

سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان

(مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر)

قربانعلی ابراهیمی*، عباس بهنویی گنده**

چکیده: مدیریت ظاهر و بدن که در دنیای امروزی آن را سرمایه‌ی جسمانی افراد می‌دانند، بر حسب این‌که افراد بیشتر از چه محصولات فرهنگی استفاده می‌کنند به‌نوعی از جایگاه فرهنگی آن‌ها متأثر است زیرا افراد بر حسب این‌که دارای چه میزان سرمایه‌ی فرهنگی می‌باشند، دارای نگرش‌های خاصی نسبت به بدن و چگونگی ظاهر شدن‌شان در اجتماع هستند. از این رو، تحقیق حاضر در صدد مطالعه‌ی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر جوانان است. به‌منظور سنجش این رابطه، از نظریه‌ی پیر بوردیو و آتوننی گیدنز استفاده می‌کنیم. به اعتقاد بوردیو، سرمایه‌ی فرهنگی از طریق قریحه و سلیقه‌ی افراد بر مدیریت ظاهر و بدن آنان تأثیر می‌گذارد. در نظریه‌ی گیدنز، مدیریت بدن نشانه‌ی دخالت آگاهانه‌ی کنش‌گر در شکل دادن به خود در متن اجتماعی است. این تحقیق به روش پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه در میان جوانان ۲۵-۱۵ ساله‌ی شهر بابلسر در سال ۱۳۸۶ انجام می‌شود. روش نمونه‌گیری، طبقه‌ای خوشه‌ای چندمرحله‌ای متناسب و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۰ نفر انتخاب می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده بیان‌گر 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 حاصل از جداول توصیفی بیان‌گر آن است که الگوی رایج مدیریت ظاهر در میان جوانان، متأثر از نوگرایی و مؤلفه‌های مرتبط با دنیای مدرن است.

کلیدواژه: سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر، مدیریت بدن، جامعه‌شناسی بدن، سرمایه‌ی جسمانی، جوانان.

مقدمه

تمامی ویژگی‌ها و رفتارهایی که سبب تمایز^۱ ظاهر افراد در دنیای امروز می‌شوند را می‌توان مؤلفه‌های مدیریت بدن^۲ قلمداد کرد. در شرایطی که ظاهر افراد تعیین‌کننده‌ی معنای ارتباط و هویت‌بخشی میان افراد تلقی

ghorbanaliebrahimi@gmail.com

abbas.behnoui@gmail.com

* استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی از دانشگاه مازندران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۰۵/۲۵

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۰۸/۲۶

^۱ Distinction

^۲ body management

می‌شود، پاسخ به این سؤال که مدیریت بدن افراد بر چه معیارهایی استوار است، از اساسی‌ترین زمینه‌های مورد توجه حوزه‌ی مطالعات جامعه‌شناسی فرهنگی به شمار می‌رود. کلی‌ترین پاسخی که می‌توان به این سؤال داد این است که در جوامع سنتی، مدیریت بدن افراد متأثر از فرهنگ سنتی آنان است، اما در دنیای مدرن، تکوین بدن آنان به حیات اجتماعی و فرهنگی خود افراد منتقل شده است. از این منظر است که محققان حوزه‌ی مطالعات بدن اذعان می‌دارند که در جامعه‌ی امروزی که روابط بین افراد کوتاه و مقطعی است، افراد جدا از این‌که بر مبنای تفاوت‌ها و شباهت‌های اکتسابی و انتسابی‌شان شناسایی می‌شوند، خویش را با ویژگی‌های ظاهری و قابل رؤیت شناسایی می‌کنند به‌گونه‌ای که ظاهر هر فرد جدا از ویژگی‌های اکتسابی و انتسابی‌اش، هویت او را در دنیای امروز بازنمایی و شناسایی می‌کند.

جامعه‌ی مدرن که به تدریج از فضای اولیه‌ی خود خارج و وارد دنیای مدرنیته‌ی متأخر شده، کم‌کم از حالت تولیدی خود خارج و به محیطی خدماتی و مصرفی تبدیل شده است. از این رو، با رشد روحیه‌ی مصرف‌گرایی که به‌نوعی حاکی از مصرف‌زدگی انسان امروزی است، نشانه‌ها و نمادهای تمایزبخش جهان مدرن نیز متعاقباً تغییر کرده‌اند. از جمله حوزه‌هایی که افراد در مدرنیته‌ی متأخر به اختیار خود در آن دخل و تصرف می‌کنند، حوزه‌ی مدیریت ظاهر و بدن آنان است که برای تمایزبخشی بین خود و دیگران از آن بهره می‌گیرند زیرا در مدرنیته‌ی متأخر، نوع مدیریت ظاهر^۳ به‌عنوان نماد تمایزبخش افراد درک می‌شود و معنای هویتی آنان از این منظر مورد قضاوت قرار می‌گیرد. در یک کلام، ظاهراً در دهه‌های اخیر مدیریت ظاهر و عادات مصرفی به‌صورتی فزاینده به منزله‌ی شالوده‌های هویت تفسیر می‌شوند. از همین رو، لاگمن^۴ (۲۰۰۳) بیان می‌کند که افراد در جوامع مختلف لباس می‌پوشند و خود را می‌آرایند، اما همین افراد در هر جامعه‌ای مطابق مقتضیات سنی، جنسی، شغلی و دیگر شاخص‌های منزلت اجتماعی به ظاهر فیزیکی خود می‌پردازند.

بنابراین اگر بپذیریم که تفاوت و تمایزهای افراد بر حسب ظاهر آنان - که خود ناشی از روش‌های گوناگون به‌کارگیری محصولات فرهنگ مادی و نحوه‌ی درک و تفسیر آن‌هاست - غالباً مبنایی برای تعریف منزلت و هویت افراد به‌شمار می‌روند، این به‌معنای تعریف خود از طریق الگوهای مدیریت ظاهر و بدن است. با قبول این پیش‌فرض درمی‌یابیم برای کسانی که این تمایزهای مدیریتی را به‌کار می‌گیرند، صورت ظاهری و بصری وسایل مورد استفاده برای مردم و رفتارهای ظاهری‌شان بسیار مهم خواهد بود (آزاد و چاوشیان، ۱۳۸۲) زیرا

3. Appearance management

4. Longman

مدیریت ظاهر، از طریق اعمال و کردارهایی مثل انتخاب نوع لباس، پوشش ظاهری، آرایش بدن، نوع سلاویق ورزشی، رژیم‌های غذایی و ... بیان می‌شوند. از این رهگذر، تمایزات رفتاری و نگرشی افراد را نیز می‌توان از طریق تفسیر تفاوت الگوهای مدیریت ظاهرشان درک کرد. بدین ترتیب، نوع مدیریت بدن افراد به‌عنوان وسیله‌ای برای تمایز بخشیدن میان هویت آنان، اهمیت و مرکزیت می‌یابد. بدینسان، هویت افراد در مدرنیته‌ی متأخر بیشتر در فرهنگ بصری یا دیداری و نموده‌های عینی هم‌چون بدن آنان نهفته است. از همین رو گیدنز^۵ (۱۳۷۸) بیان می‌دارد که مقوله‌ی بدن به یک پروژه‌ی بازتابی تبدیل شده است چرا که بدن مستقیم‌ترین قرارگاهی است که می‌تواند حامل و نمایش‌گر تمایزهای سبک زندگی و اشکال هویتی باشد (گیدنز، ۱۳۸۷).

طرح مسئله

شهر بابلسر به‌منزله‌ی یک شهر توریستی و به واسطه‌ی داشتن نوار ساحلی دریا سبب مسافرت اقشار و گروه‌های مختلف با سبک‌ها و سلاویق متفاوت به این شهر شده است که گمان می‌رود نوع پوشش و ظاهر مسافران یا به‌عبارتی توریست‌هایی که به این شهر مسافرت می‌کنند از یک سو، و مواجهه با رسانه‌های جمعی هم‌چون ماهواره و دیگر رسانه‌ها از سوی دیگر، سبب توجه بیشتر ساکنان این شهر به‌ویژه جوانان به بدن و ظاهرشان شده است. از سویی از آن‌جا که امروز اکثر جوانان به‌دلیل بسط علاقه‌مندی‌شان به نظام‌های آموزشی و دانشگاهی، از نظام فرهنگ علمی برخوردار هستند و به لحاظ بهره‌مند شدن از مصرف محصولات فرهنگی (کتاب، روزنامه، مجله، اینترنت، ماهواره، سینما و ...) دارای بینش علمی در جامعه به‌شمار می‌روند، این سؤال اساسی مطرح می‌شود که آیا میزان سرمایه‌ی فرهنگی دختران و پسران جوان توان توضیح چگونگی مدیریت ظاهر آنان را دارد (آیا بین سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر دختران و پسران جوان رابطه‌ای وجود دارد)؟ هم‌چنین این‌که الگوی مدیریت ظاهر جوانان از چه الگویی (الگوی سنتی یا مدرن) تبعیت می‌کند؟ از این رو در مجموع در این مقاله در پی آن هستیم که اولاً میزان اهمیت دختران و پسران جوان را نسبت به ظاهرشان توصیف کنیم (پی بردن به الگوی مورد نظر جوانان سنتی یا مدرن از این طریق) و دوم این‌که تشریح کنیم میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان چقدر نحوه‌ی مدیریت ظاهرشان را تبیین می‌کند.

فرضیه‌ها

- به نظر می‌رسد با افزایش یافتن میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان، نحوه‌ی مدیریت ظاهر (دختران و پسران جوان) آنان نیز تغییر کند.
- به نظر می‌رسد بین سن جوانان و سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت بدن آنان رابطه‌ای معنادار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین زبان مادری جوانان و سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت بدن آنان تفاوت وجود داشته باشد.
- به نظر می‌رسد بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی جوانان و سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت بدن آنان رابطه‌ی مستقیم و معنادار وجود دارد.

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مستقل و وابسته

سرمایه‌ی فرهنگی^۶ (متغیر مستقل): سرمایه‌ی فرهنگی همان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی است که تحصیلات یکی از اساسی‌ترین شاخص‌های آن است. بر اساس روی کردهای نظری صورت گرفته، در این تحقیق برای سنجش سرمایه‌ی فرهنگی ترکیبی از: ۱. عادات‌های مطالعه و خواندن، ۲. میزان تحصیلات پاسخ‌گویان، ۳. فعالیت‌های هنری مورد علاقه، ۴. نوع عادات‌های مورد علاقه‌ی هنری در خصوص مصرف‌های فرهنگی، ۵. میزان هزینه کردن برای خرید محصولات فرهنگی، ۶. رفتن به مراکز هنری و تاریخی را به‌عنوان شاخص‌های سرمایه‌ی فرهنگی جوانان در نظر گرفته‌ایم.

تصور از بدن^۷: تصور از بدن یک تصور ذهنی است که ما از بدن خودمان داریم که شامل هم تصورات و هم نگرش‌های ما می‌شود (فالن، ۱۹۹۹). تصورات شامل مواردی از قبیل این می‌شود که ما شکل، ظاهر، وزن و به‌طور کلی بدن خود را چگونه می‌بینیم و راجع به آن چه نوع احساسی داریم و نگرش‌ها به این نکته اشاره دارد که چگونه احساس ما از ظاهر، رفتار ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

مدیریت بدن (متغیر وابسته): مدیریت بدن به‌معنای نظارت و دست‌کاری مستمر بر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است. این مفهوم به کمک معرف‌هایی هم‌چون انواع عادات در لباس پوشیدن،

6. Culture capital

7. Body image

آرایش موی سر، استفاده از پیرایه‌ها، کنترل وزن، دست‌کاری پزشکی، میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی و بهداشتی سنجیده شده است (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱).

پایگاه اقتصادی- اجتماعی: در این تحقیق این متغیر به کمک شاخص‌هایی مانند درآمد خانواده، شغل پدر و مادر و میزان تحصیلات پدر و مادر پاسخ‌گویان سنجیده شده است. نکته‌ی دیگر این‌که علاوه بر متغیرهای تحقیق، یک دسته‌ی دیگر از متغیرها که تحت عنوان متغیرهای زمینه‌ای از آن‌ها نام برده می‌شود در تحقیق لحاظ شده‌اند که عبارتند از: سن و زبان مادری.

مبانی نظری

پیشینه‌ی تجربی

در زمینه‌ی مدیریت بدن، تحقیقات متعددی صورت گرفته است، اما این تحقیقات بیشتر به مطالعه‌ی مؤلفه‌های مدیریت بدن و اهمیت آنان به‌ویژه در میان زنان پرداخته‌اند. کمتر تحقیقی را می‌بینیم که مدیریت بدن مردان را نیز مد نظر قرار داده باشد در صورتی‌که در این مقاله رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت بدن (دختران و پسران) مطالعه و تحلیل می‌شود.

تحقیقی با عنوان «بدن به مثابه رسانه‌ی هویت»، توسط آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱) انجام شده است. این تحقیق به مطالعه‌ی تجربی فرضیه‌ی گسسته شدن شکل‌های هویت از موقعیت‌های ساختاری می‌پردازد. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که سطوح گوناگون مدیریت بدن رابطه‌ای معنادار با متغیرهایی دارد که آشکارا ریشه در فرهنگ جامعه (جنس، سن، تحصیلات، سرمایه‌ی فرهنگی، دیانت، و نگرش سنتی به خانواده) دارند. به‌علاوه، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین مدیریت بدن و متغیرهای ساختاری مثل پایگاه اقتصادی و شغل، رابطه‌ای معنادار وجود ندارد.

تحقیقی توسط احمدی (۱۳۸۶) با عنوان بررسی فعالیت‌های مرتبط با مدیریت بدن و هویت اجتماعی صورت گرفته است. روش نمونه‌گیری تحقیق، خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است. نتایج این تحقیق نشان داده است که بین سرمایه‌ی اقتصادی و مدیریت بدن هیچ‌گونه رابطه‌ای وجود ندارد. به‌علاوه، نتایج نشان می‌دهند که سرمایه‌ی فرهنگی با مدیریت بدن رابطه‌ای معنادار دارد. هم‌چنین بین زنان و مردان از نظر میزان اهمیت دادن به کنترل وزن خود تفاوتی معنادار دیده می‌شود.

ذکائی (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب» با اتکاء به یافته‌های کمی و کیفی جوانان دختر و پسر فعال ورزشی، در پی شناخت رابطه و احساس این دسته از جوانان نسبت به بدن خود و زمینه‌ها و انگیزه‌های مؤثر بر توجه جدی آن‌ها به تناسب اندام است. نتایج به دست آمده بیانگر این است که نوگرایی در جامعه‌ی ایران تأثیرات خود را در حساسیت جوانان به کنترل و انضباط بدن خویش و حساسیت بیشتر برای ارائه‌ی تصویر مطلوب از آن بر جای گذاشته است.

در تحقیق دیگر ذکائی و فرزانه (۱۳۸۷) با عنوان «زنان و فرهنگ بدن» دریافته‌اند که جراحی زیبایی در چرخه‌ی میان انتخاب فردی و ساختارهای اجتماعی قرار گرفته است. این تحقیق که تجربه‌های زنان تهرانی را نسبت به بدن خود در قبل و بعد از انجام جراحی زیبایی مطالعه کرده، حاکی از آن است که باید جراحی زیبایی را توازی میان اختیار انسانی و اجبار ساختاری تلقی کرد.

حمیدی و فرجی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران» در پی یافتن سبک‌های زندگی متفاوتی هستند که در پوشش زنان تهرانی دیده می‌شود. هدف این تحقیق؛ بررسی و توصیف نوع پوشش زنان تهرانی (چهل نفر) بوده است. بر این اساس، نه تیپ بر حسب پوشش (حجاب به مثابه تکلیف، حجاب به مثابه ایدئولوژی، حجاب سنتی، حجاب زیباشناختی، حجاب بازاندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، پوشش مدمحور (تیپ اینترنتی)، فشن لس، پوشش فمینیستی) از یکدیگر متمایز شده‌اند.

جانگ و لی^۸ (۲۰۰۶) در پژوهشی به «مقایسه‌ی بین فرهنگی تصور از بدن، عزت نفس و رژیم غذایی در بین زنان کره و امریکا» می‌پردازند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اولاً تصور از بدن رابطه‌ای مثبت با عزت نفس دارد. دوماً تصور از بدن رابطه‌ای معکوس با عادت‌های تغذیه و رژیم غذایی دارد. سوماً زنان کره‌ای (زنانی که وابسته به جوامع گروه‌محور هستند) در مقایسه با زنان غربی نسبت به ظاهر خود ناراضی‌ترند.

راد و لنون^۹ (۲۰۰۰) در تحقیقی با عنوان «تصور از بدن و مدیریت ظاهر» به این امر می‌پردازند که زیبایی در تمامی فرهنگ‌ها یک ارزش محسوب می‌شود. آنان در نتایج خود دریافته‌اند که زنان خیلی سریع یاد می‌گیرند ظاهر خود را برای رسیدن به ایده‌آل‌های فرهنگی مدیریت کنند که نوعاً شامل تنظیم وزن و تمیز نگه داشتن بدن برای برآوردن هنجارهای مورد انتظار است. در ضمن یافته‌ها نشان داد که زمانی تصور از خود تحت تأثیر ظاهر قرار می‌گیرد که آزمودنی‌ها خود را با افراد دیگر مقایسه می‌کردند.

8. Jung and Lee

9. Rudd and Lennon

سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابل‌س) ۱۵۹

در تحقیقی دیگر تحت عنوان «رابطه‌ی بین نگرش به نقش‌های جنسیتی، رضایت از بدن، عزت نفس و مدیریت ظاهر در زنان» لون و راد (۱۹۹۴) به مطالعه‌ی این موضوع در بین ۱۹۴ نفر از دانشجویان دانشگاه با میانگین سنی ۲۱ سال پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ۱. نحوه‌ی نگرش به نقش جنسیت و رضایت از بدن رابطه‌ای مثبت با عزت نفس دارد، ۲. رضایت از بدن، همبستگی بیشتری با عزت نفس دارند تا نگرش‌های سنتی به نقش‌های جنسیتی، ۳. زنانی که دارای عزت نفس بالایی هستند نسبت به زنانی که عزت نفس پایین‌تری دارند کمتر درگیر فرایند مدیریت ظاهر می‌شوند، ۴. هم زنانی که دارای نگرش سنتی به نقش‌های جنسیتی و هم زنانی که دارای نگرش غیرسنتی به نقش‌های جنسی هستند، به مدیریت ظاهر توجه دارند، ۵. این که توجه زیاد به مدیریت ظاهر با عزت نفس رابطه‌ای معکوس دارد.

واکاوی بینش مفهومی و نظری تحقیق

چهارچوب نظری تحقیق حاضر بر نظریات بازنمایی سرمایه‌ی فرهنگی در نحوه‌ی مدیریت بدن مبتنی است. با تأمل در تغییراتی که در دنیای متجدد اتفاق افتاده، تفسیر و توضیح تمایزات اجتماعی ناشی از بدن افراد نیز تغییر کرده است (ذکائی، ۱۳۸۷)، به‌گونه‌ای که صاحب‌نظران و نظریه‌پردازان این حوزه بر این باورند که محتوای بدن هر فرد، بسته به شرایط فرهنگی و اجتماعی و شرایط زمانی و مکانی، تغییراتی متمایز به‌خود می‌گیرد. بدینسان به نظر می‌رسد که تغییر و تحولاتی که در چند دهه‌ی اخیر در ذائقه و منش انسان امروزی در عرصه‌ی فرهنگی به‌وجود آمده، سبب ورود خیل زیاد کالا‌های فرهنگی از قبیل کتاب، فیلم، موسیقی، مطبوعات و ... در تیراژها و عنوان‌های مختلف در بازارهای مصرفی شده است. جوانان از جمله مخاطبان و متقاضیان اصلی این کالاها و بازارهای مصرفی هستند (ذکائی، ۱۳۸۶).

سرمایه‌ی فرهنگی

سرمایه‌ی فرهنگی از جمله مفاهیمی است که در خلأ عمل نمی‌کند، بلکه نیرویی است که ایفای نقش خود را در یک ساختار گسترده‌تر اجتماعی انجام می‌دهد (اسمیت، ۱۳۸۳). در الگوی بوردیو از جوامع پیچیده، مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی در کنار سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی از جایگاهی مرکزی برخوردار است. بر همین اساس است که تا به امروز تعاریفی متعدد از سرمایه‌ی فرهنگی بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های گوناگون به‌عمل آمده است. به نظر بوردیو، سرمایه‌ی فرهنگی عبارت از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه‌ی خوب و شیوه‌های عمل متناسب است (فاضلی، ۴۶: ۱۳۸۶). به‌عبارت دیگر؛ بوردیو سرمایه را تلاشی برای در بند کردن گذشته در آینده می‌داند و سرمایه‌ی فرهنگی را در سه شکل کالاها، مصنوعات و فرآورده‌های فرهنگی، به

رسمیت شناخته شدن ذخیره‌ی دانش، مهارت و تجارب افراد-آن‌چنان که مثلاً در مورد مدارج و گواهی‌نامه‌ی آموزشی و علمی و حرفه‌ای می‌توان در نظر گرفت و سرانجام تمایلات و عادت‌واره‌های افراد که آن‌ها را در پیشرفت و اندوختن مهارت و تخصص بیشتر یاری می‌رساند- متجلی می‌بیند (بورديو، ۱۹۸۶؛ به نقل از دکائی، ۱۳۸۶: ۲۴۲). با این حال، لامونت^{۱۰} و لاریو^{۱۱} بر این باورند که برداشت بورديو از سرمایه‌ی فرهنگی واضح و روشن نیست. از این رو، آن‌ها تعریف بورديو از سرمایه‌ی فرهنگی را این‌گونه بیان می‌کنند که سرمایه‌ی فرهنگی دربردارنده‌ی نشانه‌های فرهنگی نهادینه‌شده از قبیل نگرش‌ها، ترجیحات، دانش رسمی، رفتارها، اهداف و اعتبارات ارزش‌مند است که برای ایجاد انحصار اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۷).

مدیریت بدن

مفهوم بدن در گفتمان جامعه‌شناسی معمولاً به‌صورت بدن طبیعی (زیستی) تحلیل شده، نه بدنی که دارای تاریخ یا فرهنگ است. به عبارت دیگر؛ بدن تا به حال اغلب از زاویه‌ی زیست‌شناسی مطالعه شده است نه از لحاظ فرهنگی (بری اسمارت، ۱۳۸۵). از این رو، پرداختن به حوزه‌ی بدن و جامعه‌شناسی بدن از ضروریات حوزه‌ی جامعه‌شناسی جنسیت، فرهنگ و ... به‌شمار می‌رود زیرا امروزه بدن افراد نمایان‌گر هویت متمایز بین آنان شده است که از خود به نمایش می‌گذارند یعنی افراد با نوع مدیریتی که بر بدن خود دارند، هویتی متمایز نیز از خود را در معرض دید دیگران قرار می‌دهند. در واقع بدن افراد در مدرنیته‌ی متأخر، مولد هویت متمایز د میان آنان شده است تا جایی که فوکو^{۱۲} معتقد است که انسان مدرن کسی است که می‌کوشد هویت خود را بازآفریند (احمدی، ۱۳۸۶).

کنترل منظم بدن از جمله ابزارهای اساسی است که شخص به‌وسیله‌ی آن روایتی معین از هویت شخصی خود بروز می‌دهد و در عین حال «خود» نیز به طرز کم و بیش ثابت، از ورای همین روایت در معرض تماشا و ارزیابی دیگران قرار می‌گیرد. به‌علاوه، مدیریت بدن می‌تواند به‌عنوان محملی برای شناسایی راهبردهای تمایزبخش مورد استفاده قرار گیرد. لذا این قبیل امور را باید هم‌چون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی، راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست نه صرفاً به مثابه راهی برای بیان تفاوت‌هایی که قبلاً و در نتیجه‌ی رشته‌ای خودمختار از عوامل اقتصادی به‌وجود آمده‌اند.

10. Lamont

11. Lario

12. Foucault

با فرا رسیدن دنیای جدید، برخی از انواع نمادهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیت خاص یافته‌اند. در بسیاری از عرصه‌های فرهنگی پسامدرن، نمای ظاهری بدن تابع استانداردهای مبتنی بر معیارهای سنتی و سبک آرایش چهره و انتخاب لباس همیشه تا اندازه‌ای وسیله‌ای برای ابراز فردیت بوده است، اما امکان استفاده از این وسیله معمولاً به آسانی فراهم نمی‌شده یا اصولاً مطلوب نبوده است (نیک‌زاده، ۱۳۸۳). اما در دنیای امروزی «نمای ظاهری، به صورت یکی از عناصر مرکزی طراحی در آمده است که اشخاص به طور بازتابی از خود ارائه می‌دهند.» پس ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم و هرچه فضای فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه‌ی سنتی بیشتر فاصله گرفته باشد، فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۷۸).

پیر بوردیو^{۱۳} و بدن

در نظریه‌ی بوردیو، سبک زندگی متأثر از ذائقه و ذائقه، پیامدِ منش و منش نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. بنابراین جایگاه فرد در ساختار اجتماعی که مشخص‌کننده‌ی میزان بهره‌مندی او از انواع سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) است، منش او را شکل می‌دهد و منش نیز مولد دو نظام است؛ یکی نظامی از رویه‌های ادراک و ارزیابی یعنی همان ذائقه و دیگری نظامی از رویه‌های ایجادکننده‌ی اعمال قابل طبقه‌بندی که تعامل این دو نظام، سبک زندگی را ایجاد می‌کند (شالچی، ۱۳۸۷). از سوی دیگر، از آن‌جا که سرمایه‌ی فرهنگی قریحه‌ی فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، سبب می‌شود قریحه‌هایی متفاوت در میان افراد شکل بگیرند. بدینسان، سبک زندگی نیز در نظر بوردیو پیامدِ قریحه‌هاست. از این رو سبک زندگی متأثر از منش فردی افراد انگاشته می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲). مجموعاً این که بوردیو تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر سبک زندگی افراد را با توسل به نظریه‌ی تمایز تبیین می‌کند. مطابق با این نظریه، افراد بر اساس میزان سرمایه‌ی فرهنگی خود بین خودشان با دیگران تمایز قایل می‌شوند. بر این اساس، سرمایه‌ی فرهنگی سبب گرایش افراد به سبک‌های زندگی خاصی می‌شود (همان: ۱۰۱). حال از آن‌جا که مدیریت بدن به‌عنوان یکی از شاخص‌ها و مؤلفه‌های سبک زندگی مطرح است (بوردیو، ۱۹۸۴)، می‌توان بیان داشت که چون سرمایه‌ی فرهنگی از طریق قریحه و سیلقه‌ی افراد بر سبک زندگی تأثیر می‌گذارد، به‌نوعی بر چگونگی مدیریت بدن افراد نیز به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی تأثیرگذار است.

از سوی دیگر، بورديو هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه می‌داند (ذکائی، ۱۳۸۶). او در تحلیل خود از بدن، به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که به صورت سرمایه‌ی جسمانی ظاهر می‌شود. بورديو توليدات سرمایه‌ی جسمانی را در گرو رشد و گسترش بدن می‌داند به گونه‌ای که بدن در زمینه‌های اجتماعی حامل ارزش می‌شود. در مجموع از نظر او، بدن شکلی جامع از سرمایه‌ی جسمانی و بربردارنده‌ی منزلت اجتماعی و اشکال نمادین تمایز است (شیلینگ، ۱۹۹۳؛ به نقل از فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷). تبدیل سرمایه‌ی جسمانی در واقع به معنای ترجمه و تفسیر حضور بدنی بر حسب اشکال گوناگون سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) در میدان کار، فراغت و ... است (همان، ۱۳۸۷).

آنتونی گیدنز و بدن

یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی، مقوله‌ی بدن افراد است که در اصطلاح گیدنز تبدیل به پروژه‌ی بازتابی شده است. همان طور که قبلاً بیان کردیم، بدن مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین قرار گاهی است که می‌تواند حامل و نمایش‌گر سبک‌های زندگی و اشکال هویتی باشد. شناسایی فاکتورهای مؤثر در طراحی این پروژه - که خود روایتی از الگوی نگرشی و کنش افراد در جامعه است - از دیگر حوزه‌هایی است که مورد توجه او می‌باشد (گیدنز، ۱۳۷۸).

به اعتقاد گیدنز بدن فقط ابزاری برای منش و واکنش‌های موضعی نیست، بلکه دستگاهی طبیعی است که صاحبش باید به دقت از آن مراقبت کند. این دستگاه دارای حیثیت است و سرچشمه‌ی بسیاری از رنج‌ها و لذت‌ها محسوب می‌شود.

از نظر او البسه و پوشاک تابع نوعی رژیم هستند به گونه‌ای که در همه‌ی فرهنگ‌ها لباس چیزی بیشتر از وسیله‌ای ساده برای حفاظت از بدن است. لباس، آشکارا ابزاری برای عرصه‌ی نمادین خویشتن است یا نوعی شکل دادن به قالب برونی روایت که شخص برای هویت شخصی خود برگزیده است. به بیان گیدنز، رژیم‌های غذایی برای هویت اهمیت بنیادین دارند چون عادت‌های رفتاری را با بعضی از جنبه‌های مشهود ظواهر بدن مرتبط می‌سازند. آداب و رسوم غذا خوردن در نفس خود نمایشگاهی از عادت‌های آئینی است، اما بر شکل و شمایل بدنی نیز تأثیر می‌گذارند و احتمالاً اطلاعاتی نیز درباره‌ی پیشینه‌ی شخص و در مورد تصویری که از خود ساخته و پرداخته است به دست می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۹۵). به علاوه، گیدنز تا آنجا پیش می‌رود که بدن را جزئی از یک نظام کنشی می‌داند و نه صرفاً یک شیء متصل. بدین معنا که معتقد است بازتابندگی خود تا محدوده‌ی بدن ما نیز امتداد می‌یابد.

به نظر گيدنز نظارت بر فرايندهای جسماني، 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 خیرگیری از ضرورت ورزش و تمرین‌های مشخص با رژیم غذایی است (همان، ۱۳۷۸). به عبارتی؛ در مجموع، از نظر گيدنز ما باید قادر باشيم نظارتی مداوم و موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن خویش اعمال کنیم (همان: ۸۷).

روش تحقیق

روش پژوهش، پیمایش و ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه است. قابل ذکر است که پرسش‌نامه‌ی مذکور حاوی اطلاعات مربوط به متغیرهای زمینه‌ای و اطلاعات مرتبط با شاخص‌های تعريف شده برای متغیرهای مورد توجه در فرضیه‌هاست.

جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل همه‌ی پسران و دختران (۲۵-۱۵) ساکن شهر بابلسر است. تعداد این افراد بر طبق آمارگیری سال ۱۳۸۵ اداره‌ی بهداشت شهرستان بابلسر ۹۹۰۵ نفر بوده است. حجم نمونه (نمونه‌ی آماری) تحقیق: با استفاده از فرمول کوکران ۳۷۰ نفر تعیین شد که در تحقیق حاضر برای بالا بردن اعتبار تحقیق، نمونه‌ی آماری به ۳۸۰ نفر افزایش داده شد. از این تعداد ۱۹۱ نفر دختر و ۱۸۹ نفر پسر هستند. نحوه‌ی محاسبه‌ی تعیین حجم نمونه‌ی تحقیق برای نمونه‌ی آماری مطالعه‌ی حاضر به شرح ذیل است.

جمعیت یا جامعه‌ی آماری N ، حجم نمونه n ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد $t=1.96$ ، (احتمال وجود صفت معین در نمونه) $P=0.5$ ، (دقت احتمالی مطلوب یا نصف فاصله‌ی اطمینان) $d=0.05$ ، (احتمال عدم وجود صفت معینی در نمونه) $q=0.5$

$$N=9905, p=0.5, t=1.96, d=0.05, q=0.5:$$

$$n = \frac{Nt^2 pq}{Nd^2 + t^2 pq}$$

$$n = \frac{9905 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{9905 \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{9512.76}{25.72} = 370$$

روش نمونه‌گیری: از آن‌جا که هیچ فهرستی از جامعه‌ی آماری در دست نبود لذا انتخاب نمونه‌ی احتمالی با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده یا سیستماتیک از افراد میسر نبود. بنابراین مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری برای این تحقیق، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای طبقه‌ای متناسب بوده است. بر طبق آمار به‌دست‌آمده، تعداد بلوک‌های دارای خانوار در تمام یازده حوزه‌ی شهر بابلسر ۴۵۳ بلوک است که از این تعداد با پیشنهاد کارشناسان آماری، با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از ۲۱ بلوک در شش حوزه نمونه‌گیری انجام شد و متناسب با تعداد بلوک‌های هر حوزه و جمعیت دختر و پسر شهر بابلسر، نمونه‌ی مورد نظر انتخاب شد.

اعتبار^{۱۴} و روایی^{۱۵} تحقیق: در این تحقیق برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق (پرسش‌نامه) از روش اعتبار صوری استفاده کرده‌ایم که نوعی اعتبار محتوایی است. هم‌چنین برای تعیین روایی تحقیق، گویه‌های سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر دختران و پسران، پرسش‌نامه‌ی اعتبارسنجی شده، بین ۳۵ نفر از جوانان (دختران و پسران) شهر توریستی بابلسر پیش‌آزمون شد. پاسخ‌های به‌دست‌آمده از پیش‌آزمون به‌وسیله‌ی نرم‌افزار SPSS پردازش شد. نتیجه‌ی این پردازش و روایی به‌دست‌آمده در جدول شماره (۱) بیان شده است.

جدول (۱): معرفیها و ضریب روایی نهایی هر یک از آن‌ها

ردیف	مفهوم	مؤلفه	تعداد گویه	مقیاس	ضریب آلفا
۱	مدیریت بدن	دختران	۱۳	ترتیبی	۰/۶۳
		پسران	۱۱	ترتیبی	۰/۷۹
۲	سرمایه فرهنگی		۱۵	ترتیبی	۰/۶۲

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی:

مطالعه‌ی توصیفی آمارهای ساده و اولیه‌ای را فراهم می‌نماید که می‌توان تحلیل‌های تبیینی را بر پایه‌ی آن‌ها بنا نهاد. هم‌چنین آمارهای توصیفی می‌تواند به شناخت کامل‌تر جامعه‌ی مورد مطالعه کمک کند.

¹⁴. Validity

¹⁵. Reliability

جدول (۲): ویژگی زمینه‌ای پاسخ‌گویان

متغیر	طبقات پاسخ‌گویان	تعداد	درصد متغیر
جنسیت	دختر	۱۹۱	۵۰/۳
	پسر	۱۸۹	۴۹/۷
سن	گروه سنی ۱۵-۲۰	۲۲۷	۵۹/۷
	گروه سنی ۲۱-۲۵	۱۵۳	۴۰/۳
زبان مادری	مازنی	۲۰۷	۴۵/۵
	ترکی	۲۸	۷/۴
	گیلکی	۳۷	۹/۷
	فارسی	۱۰۷	۲۸/۲
	ترکمن	۱	۰/۳

همان‌طور که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌شود، نسبت پاسخ‌گویان دختر و پسر تقریباً برابر است. نتایج نشان می‌دهند که ۵۹/۷ درصد از پاسخ‌گویان در گروه سنی ۱۵-۲۰ سال و ۴۰/۳ درصد از پاسخ‌گویان در گروه سنی ۲۱-۲۵ سال قرار دارند. همچنین زبان مادری ۵۴/۵ درصد از پاسخ‌گویان مازندرانی، ۷/۴ درصد ترکی، ۹/۷ درصد گیلکی، ۲۸/۲ درصد فارسی و ۰/۳ صدم درصد ترکمن بوده است.

داده‌های جدول ۳ نشان می‌دهند که اولویت اول مهم‌ترین مکانیسم برای مدیریت بدن، زیبایی اندام با ۲۰/۵ درصد برای جوانان بوده است در صورتی که در اولویت دوم، ورزش‌های آیروبیک و رقص با ۱۱/۳ درصد قرار دارد که جوانان از آن استفاده می‌کنند. همچنین بر اساس توزیع فراوانی دومتغیره‌ی مکانیسم‌های مورد استفاده برای تناسب اندام بر حسب جنسیت؛ ۴۰ درصد از دختران از مکانیسم رژیم غذایی، ۲۵ درصد از مکانیسم زیبایی اندام، ۲۸/۴ درصد از تسبوه‌ی مراقبتی ورزش آیروبیک و رقص و ۵/۶۸ درصد از پیاده‌روی برای تناسب اندام و کنترل وزن بدن خود استفاده می‌کنند. به‌علاوه، در میان پسران؛ ۱۳/۴۷ درصد از رژیم غذایی، ۵۸/۱۵ نفر از مکانیسم‌های زیبایی اندام، ۲۴/۲۶ درصد از ورزش آیروبیک و رقص و ۲/۱۲ درصد از پیاده‌روی برای مراقبت از بدن خود استفاده می‌کردند. همان‌طور که از نتایج مشخص است تفاوت بسیاری در بین دختران و پسران در استفاده از مکانیسم‌های مربوط به مراقبت از بدن دیده می‌شود. مثلاً دختران نسبت به پسران بیشتر از رژیم غذایی استفاده می‌کنند در صورتی که پسران از ورزش‌هایی هم‌چون پرورش اندام (زیبایی اندام) برای مراقبت از بدن خود استفاده می‌کنند. به‌عبارتی؛ رژیم غذایی، الگویی زنانه و ورزش، الگویی مردانه است.

جدول (۳): توزیع فراوانی افراد پاسخ‌گو بر حسب روش‌های کنترل وزن
(برای تناسب اندام) به ترتیب اولویت

شاخص	اولویت اول		اولویت دوم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
رژیم غذایی	۵۲	۱۳/۷	۳	۸
زیبایی اندام	۷۸	۲۰/۵	۲۶	۶/۸
ورزش آیروبیک و رقص	۱۹	۵	۴۳	۱۱/۳
پیاده‌روی	۱	۳	۷	۱/۸
غیره	۱	۳	۰	۰
جمع	۱۵۱	۳۹/۷	۷۹	۲۰/۸
بی‌پاسخ	۲۲۹	۶۰/۳	۳۰۱	۷۹/۲
جمع کل	۳۸۰	۱۰۰	۳۸۰	۱۰۰

همان‌طور که در جدول (۴) دیده می‌شود، میزان اهمیتی که دختران به هر یک از مقوله‌های مختلف مدیریت ظاهر و بدن می‌دهند به‌وضوح متفاوت است. با توجه به داده‌های به‌دست‌آمده می‌توان گفت که همان‌طور که نتایج مقوله‌های «آرایش مو با ۵۰ درصد، آرایش صورت با ۴۵/۲ درصد، استفاده از ادکلن با ۶۱/۷ درصد، استفاده از خوشبو کننده‌ی زیربغل (FA) با ۴۵/۳ درصد، پوشیدن مانتوهای مانکن با ۳۴/۲ درصد، رژیم غذایی با ۳۴/۲ درصد و پوشیدن لباس‌های جین و کتان با ۶۳/۲ درصد» نشان می‌دهند، دختران به مراقبت از ظواهر جسمانی خود اهمیت زیادی می‌دهند. بنابراین در وضعیت فعلی جامعه‌ی شهری بابلسر، مرز تمایز بین دختران بر حسب ظواهر جسمانی و بدنی از اهمیتی ویژه برخوردار است و به همین دلیل است که اهمیت دادن به ظواهر جسمانی در میان دختران اهمیتی بسیار دارد. احتمالاً دختران جوان به این دلیل به مدیریت ظاهر خود اهمیت می‌دهند و بر آن نظارت می‌کنند که از طریق کنترل و دست‌کاری برآن بتوانند بی‌قدرتی خود را در حوزه‌های دیگر جبران کنند (ذکائی و پورغلام آرانی، ۱۳۸۴).

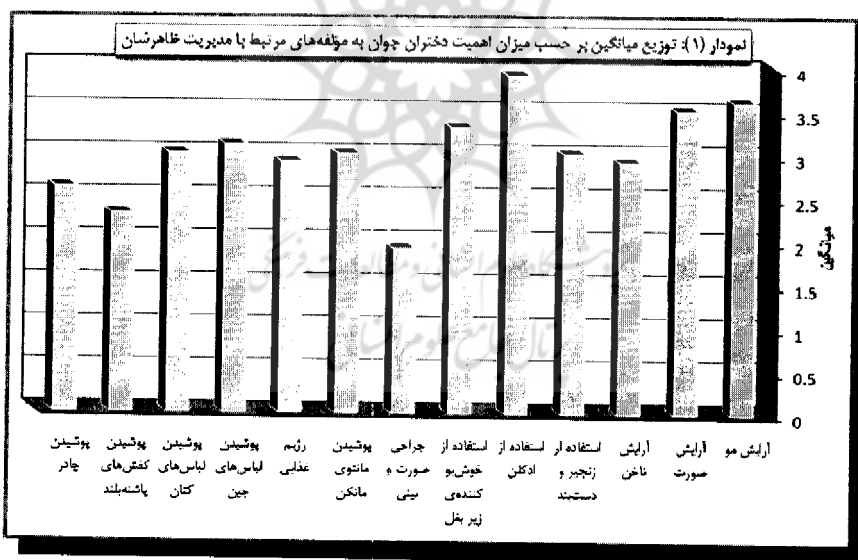
جدول (۴): توزیع فراوانی دختران پاسخ‌گو بر حسب میزان اهمیت مقوله‌های مدیریت ظاهر (n= 191)

گویه‌های مدیریت ظاهر دختران	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	اصلاً
آرایش مو	۲۳/۷	۲۶/۳	۴۳/۷	۵/۸	۵
آرایش صورت	۱۶/۸	۲۸/۴	۴۳/۷	۷/۴	۳/۷
آرایش ناخن	۸/۴	۱۶/۳	۴۳/۲	۱۷/۹	۱۴/۲

ادامه‌ی جدول (۴): توزیع فراوانی دختران پاسخ‌گو بر حسب میزان اهمیت مقوله‌های مدیریت ظاهر

اصلاً	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	گویه‌های مدیریت ظاهر دختران
۱۵/۸	۱۴/۷	۳۶/۳	۲۰/۵	۱۲/۶	استفاده از زنجیر و دست‌بند
۱/۶	۶/۳	۲۹/۵	۲۹/۵	۳۳/۲	استفاده از ادکلن
۱۳/۷	۱۲/۶	۲۸/۴	۲۵/۳	۲۰	استفاده از خوشبو کننده‌ی زیر بغل دئودورانت (FA)
۵۶/۸	۱۲/۶	۱۸/۴	۵/۳	۶/۸	جراحی صورت و بینی
۱۱/۶	۱۶/۳	۳۷/۹	۲۳/۷	۱۰/۵	پوشیدن مانتوهای مانکن
۲۲/۱	۱۸/۴	۲۵/۳	۱۹/۵	۱۴/۷	رژیم غذایی (برای کاهش وزن)
۸/۴	۱۶/۸	۳۹/۵	۲۱/۱	۱۴/۲	پوشیدن لباس‌های جین (لی)
۸/۹	۱۷/۴	۴۵/۸	۱۷/۴	۱۰/۵	پوشیدن لباس‌های کتان
۳۴/۷	۲۰	۳۱/۱	۹/۵	۴/۷	پوشیدن کفش‌های پاشنه‌بلند
۲۳/۲	۳۴/۷	۱۶/۸	۶/۸	۱۸/۴	پوشیدن چادر

در ادامه، برای نشان دادن تفاوت‌ها به لحاظ میزان اهمیت مؤلفه‌های مرتبط با مدیریت بدن دختران جوان، نمودار توزیع میانگین‌ها را آورده‌ایم.



نمودار بالا نشان می‌دهد که استفاده از ادکلن برای خوشبو کردن و آرایش مو در میان دختران جوان از اهمیتی ویژه برخوردار است. همچنین نمودار بالا نشان می‌دهد که جراحی صورت و بینی هنوز به‌صورت فراگیر در بین دختران پذیرفته نشده که ممکن است بر اساس تغییر نگرش‌ها نسبت به بعد

ظاهری (فیزیکی) بدن و همچنین میزان اهمیتی که دختران جوان به صورت خود می دهند، از استقبالی گسترده در میان دختران برخوردار شود.

داده‌های جدول ۵ در باب مقوله‌های «اصلاح خاص موی سر با ۵۱/۶ درصد، اصلاح صورت با ۶۱ درصد، استفاده از عطر و ادکلن با ۴۶/۸ درصد، ورزش کردن با ۵۴/۷ درصد و همچنین تا حدودی استفاده از ژل و کتیرا» برای پسران به مفهوم نمایشی شدن وضعیت ظاهری بدن برای تمایز فردی در آن‌ها اشاره دارد. بر این اساس می‌توان عنوان کرد که در شرایط حاضر مدیریت ظاهر برای پسران نیز از اهمیتی ویژه برخوردار است که احتمالاً می‌تواند متأثر از مصرف تظاهری باشد که از جمله ویژگی‌های مدرنیته‌ی متأخر است. در مجموع، در مدنیته‌ی متأخر آنچه ما می‌پوشیم یا آنچه که بدن خود را با آن‌ها آراسته می‌کنیم، نوعی ایده‌ی بدن محوری را مطرح می‌کند که خود و شخصیت ما را می‌سازد. به عبارت دیگر؛ نتایج به دست آمده از مقوله‌های مدیریت ظاهر در بین پسران شاید به این دلیل مهم باشد که پسران جوان نیز هم‌چون دختران از این طریق می‌خواهند هویت شخصی خود را بازیابند که تا حدودی متمایز از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی محیط اطراف خود است.

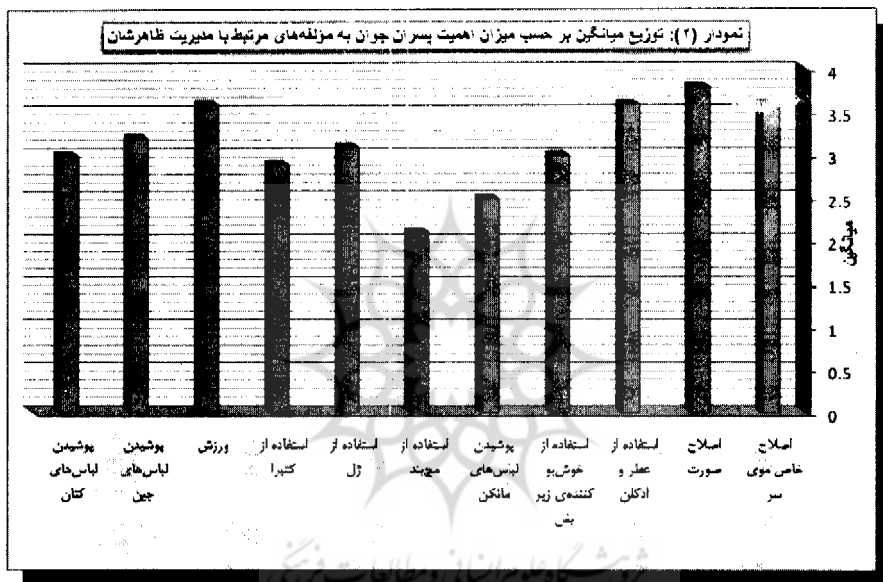
جدول (۵): توزیع فراوانی پسران پاسخ‌گو بر حسب میزان میزان اهمیت مقوله‌های مدیریت ظاهر (n= 189)

اصلاً	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	گویه‌های مدیریت ظاهر پسران
۱/۶	۱۱	۳۵/۸	۲۷/۴	۲۴/۲	اصلاح خاص موی سر
۰	۷/۴	۳۱/۶	۳۴/۷	۲۶/۳	اصلاح صورت
۱/۱	۱۱/۱	۴۱/۱	۲۴/۲	۲۲/۶	استفاده از عطر و ادکلن
۱/۶	۲۲/۶	۳۳/۲	۱۸/۴	۱۳/۲	استفاده از خوشبو کننده‌ی زیر بغل (FA)
۲۵/۸	۲۲/۶	۳۲/۶	۱۳/۷	۵/۳	پوشیدن لباس‌های مانکن
۴۱/۶	۲۴/۲	۲۲/۱	۴/۷	۷/۴	استفاده از میچ‌بند و بستن زنجیر
۱۷/۴	۲۱/۱	۲۳/۷	۱۶/۳	۲۱/۶	استفاده از ژل و روغن برای مو
۲۳/۷	۲۱/۱	۲۰/۵	۱۵/۸	۱۸/۹	استفاده از کتیرا برای مو
۶/۳	۱۰	۲۸/۹	۲۲/۱	۳۲/۶	ورزش (برای تناسب اندام)
۱۳/۷	۱۵/۳	۳۰/۵	۱۹/۵	۲۱/۱	پوشیدن لباس‌های جین (لی)
۱۴/۲	۱۷/۹	۳۸/۹	۱۶/۳	۱۲/۶	پوشیدن لباس‌های کتان

در ادامه برای واضح‌تر شدن تفاوت‌ها به لحاظ میزان اهمیت پسران جوان به مؤلفه‌های مدیریت بدن، نمودار توزیع میانگین‌ها را آورده‌ایم.

سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر) ۱۶۹

همان‌طور که نمودار مربوط به میزان اهمیت پسران جوان به مؤلفه‌های مدیریت بدن نشان می‌دهد، ورزش کردن و اصلاح صورت در میان پسران جوان از اهمیت بیشتری برخوردار است. این نتیجه می‌تواند از این امر نشأت بگیرد که پسران جوان به بعد زیبایی و ظاهری خود برای جلب توجه اهمیتی ویژه قائلند. به‌علاوه، استفاده از مچ‌بند و زنجیر هنوز در میان پسران جوان به‌صورت فراگیر اعمال نمی‌شود. از سویی احتمال دارد میزان اهمیتی که پسران جوان به هر یک از مؤلفه‌های مرتبط با بدن خود می‌دهند، تغییری قابل توجه داشته باشد.



آزمون فرضیات

هم‌چنان‌که در جدول شماره ۶ ملاحظه می‌شود بین متغیر سن و مدیریت بدن دختران و پسران و سرمایه‌ی فرهنگی آنان همبستگی وجود دارد، اما این همبستگی به لحاظ آماری در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنادار نیست. به‌عبارت دیگر؛ ضریب همبستگی بین متغیرها نشان می‌دهد که با بالا رفتن میزان سن افراد، میزان اهمیت به مدیریت ظاهر و بدن در مین آنان (دختران و پسران جوان) کاهش می‌یابد. هم‌چنین ضریب همبستگی بین سن و سرمایه‌ی فرهنگی حکایت از آن دارد که هرچه میزان

سن بالا رود به طور نسبی اهمیت میزان سرمایه‌ی فرهنگی نیز تقویت می‌شود، اما این همبستگی معنادار نیست یعنی بین دو متغیر (سن و سرمایه‌ی فرهنگی) رابطه‌ای معنادار وجود ندارد.

جدول (۶): ضریب همبستگی سن پاسخ‌گویان با سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های مدیریت ظاهر بدن

متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	رابطه یا عدم رابطه
مدیریت بدن پسران	-۰/۱۰۱	۰/۱۶۴	رابطه وجود ندارد
مدیریت بدن دختران	-۰/۰۲۷	۰/۷۱۵	رابطه وجود ندارد
سرمایه‌ی فرهنگی	-۰/۰۵۹	۰/۲۴۹	رابطه وجود ندارد

داده‌های حاصل از آزمون F در جدول شماره ۷ نشان می‌دهند که بین زبان مادری جوانان و مدیریت بدن آنان و همچنین میزان سرمایه‌ی فرهنگی آنان تفاوتی معنادار وجود ندارد. این نتیجه شاید به این دلیل باشد که میان افرادی که در یک فضای اجتماعی نزدیک به یکدیگر زندگی می‌کنند نوعی هم‌گرایی و همسانی در سطوح مختلف اجتماعی به وجود می‌آید. از سوی دیگر، قرار گرفتن اعضای یک گروه خاص در فضای اجتماعی و همچنین بودن آنان در معرض رسانه‌های جمعی مختلف می‌تواند از تفاوت‌هایی که ریشه در گرایش‌های قومیتی و زبانی دارد بکاهد و نوعی هم‌رنگی در سطوح کلی بین آنان به وجود آورد.

جدول (۷): آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه (F) زبان مادری بر حسب مؤلفه‌های مدیریت ظاهر بدن و سرمایه‌ی فرهنگی

متغیرها	نوع پراکندگی	درجه‌ی آزادی (df)	F	سطح معناداری (sig)	تفاوت معنادار یا عدم تفاوت
مدیریت بدن زنان	بین گروهی	۳	۱/۳	۰/۲۷	تفاوتی معنادار وجود ندارد
	درون گروهی	۱۸۶			
مدیریت بدن مردان	بین گروهی	۴	۱/۴	۰/۲۲	تفاوتی معنادار وجود ندارد
	درون گروهی	۱۸۵			
سرمایه‌ی فرهنگی	بین گروهی	۴	۰/۵۷۹	۰/۹۷	تفاوتی معنادار وجود ندارد
	درون گروهی	۳۷۴			

داده‌های جدول شماره ۸ حاکی از آن است که پایگاه اقتصادی-اجتماعی با مدیریت بدن جوانان همبستگی دارد. بدین معنی که متغیر مذکور دارای همبستگی مثبت و ضعیف با مدیریت بدن دختران و همبستگی با مدیریت ظاهر پسران نیز منفی و ضعیف است. به عبارت دیگر؛ با بالا رفتن پایگاه اقتصادی

اجتماعی، میزان اهمیت دختران به مدیریت بدن زیاد می‌شود، اما در میان پسران این قضیه برعکس است به گونه‌ای که با بالا رفتن پایگاه اقتصادی - اجتماعی، میزان اهمیتی که پسران به مدیریت ظاهر و بدن خود می‌دهند کاهش می‌یابد. بر این اساس می‌توان عنوان کرد که هرچه پایگاه اقتصادی - اجتماعی دختران بالاتر می‌رود میزان اهمیتی که آنان به مدیریت بدن خود می‌دهند نیز اهمیتی ویژه می‌یابد. آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۲) نیز همین نکته را یادآور شده‌اند. در ضمن، پایگاه اقتصادی - اجتماعی جوانان با سرمایه‌ی فرهنگی آنان نیز همبستگی دارد که به لحاظ آماری هم معنادار است. به عبارت دیگر؛ هرچه پایگاه اقتصادی - اجتماعی جوانان بالاتر باشد نوع و میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان نیز اهمیت پیدا می‌کند. فرایند همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه‌ی فرهنگی شاید به این دلیل باشد که سرمایه‌ی فرهنگی نهایتاً به سرمایه‌ی اقتصادی تبدیل می‌شود.

جدول (۸): ضریب همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر

متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	رابطه یا عدم رابطه
مدیریت ظاهر	۰/۱۶۷	۰/۰۲۱	رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد
پسر	۰/۱۱۲	۰/۱۲۵	رابطه وجود ندارد
سرمایه‌ی فرهنگی	۰/۱۴۹	۰/۰۰۴	رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد

نتایج حاصل از جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان با چگونگی مدیریت بدن آنان همبستگی دارد. به عبارتی؛ این که دختران و پسران دارای چه میزان سرمایه‌ی فرهنگی هستند، در نوع مدیریت بدن شان تأثیر دارد. نکته‌ی جالب این که تأثیر میزان سرمایه‌ی فرهنگی بر مدیریت بدن پسران بیش از دختران است. این نتیجه شاید به این علت باشد که چگونگی مدیریت بدن پسران مبتنی بر نوع و میزان سرمایه‌ی فرهنگی آنان در میدان اجتماعی باشد کما این که دختران نیز در یک سطح پایین‌تر نسبت به پسران، نوع مدیریت بدن شان متأثر از میزان سرمایه‌ی است که در میدان زندگی روزمره و در فضای عمومی و خانوادگی برخوردار هستند.

جدول (۹): ضریب همبستگی سرمایه‌ی فرهنگی با مدیریت ظاهر دختران و پسران

متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	رابطه یا عدم رابطه
مدیریت ظاهر دختران	۰/۲۰۴	۰/۰۰۵	رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد
مدیریت ظاهر پسران	۰/۲۸۰	۰/۰۰۰	رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد

رگرسیون دو متغیره

جهت تأثیر همزمان متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی) و متغیر وابسته (مدیریت بدن) از رگرسیون دو متغیره استفاده گردید.

داده‌های جدول شماره ۱۰ حاکی از آن است که سرمایه‌ی فرهنگی حدود ۲۰ درصد بر مدیریت بدن دختران تأثیر دارد. هم‌چنین ضریب همبستگی نشان می‌دهد که علاوه بر این که این همبستگی در سطح ۰/۹۵ معنادار است، رابطه‌ای نسبتاً جهت‌دار به سمت تشدید رابطه بین سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت بدن دختران وجود دارد. از سوی دیگر، سرمایه‌ی فرهنگی به‌عنوان متغیر مستقل به تنهایی ۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته (مدیریت بدن دختران) را تبیین می‌کند.

جدول (۱۰): مدل رگرسیونی تبیین مدیریت ظاهر دختران جوان

نام متغیر	B	Beta	T	Sig.T
سرمایه‌ی فرهنگی	۰/۱۸	۰/۳۰	۷/۱۵	۰/۰۰۵
	$R^2 = ۰/۰۴$	$F = ۸/۱۲$	$R = ۰/۲۰۴$	$Sig = ۰/۰۰۵$

نتایج حاصل از جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد که حدود ۲۸ درصد از واریانس متغیر وابسته (مدیریت بدن پسران) متأثر از متغیر مستقل (سرمایه‌ی فرهنگی) وارد شده در مدل رگرسیون دو متغیره است. از سوی دیگر، داده‌های جدول نشان می‌دهد که همبستگی نسبتاً پایداری (۰/۲۸) بین سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت بدن پسران وجود دارد. هم‌چنین سرمایه‌ی فرهنگی به‌عنوان متغیر مستقل به تنهایی ۰/۰۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته (مدیریت بدن پسران) را تبیین می‌کند.

جدول (۱۱): مدل رگرسیونی تبیین مدیریت ظاهر پسران جوان

نام متغیر	B	Beta	T	Sig.T
سرمایه‌ی فرهنگی	۰/۳۰۳	۰/۲۸	۳/۹۸	۰/۰۰۰
	$R^2 = ۰/۰۷$	$F = ۹۰/۱۵$	$R = ۰/۲۸۰$	$Sig = ۰/۰۰۰$

در مجموع، داده‌های جداول ۹، ۱۰ و ۱۱ نشان دادند که میزان سرمایه‌ی فرهنگی در چگونگی مدیریت بدن جوانان (دختر و پسر) تأثیرگذار است. بنابراین بر اساس نظریه‌ی بوردیو (۱۹۸۴) می‌توان گفت که سرمایه‌ی فرهنگی که از طریق قریحه و سیلقه‌ی افراد بر سبک زندگی آنان تأثیر می‌گذارد

سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر) ۱۷۳

(فاضلی، ۱۳۸۲) به‌نوعی بر چگونگی مدیریت بدن افراد نیز به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی (چاوشیان، ۱۳۸۱) تأثیرگذار است.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که اشاره کردیم در جوامع امروزی کارکردهای ساده و اولیه‌ی بدن کم‌رنگ شده و در عوض، کارکردهای پیچیده‌تری مانند خلق هویت، ایجاد تمایز و سبک‌های زندگی متنوع اهمیت یافته است. جامعه‌ی ایران نیز در فرایند پیچیده‌ی جهانی نمی‌تواند از تغییراتی که از ناحیه‌ی این پدیده‌ی فراگیر به‌وجود آمده و می‌آید؛ مبرا باشد به‌گونه‌ای که در چند دهه‌ی اخیر ما الگوهای متنوعی را در عرصه‌ی خوداظهاری و خودآرایی جوانان ایرانی شاهد هستیم به‌نحوی که رواج ارزش‌های فردگرایانه، بازاندیشی جوانان نسبت به سبک‌های زندگی‌شان، رشد تکنولوژی‌های رسانه‌ای و اطلاعاتی، نفوذ فرایند جهانی شده، متنوع شدن تولیدات لوازم آرایشی و بهداشتی و پوششی همه از یک سو و تجربه‌های تحصیلی و دانشگاهی به‌ویژه در میان دختران جوان از سوی دیگر، زمینه‌ساز نگاه متفاوت جوانان نسبت به نحوه‌ی خوداظهاری و خودآرایی‌شان از طریق آفرینش سبک و حالات بدن شده است. از این رو، امروزه دیگر به بدن به‌عنوان پدیده‌ای جسمی و شهوانی نگاه نمی‌کنند، بلکه کنترل بشر بر اندام و بدن خود افزایش یافته و در واقع رابطه با بدن رابطه‌ای فعال شده است و به نوعی ما با بدن‌های اجتماعی‌شده روبرو هستیم.

از سوی دیگر، هم‌چنین بدن و ظواهر آن به یک اصل نمادین در میان جوانان (دختر و پسر) تبدیل شده است یعنی به‌تدریج که محیط فعالیت‌های اجتماعی از جامعه‌ی سنتی فاصله می‌گیرد، ما بیش از پیش مسئول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم زیرا در دنیای امروز مدیریت بدن انسان‌ها نوعی از رسانه برای هویت‌شان است. بدین لحاظ است که ویژگی عمده‌ی مدیریت بدن، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی، در دوران معاصر خاصیت بیان‌گرانه پیدا می‌کند زیرا تمایزات اجتماعی افراد به‌نوعی با مدیریت ظاهر و بدنی خاص مطابقت دارد یعنی مردم تلاش می‌کنند تا کیستی‌شان یا این‌که می‌خواهند چه کسی باشند را از طریق انتخاب نوع مدیریت ظاهر و بدن خود بیان کنند زیرا بدن امروز سرمایه‌ای برای فرد است که از آن به سرمایه‌ی جسمانی نام برده می‌شود و سرمایه‌ی جسمانی تحت نفوذ دیگر سرمایه‌های افراد از قبیل سرمایه‌ی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آنان است. نتایج تحقیق حاضر نیز در راستای این فرض که سرمایه‌ی فرهنگی بر سرمایه‌ی جسمانی (مدیریت ظاهر) اثرگذار است، حاکی از

آن است که نوع و میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان همبستگی بالایی با مدیریت ظاهر آنان دارد و این رابطه به لحاظ آماری نیز معنادار است. به عبارت دیگر؛ یک دیالکتیک درونی و برونی بین میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان و مدیریت ظاهر آنان وجود دارد. این نکته‌ای است که آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۲) و بوردیو (۱۳۷۸) نیز به آن اشاره کرده‌اند. این نتیجه می‌تواند ناشی از تجربه‌های آموزشی و دانشگاهی باشد که دختران و پسران جوان به سبب بسط علاقه‌مندی‌شان به علم و دانش و برای بالا بردن منزلت و پرستیژ اجتماعی‌شان - به لحاظ اهمیت مدارک تحصیلی در جامعه‌ی ایران - محیط‌های دانشگاهی و آموزشی را تجربه کرده‌اند. نکته‌ی جالب توجه این است که مدیریت ظاهر پسران بیش از مدیریت ظاهر دختران از سرمایه‌ی فرهنگی آنان تأثیر می‌پذیرد. این نتیجه شاید به تاریخ اجتماعی ایران و فرهنگ مردسالارانه برگردد که متناسب با فضای جامعه‌ی ایران، زنان بیش از آن که از سبک زندگی فرهنگی خودشان در الگوهای رفتاری‌شان تأثیر بپذیرند، به‌نوعی از سرمایه‌ی فرهنگی خانواده‌شان متأثرند و الگوهای رفتاری آنان تحت تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی و سبک زندگی مردانه تغییر می‌کند. هم‌چنین در فرهنگ ایرانی، تکیه‌گاه زن را مرد فرض کرده‌اند که زنان در زندگی خود باید به مرد متکی و تابع خواسته‌ها و انتظارات او باشند. بدینسان است که شاید مدیریت ظاهر دختران نسبت به پسران، همبستگی کمتری با سرمایه‌ی فرهنگی آنان دارد. به عبارت دیگر؛ دیالکتیک دوسویه (دورنی و برونی) بین سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر دختران جوان نسبت به پسران ضعیف‌تر است.

از سویی، نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت ظاهر از اهمیت ویژه‌ای در بین جوانان برخوردار است زیرا مقوله‌هایی که نشان از اهمیت دادن به مدیریت ظاهر در بین جوانان است، درصدهای بالا نشان داده‌اند. از دیگر نتایج تحقیق این که جوانان برای مدیریت بدن خود بیشتر به مراکز زیبایی اندام مراجعه می‌کنند و در این میان سهم پسران بیش از دختران است. هم‌چنین نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان داد که دختران در چه جایگاهی به لحاظ طبقه‌ی اجتماعی باشند در مدیریت ظاهر آنان اثرگذار است. این نتیجه شاید به فرضیه‌ی بوردیو برگردد که بدن را غیرقابل‌منازعه‌ترین مظهر تجلی سلیقه‌ی طبقاتی می‌داند (ذکائی، ۱۳۸۶) که خود را در صور متفاوت نشان می‌دهد. به‌علاوه، نتایج تحقیق نشان می‌دهد این که جوانان به چه زبانی صحبت کنند نمی‌تواند در چگونگی تمایزگذاری و تفاوت‌گذاری بین مدیریت ظاهر آنان اهمیت داشته باشد. دیگر این که یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که با بالا رفتن سن جوانان، میزان اهمیتی که آنان به مدیریت ظاهر خود می‌دهند کاهش می‌یابد. این نتیجه شاید به انتظارات دیگر اعضای جامعه و به‌ویژه

سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر) ۱۷۵

خانواده‌ها برگردد که از جوانان می‌خواهند هرچه بزرگ‌تر شدند لباس‌هایی بپوشند که با عرف جامعه بیشتر هم‌خوان است و خود را طوری آرایش نکنند که در بین دیگران انگشت‌نما شوند زیرا خانواده‌ها و به‌ویژه پدر و مادر متهم می‌شوند که در تربیت فرزندان خود کوتاهی کرده‌اند. هم‌چنین نتایج تحقیق بیان‌گر آن است که الگوی رایج مدیریت ظاهر در میان جوانان، بر حسب میزان اهمیت آنان به شاخص‌های مدیریت بدن‌شان، متأثر از نوگرایی و مؤلفه‌های مرتبط با دنیای مدرن است.

نتیجه آن‌که؛ جوانان دوست دارند در بدیهی‌ترین امور مربوط به خود یعنی ظاهر و بدن، نقش‌آفرینی کنند و خویش را بر اساس برداشت خود و رابطه‌شان با دیگران در جامعه نشان دهند لذا این مسئولیت متوجه جامعه است که به نحو مؤثر رابطه‌ای متقابل و مناسب با جوانان برقرار و خواسته‌های آنان را در چهارچوب کلی هنجارها و ارزش‌های اجتماعی عام جامعه جذب و هدایت کند.

منابع

Ahmadi, Tayeb (2007) *The body management and identity*, Master Thesis, Faculty of Literature and humanities, Gilan University.

Azad Armaky, Taghi and Chavoshyan, Hassan (2002) «The Body Management As A Identity Medium», *Journal of Sociological Association*, No: 4, pp57-74.

Chavoshyan, Hassan (2002) *Lifestyle and Identity*, Sociology Doctoral Dissertation, Faculty of Social Science, Tehran University.

Fallon, A. (1999) "Culture in the mirror: Sociocultural determinants of body image" In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, and change* (pp. 80-109). New York: Guilford.

Fatehi, Abolghasem and Ekhiasi, Ebrahim (2008) «Body Management and its Relation to Social Acceptance of Body», *Journal of Humanities of Esfahan University*, PP: 1-33

Giddens, Anthony (2009) *Modernity and Self-identity*, Translator: Nasser Mufghian, Tehran, Nei Publications.

Golmohammadi, Ahmad (2002) *Globalization, Culture, Identity*, Tehran: Nei Publications.

Hamidi, Nafiseh and Faraji, Mahdi (2008) «Lifestyle and Women's Clothing in Tehran», *Quarterly Journal of Cultural Researches*, No:1, PP: 65-92.

Jung, Jaehee. & Lee, Seung-Hee (2006) "Cross-Cultural Comparisons of Appearance Self-Schema, Body Image, Self-Esteem, and Dieting Behaviors between Korean and U.S. Women", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34: 350-365.

- Lennon, Sharron J. & Rudd, Nancy A** (1994) "Linkages between Attitudes towards Gender Roles, Body Satisfaction, Self-Esteem, and Appearance Management Behaviors in Woman", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 24: 94-117.
- Longman, Lauren** (2003) "Culture, Identity and Hegemony: The Body in a Global Age", *Current Sociology*, 51: 223-247.
- Nayebi, Hooshang and Abdolahyan, Hamid** (2002) Explanation of Social Stratification, *Letter of Social Sciences*, PP:205-236.
- Nikzadeh, Mohammad** (2004) Pattern of Buying Clothes and Identity ,Master Thesis, Faculty of Literature and Humanities, Gilan University.
- Rudd, Nancy A. & Lennon, Sharron J.** (2000) "Body Image and Appearance-Management Behaviors in College Women", *Clothing and Textiles Research Journal*, 18: 152,162.
- Saeedi, Ali Asghar** (2004) «Consumer Society and Youth», *Quarterly Journal of Youth Studies*, PP:62-76.
- Sarokhani, Bagher** (2001) *Research Methods in Social Science*, Tehran: publications humanities and cultural studies.
- Shalchi, Vahid** (2008) «Youth Lifestyle of Coffee Shop», *Quarterly Journal of Cultural Researches*, No :1, PP93- 117.
- Smart, Barry** (2006) Michel Foucault, translators: Hassan Chavoshyan and Leila Joafshan, Tehran: Akhtaran Publications.
- T. F. Cash &T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, and change* (pp. 80-109).New York: Guilford.
- Zokaei, Mohammad Saeed** (2005) «Sub-culture or Cultural Consuming», *Quarterly Journal of Culture and Communication*, No :4, PP: 1-27.
- Zokaei, Mohmmad Saeed and Farzaneh, Hamideh** (2008) «Women and Body Culture», *Quarterly Journal of Culture and Communication*, No 11, PP: 45-62
- Zokaei, Mohmmad Saeed** (2007) *Sociology of Youth*, Tehran, Agah Publications
- Zokaei, Mohmmad Saeed** (2008) Youth,« Body and Fitness Culture», *Quarterly Journal of Cultural Researches*, No:1, PP:117-142.