاهی نیز بسیار فاصله دارند (ذکایی و فرزانه، ۱۳۸۷).

19 . Glaser

20 . Douglas

21 . Tuner

22 . Anthropology

23 . Tuner

به اعتقاد گیدنز بدن فقط ابزاری برای منش و واکنش های موضعی نیست، بلکه دستگاهی طبیعی است که صاحبش باید به دقت از آن مراقبت کند. این دستگاه دارای حیثیت است که صاحبش باید به دقت از آن مراقبت کند. این دستگاه دارای حیثیت است و سرچشمه ی بسیاری از رنج ها و لذت ها محسوب می شود.

از نظر او البسه و پوشاک تابع نوعی رژیم هستند به گونه ای که در همه ی فرهنگ ها لباس چیزی بیشتر از وسیله ای ساده برای حفاظت از بدن است. لباس، آشکارا ابزاری برای عرصه نمادین خویشتن است یا نوعی شکل دادن به قالب بیرونی روایت که شخص برای هویت شخصی خود برگزیده است. به بیان گیدنز، رژیم های غذایی برای هویت اهمیت بنیادین دارند چون عادت های رفتاری را با بعضی از جنبه های مشهود ظواهر بدن مرتبط می سازند. آداب و رسوم غذا خوردن در نفس خود نمایشگاهی از عادت های آیینی است، اما بر شکل و شمایل بدنی تأثیر می گذارند و احتمالاً اطلاعاتی نیز درباره پیشینه شخص و در مورد تصویری که از خود ساخته و پرداخته است به دست می دهند (گیدنز^{۲۴}، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۸). به علاوه گیدنز تا آنجا پیش می رود که بدن را جزئی از یک نظام کنشی^{۲۵} می داند و نه یک شیء متصل. بدین معنا که معتقد است بازتابندگی خود تا محدوده ی بدن ما نیز امتداد می یابد.

به نظر گیدنز نظارت بر فرایندهای جسمانی جزء ذاتی نوعی توجه بازتابی مداوم است که فاعل باید نسبت به رفتار خویش نشان دهد. از نظر او آگاهی یافتن به وضع و حال کلی بدن، مشتمل بر خبرگیری از ضرورت ورزش و تمرین های مشخص با رژیم غذایی است. به عبارتی در مجموع، از نظر گیدنز ما باید قادر باشیم نظارتی مداوم و موفقیت آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم (ابراهیمی و بهنوئه گدنه، ۱۳۸۹).

وبلن اولین کسی بود که تئوری جامعه شناختی راجع به زیبایی را ارائه کرد. ویلن با این ادعا که برای بدست آوردن و حفظ اعتبار، فقط داشتن ثروت یا قدرت کافی نیست، ثروت یا قدرت باید نشان داده شوند زیرا اعتبار فقط با آشکار کردن آنها بدست می آید، اضافه می کند «در تمامی دوره های تکامل فرهنگی به جز در نخستین مرحله، احترام شخصی یک انسان متعارف، به وسیله پیرایه ای تجملی و برکناری از وظایف دون پایه تأمین و تایید می شود» و بدین سان زمینه ای جدید برای پرداختن به موضوع زیبایی و مصادیق آن از نظر جامعه شناختی ایجاد می کند. ویلن با طرح مفاهیمی چون «مصرف تظاهری»^{۲۶} و «قانون اعتبار و اشتهار»^{۲۷} اذعان می دارد از یک طرف سودمندی اشیاء مطابق با زیبایی شان ارزیابی می شوند و از طرف دیگر این زیبایی رابطه به شدت تنگاتنگ با گرانی آن اشیاء دارد. با بستگی های آراستگی مالی بر تصور بشر از زیبایی و سودمندی کالاها به منظور استفاده کاری یا بهره گیری از زیبایی آنها تأثیر گسترده و قابل توجه داشته اند. کالاهایی برای مصرف کردن برتر هستند که بتوان آن ها را به طور تظاهری ضایع کرد، هر کالا به میزان

24 . Giddens

25 . System action

26 . Conspicuous consumption

27 . The low of Reputable

اینکه چقدر قابل ضایع کردن و تا چه اندازه برای کار کردن نامناسب است، همان حد سود بخش تصور می‌شود. فایده کالاها از لحاظ ارزش زیبایی بستگی به میزان گرانبهائی آنها دارد (وبلن^{۲۸}، ترجمه ارشاد، ۱۳۸۳).

او در مورد ارزش زیبایی شناختی و رابطه‌اش با گرانی و منزلت مثال‌هایی آورده و ابتدا به قاشق می‌پردازد و سپس براساس زیباشناختی پارک، چمن‌زار، گربه‌ها و سگ‌ها به توضیح تئوری‌اش می‌پردازد. وبلن سپس به لباس مردان (کشیش‌ها) و مخصوصاً لباس زنان توجه نشان می‌دهد و در نهایت به توضیح آرمان زیبایی زنانه می‌پردازد: «آرمان زیبایی زنانه محتاج پاها و دست‌های کوچک و ظریف و کمری باریک است. این ویژگی‌ها نشان دهنده این است که شخص آنقدر پر تکلف است که ناتوان از اثرگذاری مفید بوده و باید به واسطه‌ی تنبلی ناشی از متعلقاتش توسط صاحبش حمایت شود. او بی‌استفاده ولی گرانبهاست و نتیجتاً برای نشان دادن توان مالی (صاحبش) گواهی ارزشمند است» (وبلن، ۱۹۵۳).

بورديو^{۲۹} تحلیل خود از بدن را به تولید و تبدیل سرمایه پیوند می‌زند. سهم بورديو در مفهوم‌سازی از سرمایه‌ی فیزیکی نیز تأثیر قابل ملاحظه‌ای در رشد جامعه‌شناسی بدن داشته است. بورديو سرمایه‌ی بدن را به مثابه‌ی یکی از انواع فرعی سرمایه‌ی فرهنگی، نوعی منبع فرهنگی می‌داند که در بدن سرمایه‌گذاری شده‌است (ذکایی، ۱۳۸۶).

بورديو معتقد است که هر کدام از سرمایه‌های فرد به ویژه سرمایه‌ی فرهنگی فرد بر نگرش وی به بدنش تأثیرگذار است. بورديو همچنین تولید سرمایه‌ی فیزیکی^{۳۰} را در گرو توسعه و گسترش بدن می‌داند که به موجب آن بدن حاصل ارزش در زمینه‌های اجتماعی قلمداد می‌گردد (شیلینگ^{۳۱}، ۱۹۹۳).

تبدیل سرمایه‌ی فیزیکی در واقع به معنای ترجمه و تفسیر حضور بدنی بر اشکال گوناگون سرمایه‌ی اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی در میدان کار، فراغت و غیره می‌باشد. بورديو با در نظر گرفتن بدن به عنوان یک سرمایه‌ی فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد. از نظر بورديو طبقات اجتماعی مختلف با توجه به سرمایه‌ی ای که در اختیار دارند به شیوه‌های مختلفی با بدن خود برخورد می‌کنند. مراقبت‌های پزشکی و کنترل‌های عمومی بدن، رعایت رژیم‌های غذایی، ورزش، مشاوره با پزشکان و... رفتارهایی هستند که درباره‌ی افراد متعلق به طبقات مختلف، متفاوت است. افراد طبقات بالاتر یا طبقات مرفه‌تر فرصت و شانس بیشتری برای مراقبت از بدن خود دارند و در این زمینه آموزش‌های دقیق‌تری دریافت کرده‌اند و در نتیجه از سطح سلامت بالاتری برخوردارند. تبدیل بدن به اشیاء و عاملیت‌های اجتماعی نیازمند کنش کار است و این کنش مردم را از نظر چگونگی نگاه‌داشت شکل جسمانی بدن و نیز ارائه‌ی آن تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

28 . Veblen

29 . Bordiv

30 . Physical capital

31 . Shilling

ناتمامی بدن^{۳۲} و نیز پروژه بودن آن برای افراد مدرن، از دیگر نکات مورد اشاره بوردیو در تحلیل بدن می‌باشد. بدن در اندیشه ی بوردیو ماهیت ناتمامی است که از یک سو حامل ارزش‌های نمادین بوده‌اند و از سوی دیگر توسعه و گسترش آن در ارتباط با نیروهای گوناگون اجتماعی صورت می‌پذیرد که این خود نیز برای نگهداشت نابرابری‌های اجتماعی امری حیاتی و ضروری می‌باشد (شیلینگ، ۱۹۹۳). پروژه بودن بدن متضمن این معناست که نمای ظاهری، اندازه، شکل و حتی محتویات بدن به‌طور بالقوه برای بازسازی در راستای طرح‌های دارنده‌ی بدن باز است. رژیم‌های غذایی مراقبت از خود تنها برای پیشگیری از بیماری نیستند بلکه علاقمند به این هستند تا احساس خوبی را درباره‌ی چگونگی به‌نظر رسیدن بدن از نگاه خود و دیگران به‌وجود آورند و از این روست که در واقع سلامتی با ظاهر بدنی و ارائه‌ی خود پیوند خورده‌است (اخلاصی، ۱۳۸۸).

روش تحقیق

جامعه آماری و جمعیت نمونه:

جامعه آماری این مطالعه کلیه ی زنان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه بود. ۳۲۰ نفر به عنوان نمونه از جامعه مذکور انتخاب شدند. روش نمونه گیری در این پژوهش شیوه نمونه گیری دو مرحله ای با استفاده از نمونه گیری خوشه ای و سپس نمونه گیری تصادفی ساده می باشد.

ابزار اندازه گیری

ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه می باشد. این پرسشنامه ها محقق ساخته است و متناسب با شاخص های هر متغیر طراحی شده است. بدین صورت که ابتدا شاخص سازی و بعد مطابق با شاخص ها گویه ها استخراج شد.

به منظور تهیه ی پرسشنامه ای که دارای روایی

لازم باشد مراحل زیر انجام شده است:

۱. مطالعه نظری پیرامون مباحث اصلی
۲. تعریف مفهومی متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق و تعیین شاخص های عینی آن
۳. تهیه ی سؤالاتی برای سنجش متغیر عمده تحقیق، که همان متغیر وابسته می باشد
۴. تهیه سؤالاتی برای هر یک از متغیرهای مستقل مورد نظر در این تحقیق
۵. تنظیم پرسشنامه به شکل نهایی و اجرای آن در بین ۳۰ نفر از دانشجویان بر اساس سهم آنها در جامعه آماری
۶. تعیین روایی و پایایی متغیرهای مختلف در پرسشنامه.
۷. حذف برخی سؤالات و گویه ها جهت افزایش اعتبار و پایایی پرسشنامه و تأیید نهایی توسط اساتید.

در این رابطه جهت اطمینان از اعتبار لازم به مشاوره و بهره گیری از نظرات اساتید و کارشناسان مربوطه و همچنین از آزمون آلفای کرونباخ جهت پایایی پرسشنامه اقدام شده است. ضریب آلفا برای متغیر سرمایه فرهنگی بعد تظاهرات رفتاری (۷/۴۵)، برای بعد

32 . unfinishedness od body

سرمایه فرهنگی عینیت یافته (۷۳/۷)، برای بعد معلومات درونی شده (۸/۰۳) می باشد. همچنین ضریب آلفا برای متغیر مدیریت بدن (۸/۸۴) می باشد.

یافته های پژوهش

توصیف آزمودنیها این پژوهش در جداول ذیل آورده شده است؛

جدول ۱. توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل

درصد	فراوانی	
۵۶/۵۶	۱۸۱	متأهل
۴۳/۴۴	۱۳۹	مجرد
۰/۱۰۰	۳۲۰	کل

جدول فوق نشان می دهد که ۵۶/۵۶ درصد پاسخگویان متأهل، ۴۳/۴۴ درصد، مجرد و ۰/۹۴ درصد نیز جدا از همسر بوده اند.



جدول ۲. توزیع فراوانی متغیر سن

سن	فراوانی	درصد
۱۵ تا ۱۹ سال	۳۵	۱۰/۹۳
۲۰ تا ۲۴ سال	۱۷۸	۵۵/۶۳
۲۵ تا ۲۹ سال	۱۰۷	۳۳/۴۴
تعداد کل	۳۲۰	۱۰۰/۰

جدول فوق نشان می دهد که ۱۰/۹۳ درصد پاسخگویان دارای سن ۱۵ تا ۱۹ سال، ۵۵/۶۳ درصد پاسخگویان دارای سن ۲۰ تا ۲۴ سال، ۳۳/۴۴ درصد پاسخگویان دارای سن ۲۵ تا ۲۹ سال هستند.

جدول ۳. توزیع فراوانی متغیر مدیریت بدن

متغیرهای پژوهش	شاخص های توصیفی		وضعیت مؤلفه			
	میانگین	انحراف معیار	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد
آرایش صورت	۴	۰/۸۳	۱۰	۱۵	۴۵	۱۴۵
جراحی زیبایی	۳/۵۷	۰/۸۸	۳۰	۳۶	۶۰	۱۰۹
لباس های اندامی و رنگی	۳/۶۵	۰/۹۱	۱۲	۵۶	۶۰	۱۰۴
میانگین نمره کل مدیریت بدن	۳/۷۴	۰/۸۳	۱۷	۳۷	۵۵	۱۱۷

یافته ها نشان می دهد که در بین شاخص های مدیریت بدن، آرایش صورت دارای بیشترین میانگین ($X=4$) و جراحی زیبایی دارای کمترین میانگین ($X=3/57$) می باشد. همچنین وضعیت کلی مؤلفه های مدیریت بدن نشان می دهد که در همه مؤلفه ها، پاسخگویان اذعان داشته اند که از نظر آنها مدیریت بدن بیش از حد متوسط ($X=3$) می باشد، نمره کل میزان کل مدیریت بدن بیانگر این امر است که نمره کل مدیریت بدن بیش از حد متوسط ($X=3/74$) و تقریباً نزدیک به زیاد می باشد.

جدول شماره ۴. آمار توصیفی سرمایه فرهنگی

متغیرهای پژوهش	شاخص های توصیفی		وضعیت مؤلفه			
	میانگین	انحراف معیار	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد
تظاهرات رفتاری	۴/۱۱	۰/۹۷	۱۰	۹	۴۱	۱۳۳
سرمایه عینیت یافته	۳/۹۶	۰/۹۴	۱۰	۲۵	۵۰	۱۱۵
معلومات درونی شده	۳/۸۹	۰/۹۳	۱۵	۲۵	۴۹	۱۲۱
نمره کل سرمایه فرهنگی	۳/۹۸	۰/۹۲	۱۲	۲۰	۴۴	۱۲۴

یافته ها نشان می دهد که در بین شاخص های سرمایه فرهنگی، تظاهرات رفتاری دارای بیشترین میانگین ($X=4/11$) و معلومات درونی شده دارای کمترین میانگین ($X=3/89$) می باشد. همچنین وضعیت کلی مؤلفه های سرمایه فرهنگی نشان می دهد که در همه مؤلفه ها، پاسخگویان اذعان داشته اند که سرمایه فرهنگی در اصفهان بیش از حد متوسط ($X=3$) می باشد، نمره کل میزان سرمایه فرهنگی بیانگر این امر است که سرمایه فرهنگی در حدود زیادی ($X=3/98$) می باشد. فرضیه ۱: بین تظاهرات رفتاری و مدیریت بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۵. همبستگی ساده بین تظاهرات رفتاری و مدیریت بدن

متغیرهای پژوهش	مدیریت بدن	
	ضریب همبستگی	سطح معناداری
تظاهرات رفتاری	۰/۳۷	۰/۰۰۰

نتایج جدول ۵ نشان می دهد بین بعد تظاهرات رفتاری سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در میان دختران رابطه وجود دارد ($t=0/37$). بنابراین فرضیه اول تأیید می شود.

فرضیه ۲: بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۶. نتایج ضریب همبستگی ساده سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن

مدیریت بدن		متغیرهای پژوهش
سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۴۵	سرمایه فرهنگی عینیت یافته

نتایج جدول ۶ نشان می دهد بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن رابطه معناداری وجود دارد ($t=0/45$). بنابراین فرضیه دوم تأیید می شود.

فرضیه ۳: بین معلومات درونی شده و مدیریت بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۷. نتایج ضریب همبستگی ساده معلومات درونی شده و مدیریت بدن

مدیریت بدن		متغیرهای پژوهش
سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۲۸	معلومات درونی شده

نتایج جدول ۷ نشان می دهد بین بعد معلومات درونی شده سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن، به لحاظ آماری رابطه معناداری وجود دارد ($t=0/38$). بنابراین فرضیه سوم تأیید می شود.

فرضیه ۴: بین میزان کل سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۸. نتایج ضریب همبستگی ساده معلومات درونی شده و مدیریت بدن

مدیریت بدن		متغیرهای پژوهش
سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۳۹	سرمایه فرهنگی

نتایج جدول ۸ نشان می دهد بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن، به لحاظ آماری رابطه معناداری وجود دارد ($t=0/39$). بنابراین فرضیه چهارم تأیید می شود.

فرضیه ۵: بین مولفه های سرمایه فرهنگی با تبیین مدیریت بدن زنان رابطه چندگانه وجود دارد.

جدول ۹. آزمون رگرسیون چندگانه

DW	F	R ^۲	R	Tol	VIF	sig	t	β	B	متغیرهای پیش بین
۱/۸۸	۲۱/۸۹	۰/۳۷	۰/۶۰	۰/۷۸۵	۱/۲۷	۰/۰۰۴	۲/۹۵	-	۰/۲۹۱	مقدار ثابت
				۰/۸۴۶	۲/۲۵	۰/۰۰۲	۳/۴۷	۰/۴۰۴	۰/۴۰۴	تظاهرات رفتاری
				۰/۷۷۳	۱/۸۷	۰/۰۰۰	۳/۹۸	۰/۴۰۹	۰/۴۴۴	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
				۰/۷۷۶	۱/۴۴	۰/۰۱۲	۲/۵۷	۰/۲۶۸	۰/۲۳۳	معلومات درونی شده

طبق جدول ۹ یافته ها نشان می دهد که تمامی مولفه های مدل، دارای مقادیر t بیشتر از ۲ و مقدار سطح معنی داری کمتر از 0/05 هستند. بنابراین این متغیرها پیش بینی کننده

مدیریت بدن هستند. در این مدل قویترین پیش بینی کننده، متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته است که مقدار تاثیر آن برابر 0/409 است ($\beta=0/409$). لازم به ذکر است که همبستگی چندگانه متغیرهای پیش بین با مدیریت بدن نسبتاً قوی ($R=0/60$) است. همچنین سه متغیر معنادار به طور کلی توانسته اند به میزان 0/۳۶ تغییرات متغیر مدیریت بدن را تبیین معنادار کنند ($R^2=0/37$).

فرضیه ۶: بین پایگاه اقتصادی و مدیریت بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰. همبستگی ساده پایگاه اقتصادی و مدیریت بدن

مدیریت بدن		متغیرهای پژوهش
سطح معناداری	ضریب همبستگی	
0/000	0/۴۶	پایگاه اقتصادی

طبق جدول ۱۰ یافته ها نشان می دهد که بین پایگاه اقتصادی و مدیریت بدن دختران همبستگی معناداری وجود دارد ($r=0/۴۶$). بر این اساس فرضیه ۶ تایید می شود. فرضیه ۷: بین میزان سن و مدیریت بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱. همبستگی ساده سن و مدیریت بدن

مدیریت بدن		متغیرهای پژوهش
سطح معناداری	ضریب همبستگی	
0/07	0/17	سن

طبق جدول ۱۱ یافته ها نشان می دهد که بین سن و مدیریت بدن زنان رابطه معناداری وجود ندارد. بر این اساس فرضیه ۷ تایید می شود. فرضیه ۸: مدیریت بدن زنان بر حسب وضعیت تأهل متفاوت می باشد.

جدول ۱۲. شاخص های آماری مربوط به آزمون t برای مقایسه میانگین نمرات دو گروه مستقل

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد میانگین
متأهل	۱۸۱	۵۶/۵۶	0/۴۱۲	0/۱۰۲
مجرد	۱۳۹	۴۳/۴۴	0/۳۹۸	0/۰۸۷

جدول فوق نشان می دهد که مدیریت بدن در بین آزمودنیهای متأهل و مجرد تفاوت دارد و میزان مدیریت بدن در متأهلین بیشتر از افراد مجرد است.

بحث و نتیجه گیری

همان طور که ذکر شد با افزایش اهمیت خود که از محصولات جامعه مدرن است بدن به عنوان واضح ترین و آشکارترین حامل خود، جایگاه خاصی پیدا کرده است که توجه مجدد به بدن و رواج آن در متون جامعه شناسی دو دهه ی اخیر مباحث گسترده ای را حول محور موضوعاتی نظیر هویت، مصرف، سبک زندگی و زیبایی در نظریه پردازی های اجتماعی برانگیخته است و الگوهای دخیل در مدیریت بدن را همچون سایر حوزه های زندگی آدمی تحت سلطه قرار داده است که می توان از جامعه ی بدنی و یا عصر

بدن سخن گفت. بدن عرصه‌ای برای باز آفرینی فرهنگی و اجتماعی است و روشنگر روابط قدرت و نحوه تاثیرگذاری آن بر تفاوت‌ها و نابرابری‌های اجتماعی است. در همین راستا، با توجه به اهمیت و ضرورت بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در این پژوهش به تحلیل و بررسی میزان کل سرمایه فرهنگی و همچنین ابعاد مختلف آن همچون تظاهرات رفتاری، سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته و سرمایه‌ی فرهنگی نهادینه شده و همچنین پایگاه اقتصادی، سن و وضعیت تأهل به عنوان متغیرهای مستقل و رابطه آن با مدیریت بدن به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد.

نتایج این تحقیق نشان دهنده‌ی رابطه‌ی مثبت، مستقیم و معنادار بین تمامی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش به جز متغیر سن می‌باشد. بدین ترتیب از فرضیه‌ی پژوهش ۷ فرضیه تأیید و یک فرضیه رد شد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که بین متغیرهای سرمایه فرهنگی (بعد تظاهرات رفتاری)، سرمایه فرهنگی (بعد سرمایه فرهنگی عینیت یافته)، سرمایه فرهنگی (بعد معلومات درونی شده)، میزان کل سرمایه فرهنگی، پایگاه اقتصادی و وضعیت تأهل با مدیریت بدن زنان ارتباط معناداری وجود دارد. این ارتباط در تمامی متغیرها با شدت متوسط و مثبت و مستقیم می‌باشد. بدین صورت که با افزایش هر یک از متغیرهای مذکور با شدت میزان گرایش زنان به مدیریت بدن افزایش پیدا می‌کند. در میان افراد متأهل و مجرد نیز متأهل‌ها گرایش بیشتری به مدیریت بدن دارند. (میزان مدیریت بدن برای افراد متأهل $(\mu = 3/76)$ برای افراد مجرد $(\mu = 3/11)$).

در این میان بین متغیر سن و مدیریت بدن ارتباط معناداری به دست نیامد و فرضیه‌ی ارتباط بین متغیر سن و مدیریت بدن رد شد.

یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن با یافته‌های ابراهیمی و بهنویی گلدنه (۱۳۸۹)، ادیبی سده و دیگران (۱۳۹۰)، همخوانی دارد. ابراهیمی (۱۳۸۹) و ادیبی سده و دیگران (۱۳۹۰) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

همچنین ادیبی سده (۱۳۹۰) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که بین پایگاه اقتصادی و مدیریت بدن ارتباط وجود دارد. ادیبی سده و دیگران (۱۳۹۰) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد پایگاه اقتصادی و مدیریت بدن ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

راسخ و دیگران (۱۳۸۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین وضعیت تأهل و مدیریت بدن ارتباط وجود ندارد و یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش حاضر همخوانی ندارد. همچنین راسخ و دیگران (۱۳۸۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین سن و مدیریت بدن ارتباط وجود ندارد و این نتیجه به نتیجه‌ی پژوهش حاضر همخوان می‌باشد.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی و بهنوئی گدنه، عباس. (1389). سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر). (زن در توسعه و سیاست، شماره 30، پاییز. اخلاصی، ابراهیم (1388)، بررسی نظری مبانی جامعه بدنی و لوازم آن با تأکید بر جامعه ایران. مجله معرفت، سال هیجدهم، شماره 139، صص. 85-106
- ادیبی سده، مهدی و دیگران. (1390). تبیین جامعه شناختی مدیریت بدن در میان زنان. (مطالعات اجتماعی - روان شناختی زنان) مطالعات زنان. (سال نهم، شماره 3، زمستان. حیدری چروده، مجید و کرمانی، مهدی. (1390). رابطه‌ی باورهای زیباشناختی با تصویر ذهنی از بدن و نحوه مدیریت ظاهر در جوانان مورد مطالعه: جوانان 18 تا 30 ساله‌ی ساکن شهر مشهد. مجله مطالعات اجتماعی ایران. سال چهارم، شماره) 4 پیاپی (12)، زمستان 1389
- ذکایی، محمد سعید. (1385). جوانان، بدن و فرهنگ تناسب اندام، فصلنامه پژوهش زنان. ذکایی، محمد سعید. (1386). جامعه شناسی جوانان ایران، تهران: موسسه انتشارات آگه. ذکایی، محمد سعید و فرزانه، حمیده (1387).، زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهران، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره 11
- راسخ، کرامت الله و دیگران. (1389). بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز). (زنان و مطالعات خانواده. دوره 3، شماره 10
- رضایی، احمد و دیگران. (1389). مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران. (مطالعات راهبردی زنان) کتاب زنان. (سال دوازدهم، شماره 47، بهار.
- گیدنز، آنتونی. (1378). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- Douglas, marry (1970) natural symbols: explorations in cosmology, London. Barrie and Rackliff, the cresset press
- Rudd, Nancy A. & Lennon, Sharron J. (2000), Body Image and Appearance Management behaviors in College Women. Clothing and Textiles Research Journl, 18: 152,162.
- Shilling, Chris (1993). Body and Social Theory. London. Sage Publication.
- Toni, C. Antonucci. (2004). the Dove Report: Challenging Beauty. New York. Edelman publication.
- Turner, B . s, (1978), medical power and social knowledge, london: Saegel publication
- Tuner, Bryan. S ,(1994). Regulating Bodies. Essay in Medical Sociology. London. Rutledge.
- Wellington, A. Christine & Bryson, R. John (2001), At Face Value: Image Consultancy Emotional Labour and Professional Work, Sociology, Vol.35, No. 4.

The Relationship Between Body Shape And Management Of Cultural Capital Among Women

H. Heidarkhani*
L. Hajiaghaei**
G. Rahmani***

Abstract

Due to the significance of the beauty and the body, especially in contemporary society, the aim of this study was to investigate various aspects of cultural capital and body management of the women in Kermanshah. The population of the study was the women of 15 to 29 years of age in Kermanshah. 320 women were selected as the sample. The current research implemented field survey techniques and researcher's initiated questionnaire to study cultural capital and the body management. In order to answer the main question of the study the overall relationship and different aspects of cultural capital (behavioral manifestation, the realized cultural capital and the internalized knowledge), economic status, age and marital status as independent variables and the body management among women as the dependent variable were examined and analyzed. Using Pearson correlation and multiple regressions the results showed that all the independent variables except the age had direct significant positive relationship with the dependent variable.

Keywords: body management, cultural capital, women

* Instructor Of Sociology Of Social Issues in Iran, Payam Noor University Gillan Gharb Branch (corresponding author, email: h.heidarkhani@yahoo.com)

** Faculty Member In Department Of Sociology, Islamic Azad University Shoshtar Branch.

*** PhD Candidate Student In Sociology Of Social Issues In Iran, Islamic Azad University Dehaghan Branch

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی