

بررسی سرمایه فرهنگی و خود پنداره بدنی زنان جوان (مطالعه موردی زنان 18 تا 40 سال شهر اصفهان 1394)*

سید علی هاشمیان فر^۱

اعظم ولایتی^۲

امیرضا رضی^۳

چکیده

خودپنداره بدنی یا تصور از بدن یکی از فاکتورها و مشخصه‌های اصلی در برداشت از هویت خود در افراد به خصوص جوانان است که به ویژه در سال‌های اخیر مورد توجه متخصصین شاخه‌های متفاوت علوم انسانی و اجتماعی قرار گرفته است. در واقع تصور از بدن را می‌توان یکی از مهمترین مواردی دانست که خواه و نا خواه تأثیر بسیاری در روابط اجتماعی ما دارند. این تصور و برداشت در خصوص زنان به لحاظ تجربه تاریخی و نگرش ساختاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. پژوهش حاضر با توجه به اهمیت این مسأله در برهه کنونی وضعیت اجتماعی زنان جامعه ایرانی انجام شده است و هدف اصلی آن رسیدن به این پرسش است که آیا بین تصور از بدن و سرمایه فرهنگی زنان مورد بررسی رابطه‌ای وجود دارد؟ به این منظور از جامعه آماری زنان 18 تا 40 سال ساکن شهر اصفهان تعداد 220 نفر به عنوان نمونه آماری با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد قرار گرفته‌اند. در تحلیل آماری از نرم افزار Amose 18 در بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و تصور زنان از بدن خویش (برداشت از بدن) از رویکرد دو مرحله ای استفاده شده است. با توجه به شاخص های اندازه گیری مدل ترسیمی، فرضیه تحقیق تایید گردید و نتایج نشان از رابطه معنا دار بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و برداشت از بدن در بین زنان دارد.

کلید واژه: بدن، زنان جوان، برداشت از خود، خودپنداره بدنی، سرمایه فرهنگی .

* تاریخ وصول: 1394/7/29 تاریخ پذیرش: 1395/1/17

1. گروه جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران seyedalhashemianfar@yahoo.com
2. گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران (نویسنده مسؤل) velayati.azam@gmail.com
3. گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران a.razi2009@gmail.com

1- مقدمه و بیان مسأله

از دیر باز تاریخ و در همه‌ی اعصار و قرون بدن در بین تمام انسان‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها از اهمیت خاصی برخوردار بوده است. بالاخص از زمانی که دید جنسیتی به این مفهوم اضافه می‌گردد و بدن زنانه به عنوان یک ابژه¹ زیبایی شناختی مطرح می‌شود. این اهمیت تا جایی است همه روابط و مناسبات را تحت شعاع قرار می‌دهد. در ادوار تاریخی و در اغلب ادیان، بدن امری متضاد با تعالی و رشد روح تلقی می‌شود که به تبع آن بدن و توجه به آن امری ناپسند به شمار می‌آید. این تقابل باعث تفکری ذهن محور و ذهن مرکز شد که در آن از بدن به عنوان قسمت پست وجود انسان‌ها یاد می‌شود که دشمن ذهن محسوب می‌گردد و از آن جا که زنان در همیشه تاریخ از نگاه مردانه بر اساس بدن مورد ارزیابی قرار می‌گرفتند و به زنان به عنوان ابژه‌های بدنی و صرف جنسی نگرسته می‌شد آنان را با مساوی قراردادن با بدن در مقابل مردان مساوی با ذهن قرار می‌دادند.

بنابراین؛ مواجه بشر با بدن کاملاً امری فرهنگی است. آموزه‌های دینی و غیردینی وارد شده درباره بدن در فرهنگ‌های مختلف باعث پیدایش اشکال مختلفی از برخورد با بدن و خصوصاً بدن زنانه شده است (اباذری، 1387، 128). این مفهوم (تصور از بدن) پدیده پیچیده‌ای است که در دهه‌های اخیر توجه اندیشمندان را از حوزه‌های گوناگون به خود جلب کرده است (Garner et al, 1999: 1). از سوی دیگر، در دنیای امروزه که با هجوم تصاویر متعدد از بدن‌های اغراق‌شده زنان توسط رسانه‌های جمعی اهمیت کالبد و جسمانیت زنان بیشتر از هر چیز دیگر در نگاه جامعه مرد بنیان به زن است. خودپنداره بدنی² یا تصور از بدن³ یا ایماژ بدنی پدیده پیچیده‌ای است که فاکتوری مؤثر بر تمام جنبه‌های زندگی و رفتار آدمی و مخصوصاً زنان جوان قرار دارد پس مفهوم شخص از بدنش بخش اصلی و مهم خودپنداره‌ی او نسبت به هویت کلی‌اش می‌باشد. نتایج ذکایی (1386) نشان‌دهنده آن است که بروز نوگرایی در جامعه ایران در حساسیت جوانان به کنترل و انضباط بر بدن نیز حساسیت برای ارائه تصویر مطلوب از خود مؤثر بوده است ... عمیدی، غفرانی پور و حسینی (1385) نشان دادند که رابطه معناداری بین شاخص توده بدنی و نارضایتی از تصویر ذهنی وجود دارد، بدین گونه که با افزایش میزان نمایه توده بدنی، رضایت از تصویر بدنی کمتر می‌شود. آنها همچنین اشاره می‌کنند که بیشتر دختران با آنکه قد و وزن طبیعی داشتند از ظاهر خود ناراضی بودند (رقیبی: 1390: 129). اهمیت یافتن بحث درباره بدن در دهه‌های کنونی تا جایی است که برخی متفکران از جمله ترنر⁴ (1992) قائل به نوعی چرخش اجتماعی به نام

1. Objective
2. Self conception Body
3. Self- Image
4. Turner

چرخش به سمت جامعه جسمانی می شوند (اباذری: 1387: 128). تصویر بدنی دارای موجودیت و جوهره‌ای پویا می‌باشد زیرا دائماً توسط دریافت‌ها و تجارب جدید تغییر یافته و یا تعدیل می‌شود. تصویر بدنی به مثابه‌ی پرده‌ی هدف یا نشانه‌ای می‌باشد که شخص مهمترین احساسات شخصی، اضطراب‌ها و ارزش‌هایش را بر روی آن فراقکنی می‌کند. ایماژ یا تصورما از بدن، یعنی این که خود را چگونه درک می‌کنیم، ممکن است بر توانایی ما در رابطه برقرار کردن با دیگران مؤثر باشد و بر پاسخ‌هایی که دیگران به ما می‌دهند، تأثیر گذار باشد (اباذری: 1387: 129).

این امر موجب شده است که بیشتر تحقیقات 30 سال اخیر در تصور از بدن بر روی زنان و دختران انجام شود (Tiggeman, 2001). داشتن تصویری مثبت از بدن در میان دختران جوان تبدیل به مهم‌ترین نگرانی‌ها و دل‌مشغولی‌ها شده است (ذکایی و فرزانه، 1387: 46). لذا با توجه به اهمیت این موضوع آن هم در دنیایی کنونی که افراد مدام در حال بمباران تصاویر اغراق شده از بدن و زیبایی‌های مصنوعی از سوی رسانه‌های مختلف هستند. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف اصلی بررسی بین تصور از بدن و سرمایه فرهنگی زنان مورد مطالعه انجام شده است.

2- مروری بر آثار دیگران

مطالعه بر روی بدن از موضوعات جدید در جامعه‌شناسی معاصر است و به صورت خاص تحقیقات صورت‌گرفته بر روی تصور از بدن روند رو به رشدی را طی می‌کند. برخلاف تحقیقات انجام شده‌ی خارجی تحقیقات داخلی اغلب در حوزه پزشکی و پرستاری انجام شده است و در حوزه‌های دیگر مخصوصاً علوم اجتماعی مطالعه چندانی صورت نگرفته است. محققین غیر ایرانی پژوهش‌های متعددی در خصوص جامعه‌شناسی بدن و مدیریت آن انجام داده‌اند، از جمله ترنر که معتقد است بدن نقش واسطی بین مصرف و هویت فرد ایفا می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است. به زعم ترنر فرهنگ مصرفی منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افراد قرار می‌دهد که بدن برای آنها اهمیت دارد (ترنر 1996 به نقل از ذکایی 1386: 123).

سوامی و همکارانش در مطالعه شان بر روی تعدادی از زنان و مردان انگلیسی بالغ به این نتیجه رسیده‌اند که تحصیلات رابطه معنی دار مثبتی با تصور از بدن داشته است اما استفاده از رسانه‌ها رابطه معنی دار معکوسی داشته است. (Swami, et al. 2008)

نتیجه‌ی تحقیق خواجه‌نوری و مقدس نشان داده است که عواملی همچون نوگرایی، آگاهی نسبت به جهانی شدن، شیوه زندگی، گفتگو در خانواده، سرمایه فرهنگی و وضعیت تاهل نزدیک به 40 درصد از

تغییرات تصور از بدن را در زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان را تبیین می‌کند(خواجه نوری و مقدس، 1388).

ذکایی و فرزانه سعی در دستیابی به تجربیات زنان تهرانی نسبت به بدن‌های‌شان قبل و بعد از عمل جراحی زیبایی داشته‌اند. نتیجه تحقیق آنها آن بوده که زنان بعد از جراحی‌های زیبایی احساس رضایت از خود و اعتماد به نفسشان بالاتر رفته است. از جانب دیگر گزینش جراحی زیبایی در چرخه‌ای میان انتخاب فردی و ساختارهای اجتماعی قرار گرفته است(ذکایی، 1387).

نتایج در تحقیق دیگری از خواجه نوری و همکاران در رابطه با سبک زندگی و تصور از بدن نشانگر آن است از میان عوامل تأثیرگذار بر تصور بدن تنها سبک‌های موسیقایی مدرن، سبک‌های مذهبی، سبک‌های فراغتی و نهایتاً سبک‌های مشارکتی به ترتیب توانسته‌اند بر روی هم بیش از 22 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند(خواجه نوری و همکاران، 1389).

اخلاصی(1386) در تحقیقی با عنوان «مدیریت بدن و رابطه‌ی آن با پذیرش اجتماعی بدن» نشان داده که توجه زنان به بدن در همه‌ی وجوه گوناگون از حیث آرایشی، مراقبت و نگهداری شدت یافته است. بر مبنای این پژوهش بین عوامل مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی- اجتماعی با مدیریت بدن رابطه‌ی معنا داری وجود دارد و رابطه‌ی متغیرهای دینداری و مدیریت بدن معکوس و معنا دار است (اخلاصی 1386: 12). در تحقیقی با عنوان «فرهنگ زیبایی با تأکید بر جراحی پلاستیک»، بهزادیان‌نژاد مهم‌ترین عامل گرایش افراد به جراحی پلاستیک را کسب اعتماد به نفس می‌داند(بهزادیان 1384: 7). احمدنیا نیز در تحقیق خویش نتیجه می‌گیرد فشارهای فرهنگی از جمله مهم‌ترین عواملی است که در گرایش زنان به تناسب اندام اثر می‌گذارد، وی معتقد است تاثیر فشارهای فرهنگی در سطح بین‌المللی و از طریق رسانه‌های جمعی تشدید می‌شود به طوری که ارزش‌های خاص مرتبط با اشکال و اندازه‌های بدنی ایده‌آل و مطلوب در رفتارهای افراد اثر می‌گذارد که نمونه‌ی بارز آن اهمیت باریک اندامی در جوامع غربی است که به جامعه ایران نیز سرایت یافته است(احمدنیا 1385: 32).

3- چارچوب نظری تحقیق

در این قسمت با توجه به متغیرهای تحقیق به بررسی نظریات محققان و نظریه پردازان می‌پردازیم.

3-1-1- نظریات خود پنداره بدنی یا تصور از بدن

خودپنداره بدنی نظیر هر جنبه روانی دیگر جزئی از شخصیت هر انسان است که از سیر تکاملی خود برخوردار است و در زمان هایی از زندگی دچار نوسان و تغییرات می شود. تصویر بدنی عبارت است از کلیه برداشت هایی که دیگران نسبت به او دارند. گورمن اظهار می دارد که تصویر بدنی، تفکری ذهنی است که یک شخص در هر لحظه از بدن خود دارد. به عقیده اسمیت، هر شخص یک تصویر ذهنی از بدن خودش دارد که اصلی ترین سازنده شخصیت اوست. ممکن است فکر کند لاغر، چاق، کوتاه بلند یا چیزی بین آنهاست.

براون و همکاران معتقدند که تصور از بدن به درجه رضایت و نارضایتی مردم از ظاهر و بدن بر می - گردد (Brown et al., 1990). وودز (1975): تصور از بدن، یک تصویر ذهنی پذیرفته از بدن است که بدن توسط این تصویر به خود فرد نشان داده می شود. کیش تصور از بدن را به احساسات شخصی در رابطه با بدن و ظاهر فیزیکی مربوط می داند (Cash, 2002).

کیش و پروزینسکی (2000): تصور از بدن را به عنوان یک دیدگاه نگرشی در هر فرد می دانند که به بدن آن فرد مربوط می شود. این دیدگاه شامل بخش های ارزیابی، شناختی، رفتاری می باشد. بوردیو و مفهوم سازی او از سرمایه فیزیکی نیز تأثیر قابل ملاحظه ای در رشد جامعه شناسی بدن داشت؛ بوردیو سرمایه بدنی را به مثابه یکی از انواع فرعی سرمایه فرهنگی، نوعی منبع فرهنگی می داند که در بدن سرمایه گذاری شده است. تولید سرمایه جسمانی به شکل دهی اجتماعی بدن ها توسط افراد از طریق ورزش، فراغت و دیگر فعالیت ها اشاره دارد که ریشه در عادت واره های افراد دارد. این شکل دهی مطابق با جایگاه طبقاتی افراد است و ارزش منزلتی ویژه ای به آنها می بخشد.

از دیدگاه پسا ساختارگرایان بدن به مثابه پدیده طبیعی و زیستی وجود ندارد، بلکه زبان و دیگر صورت های بازنمایی آن را شکل می دهند و بدان معنا می بخشند. از این رو دسترسی به هر گونه تفسیری از بدن و تجلیات آن تابع زبان است.

از نظر فوکو در جامعه مصرفی معاصر کنترل بر بدن از طریق سرکوب اعمال نمی شود، بلکه کنترل از طریق تحریک به مصداق جدید زیبایی صورت می گیرد. تعریف فوکو از بدن همچون بوردیو در ساده ترین شکل به این نکته اشاره دارد که بدن های فیزیکی ما همیشه و در همه جا بدن های اجتماعی هستند.

3-1-2- عوامل موثر بر تصویر بدنی

1. خانواده : اولین عامل تأثیرگذار بر تصویر بدنی¹ است. در سالهای اولیه زندگی رفتار کودک تحت تأثیر خانواده است و هر آنچه کودک در این سالها شاهد آن است بر اعتقادات او تأثیر می‌گذارد. والدین اغلب آگاه نیستند که این موارد تا چه اندازه می‌تواند بر احساس فرد از خود تأثیرگذار باشد. اسباب‌بازی که کودکان استفاده می‌کنند از موارد دیگری است که بر روی حس فرد و فیزیک مورد علاقه یا تنفر کودک اثر می‌گذارد. از اسباب‌بازی‌هایی که امروزه مورد توجه است عروسک باربی برای دختران و سوپرمن و بت من برای پسران است. بخشی از بازی کودکان این است که خود را به جای این شخصیت‌ها می‌گذارند و آنها را درونی می‌کنند و این احتمال وجود دارد که داشتن این نوع تصویر بدنی برای آنها به صورت یک خواسته در آید.

دوستان : با وارد شدن کودک به جمع دوستان و همسالان، نقش خانواده کمرنگ‌تر شده و این جمع جدید تأثیر بیشتری بر کودک خواهند گذاشت در این دوره تصویر فرد از خود بسیار اهمیت می‌یابد، چراکه چگونه به نظر رسیدن از سوی سایرین برای نوجوان بسیار مهم است.

1. رسانه‌ها : قبل از به وجود آمدن تلویزیون و سایر رسانه‌های جمعی اینکه افراد از نظر سایرین چگونه به نظر می‌آیند، کمتر مورد توجه بود، ولی امروزه رسانه‌ها به دلیل ارائه فیزیک غیر واقعی مورد انتقاد واقع می‌شوند. آنها به گونه‌ای لاغری را تبلیغ می‌کنند که دیدن هر گونه فیزیک بدنی دیگر غیر طبیعی به نظر می‌رسد. حال آنکه تنها 5٪ افراد دارای چنین مشخصاتی هستند. امروزه شاهد هستیم که زنانی با وزن نرمال روز به روز لاغر تر و مردانی با ظاهر مناسب روزه‌روز عضلانی تر می‌شوند. رسانه‌ها با تبلیغاتی که درباره شکل بدن ارائه می‌دهند، می‌توانند بر روی احساس فرد از خود تأثیر گذارند.

2. عوامل اجتماعی - فرهنگی : یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر تصویر بدنی تعریف اجتماعی و فرهنگی موجود در جامعه است. در واقع این فضای کلی فرهنگی بستر و محیط اجتماعی افراد یک جامعه است که در شکل‌دهی نگرش‌ها و علایق و سلايق نقش ارزنده دارد. در کشور ما نیز به خصوص در مورد بانوان علل فرهنگی و مذهبی به این دلایل اضافه شده است. با این وجود با تغییر نسل‌ها و نیز دیدگاه افراد این مسأله نیز تحت تأثیر قرار گرفته و توجه به سایر اعضای بدن نیز بیشتر شده است و مدل‌های مختلف لباس و مانتو و شلوار خود مصداق این مطلب است.

3-1-3- خودپنداره بدنی زنان

1. Body image

گیدنز (2003) جامعه‌شناس معاصر انگلیسی معتقد است زنان جوان به‌ویژه بر اساس ویژگی‌های جسمانی‌شان مورد قضاوت قرار می‌گیرند و احساس شرم‌ساری نسبت به بدن‌شان رابطه‌ی مستقیمی با انتظارات اجتماعی دارد. زنان در مقایسه با مردان بیشتر در معرض اختلالات تغذیه‌ای قرار می‌گیرند که وی آن‌را ناشی از چند دلیل عمده می‌داند: اول اینکه هنجارهای اجتماعی ما در مورد زنان به نسبت بیشتری بر جذابیت جسمانی تأکید دارد. دوم اینکه، آنچه به لحاظ اجتماعی تصویری مطلوب از بدن تعریف می‌شود، در مورد زنان تصویری لاغراندام و نه عضلانی است. سوم اینکه، هرچند امروزه زنان در عرصه‌ی عمومی و زندگی اجتماعی نسبت به قبل، فعال‌تر شده‌اند، اما همچنان همانقدر بر اساس پیشرفت‌ها و موفقیت‌هایشان مورد ارزیابی قرار می‌گیرند که بر پایه‌ی وضعیت ظاهری‌شان در هر جامعه‌ای یکسری الگوها و ایده‌آل‌های فرهنگی در ارتباط با خصوصیات زیبایی اندام و چهره در مورد زنان مورد تبلیغ و اشاعه قرار می‌گیرد. با توجه به پدیده‌ی انتشار گسترده‌ی الگوهای فرهنگی غربی در سطح بین‌المللی که از طریق رسانه‌های جمعی و تکنولوژیهای نوین ارتباطی تشدید و تسهیل می‌گردد، ارزش‌های خاصی مرتبط با اشکال و اندازه‌های بدنی ایده‌آل و مطلوب مورد تأکید قرار می‌گیرد. مطالعه رفتار مترتب بر اینگونه ارزش‌گذاری‌ها بدلیل اهمیت و حساسیت پیامدهای حاصل از اتخاذ این رفتارها بر سلامت روانی و جسمانی زنان اهمیت می‌یابد.

سارا گروگن¹ تصویر از بدن را به ادراک، احساسات و افکار زنان نسبت به بدن خود مربوط می‌داند و آنرا شامل برآورد اندازه بدن، ارزیابی از میزان جذابیت بدن و عواطف مرتبط با شکل و حجم آن می‌داند. تصویر از بدن یک سازه‌ی اجتماعی است که با رضایت خاطر فرد نسبت به بدنش رابطه دارد. دبوراً لوپتن توضیح می‌دهد تصویری که هر فرد از بدن خود در سر دارد بر نحوه‌ی درک و تجربه‌ی احساسات جسمانی‌اش تأثیر می‌گذارد. تصویر از بدن همچنین در مورد اینکه فرد چگونه خود را در فضای اجتماعی قرار دهد، چگونه خود را به عنوان موجودی مجزا از سایر پدیده‌های فیزیکی مفهوم‌سازی کند، خود را حفظ کند، درون را از بیرون خود تمیز دهد، یا خود را در حکم فاعل یا مفعول بکارگیرد، تأثیر می‌گذارد. مطالعاتی که در بریتانیا، ایالات متحده و استرالیا به انجام رسیده نشان داده که زنان در هر سنی که باشند معمولاً از شرایط بدنی خود ناراضی‌اند و آرزو می‌کنند که لاغرتر از آنچه هستند بشوند (گروگن، 2000، 356).

احمدنیا ذکر نموده که در نتیجه‌ی تأثیر عمیق ارزش‌های فرهنگی حاکم بر جامعه، وضعیت ظاهر جسمانی در دوره نوجوانی و جوانی از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود، یعنی دختران جوان به شدت

1. Grogan

نسبت به تصویری که از بدن خود ادراک می‌نمایند، حساس می‌گردند (احمدنیا، 1380: 84). وی همچنین با ارجاع به نتایج تحقیقات (Williams and Currie, 2000) می‌نویسد تحقیقات متعددی در زمینه‌ی رابطه‌ی میان بلوغ، تصویر از بدن، و عزت نفس نوجوانان در غرب به عمل آمده است که نشان می‌دهد دخترانی که نسبت به شکل ظاهری بدن خود یا وزن خود ابراز نارضایتی کرده‌اند، نسبت به آنان که تصویر مثبتی از بدن خود در سر داشتند، از عزت نفس پایین‌تری برخوردار بودند. افراد جوان که مرحله بلوغ خود را پشت سر می‌گذارند، معمولاً تلاش می‌کنند تا خود را هر چه بیشتر به شرایط ایده‌آلی الگوهای فرهنگی که توسط رسانه‌های جمعی، بویژه در غرب تبلیغ می‌شوند نزدیک کنند (همان: 84).

3-2- سرمایه فرهنگی

به نظر بوردیو سرمایه فرهنگی، داشتن تمرین‌هایی از فرهنگ قانونی یا قانون فرهنگی است (بوردیو، 1984). وی سرمایه فرهنگی را چنین تعریف می‌کند: "صورت‌های از دانش، مهارت‌ها، آموزش و مزایایی که یک انسان واجد آن است و به او اجازه می‌دهد که جایگاه بالاتری در جامعه کسب کند." از دیدگاه بوردیو، پدران و مادران به فرزندان خود با انتقال نگرش‌ها و معرفت‌هایی که در سیستم آموزشی جاری، به موفقیت آنان کمک می‌کند سرمایه فرهنگی می‌بخشند (بوردیو، 1986، 258-241؛ به نقل از روحانی، 1388: 14).

هایس¹ اصطلاح سرمایه فرهنگی را بازنمایی جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه‌ی خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آنهاست که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارد (بایگانی و کاظمی، 1389: 9). جان فیسک² (1939)، سرمایه فرهنگی را باعث فهم انتقادی مردم از وضعیت اجتماعی خود می‌داند. طبقه پایین، به وسیله این نوع سرمایه فرهنگی، نگاه مثبت به هویت اجتماعی خود پیدا می‌کنند و خود را از ساختار سلطه جدا می‌سازند. این طبقه، در روندهای مورد علاقه خود مشارکت می‌کنند و از این طریق، زندگی خود را لذت بخش می‌نمایند (خیرخواه، 1389).

از نگاه متفکرین ایرانی کارکرد سرمایه فرهنگی به شرح ذیل است؛ از نگاه مسعود چلبی، در صورتی که دسترسی به سرمایه فرهنگی، به صورت برابر باشد، سرمایه فرهنگی می‌تواند، کارکردهای زیر را داشته باشد: دسترسی اکثریت اعضای جامعه به منابع معرفتی، بسط خردگرایی در عرصه‌های مختلف زندگی، بالا بردن سطح مشارکت همگانی در تولیدات و خلاقیت‌های علمی و فرهنگی، سریع شدن تغییرات اجتماعی، گسترش دانش‌های نوین و گسترش گردش اطلاعات به صورت افقی و عمودی و رشد شخصیتی برای

1. Hayes

2. John Fiske

اکثریت افراد جامعه (چلیپی، 1382: 126-128). از نظر رفیع‌پور، سرمایه فرهنگی، همان فرهنگ به‌جا مانده از گذشتگان است؛ که به‌وسیله آن، انسان‌ها نیازهای مختلف خود را برطرف می‌کنند؛ زیرا در صورت عدم وجود این سرمایه، انسان‌ها مجبورند از صفر شروع کنند و تمام مراحل را که پیشینیان رفته بودند را دوباره طی کنند (پورزارعیان، بی تا: 51-53؛ به نقل از خیرخواه، 1389). به اعتقاد صاحب‌نظران توسعه، سرمایه فرهنگی خود شاخصی از توسعه فرهنگی به شمار می‌رود. با توجه به اهمیت تأمین سرمایه فرهنگی، لازم است که سیاستگذاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه، برآوردی از رشد آن در اختیار داشته باشند و چگونگی تحولات آن را بدانند و منابع را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای متناسب تخصیص دهند. بدین ترتیب با مطالعه دقیق و علمی و شناخت دقیق سرمایه فرهنگی اقشار مختلف جامعه می‌توان از این مفهوم به عنوان متغیر پیش‌بینی‌کننده در تحلیل مسایل اجتماعی، فرهنگی نظیر هویت، مشارکت و ... سود جست.

3-2-1- ابعاد سرمایه فرهنگی

انواع سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو به سه صورت تجلی می‌یابد:

1- حالت تجسم یافته¹

می‌توان اکثر ویژگی‌های سرمایه فرهنگی را از این واقعیت استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباط نزدیکی دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بوردیو آنرا ابعاد سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آنرا از طریق هدیه، خرید یا مباداه به دیگری منتقل نمود. این سرمایه به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد (شارع پور و خوش فر، 1381: 137). در واقع، سرمایه فرهنگی درونی شده توانایی‌های بالقوه‌ای دارد که به تدریج بخشی از وجود فرد شده و در او تثبیت شده‌اند (نوغانی، 1383: 137؛ به نقل از نیازی، 1386: 60).

2- حالت عینیت یافته²

این سرمایه از بدیهی‌ترین و آشکارترین نوع سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه می‌توانند از آن بهره‌مند گردند (نیازی، 1386: 60). در واقع یکی از عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای متلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و

1. Embodied Cultural Capital

2. Objective Cultural Capital

اجتماعی قرار گیرد. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته در اشیای مادی، رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن و بطور کلی در مادیت آن، قابل انتقال است. لذا کالاهای فرهنگی را هم می‌توان بصورت مادی تخصیص داد که منجر به سرمایه اقتصادی می‌شود و هم بصورت نمادی که منجر به سرمایه فرهنگی می‌شود (شارع‌پور و خوش‌فر، 1381: 137).

3- حالت نهادی شده¹

این حالت نوعی رسمیت‌بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و آکادمیک نمونه‌ای از این حالت است. این مدارک، نوعی نرخ تبدیل بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی برقرار می‌سازند و این کار از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند. از آنجائیکه منافع مادی و نمادی مدارک تحصیلی بستگی به کمیابی آنها دارد، سرمایه‌گذاری صورت گرفته (از لحاظ زمان، تلاش و پول) ممکن است به اندازه‌ای که پیش‌بینی می‌شود، سودمند نباشد (شارع‌پور و خوش‌فر، 1381: 137). در واقع این سرمایه، به کمک ضوابط اجتماعی و به دست آوردن عنوان‌های تحصیلی، تصدیق حرفه و کار، برای افراد کسب موفقیت می‌کند. همچنین این سرمایه، قابل واگذاری و انتقال نیست و به دست آوردن آن برای افراد به شرایط معینی بستگی دارد (روح‌الامینی، 1365: 118).

4- فرضیه اصلی

- بین سرمایه فرهنگی زنان جوان و خودپنداره بدنی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

5- روش تحقیق

این مقاله بر اساس روش پیمایشی انجام گردیده است و در آن جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه به عنوان پرکاربردترین تکنیک در روش پیمایشی محقق شده است. در واقع در روش پیمایش عمدتاً برای جمع‌آوری و سنجش اطلاعات از ابزار یا تکنیک پرسشنامه استفاده شده است (دواس، 1376: 13). در این پژوهش جامعه آماری شامل کلیه زنان در رده سنی 18 سال تا 40 ساکن شهر اصفهان در محدوده زمانی سال 1394 می‌باشد که تعداد 220 نفر از زنان سال ساکن اصفهان با ویژگی‌های بیان شده به عنوان نمونه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی مورد بررسی قرار گرفتند و برای بررسی‌های آماری و تجزیه تحلیل‌ها از دو نرم افزار spss 22 و Amos18 استفاده شده است.

6- مفاهیم و نحوه سنجش آن

در این قسمت به تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق می پردازیم:

6-1- خودپنداره بدنی (تصور از بدن)

در این تحقیق تصور از بدن زنان متغیر وابسته است. تصور بدن یک تصور ذهنی از بدن توسط فرد است و به دریافت و احساس وی از بدن خودش اشاره دارد (گروگن، 1999: 1- هارگریوز و تیگمن، 2006). به بیان دیگر انسانها در تعاملات روزمره خود با دیگران خود را با تصویر عمومی تلفیق می کنند. این تصور در تعامل با دیگران شکل می گیرد. به این منظور تصور یا برداشت از بدن بر اساس تعداد 15 گویه و در سه بعد (نگرش مردم به بدن، ارزیابی خود فرد از بدن، استفاده از ابزارهای زیبایی، بعد آرایش) با استفاده از تحقیقات دکتر خواجه نوری (1389) در قالب طیف لیکرت تنظیم و سنجیده شدند. برای آزمون روایی از ضریب همبستگی آلفای کرونباخ استفاده شده است و با توجه به نتایج آزمون ($a = 73/45$) مورد تایید قرار گرفته است.

6-2- سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی را مجموعه ای از دانش ها، تمایلات، عادات، نگرش ها و توانایی های شناختی را مد نظر قرار می دهیم که در شکل کالاها و ابزارهای فرهنگی متجلی می شود. در این پژوهش سرمایه فرهنگی به عنوان یک عامل مهم در تصور از بدن مورد بررسی قرار گرفته است؛ در این پژوهش، این شاخص با بُعد های: سرمایه فرهنگی عینیت یافته (عینی)، سرمایه فرهنگی نهادی شده (ضابطه ای)، سرمایه فرهنگی هنجاری شده (ذهنی) و در 24 فاکتورهای مورد ارزیابی قرار گرفته است. اعتبار و روایی مقیاس سرمایه فرهنگی با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفته و با توجه به نتایج آزمون ($a = 85.61$) مورد تایید قرار گرفته است.

7- روش های تجزیه و تحلیل داده ها

از آنجا که نتایج این تحقیق برگرفته و حاصل داده های کمی بوده، روش تجزیه و تحلیل نیز کمی بوده است. روش های آماری ابزارهایی هستند که به کمک آنها می توان اطلاعات به دست آمده از متغیرها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. در این پژوهش داده های تحقیق در دو سطح، گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند:

الف) در سطح توصیفی: از نرم افزار spss 21 جهت توصیف داده ها استفاده شده است.

ب) در سطح استنباطی: از نرم افزار Amose Graphice 18، جهت تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها استفاده شده است

7-1- توصیف داده ها

در جدول های زیر به بررسی آمار توصیفی و پراکندگی متغیرهای اصلی تحقیق می‌پردازیم.

جدول شماره 1: آمار توصیفی و پراکندگی متغیر خودپنداره بدنی (برداشت از بدن)

مفهوم	ابعاد	حداقل	حداکثر	چولگی	کشیدگی
تصور از بدن	طرزنگرش دیگران	0/000	100/000	-0/280	0/313
	لبزارهای زیبایی	0/000	100/000	-0/407	0/080
	ارزیابی از خود	25/000	100/000	-0/202	0/306
	آرایش	0/000	100/000	-0/240	-0/184

بر اساس اطلاعات به دست آمده از آماره توصیفی و پراکندگی جدول شماره 2، کلیه ابعاد متغیر خودپنداره بدنی نرمال است. همچنین بر آماره توصیفی و پراکندگی جدول شماره 3 نیز میتوان گفت تمام بعدهای متغیر سرمایه فرهنگی نیز نرمال می‌باشد.

جدول شماره 2: آمار توصیفی و پراکندگی متغیر سرمایه فرهنگی

مفهوم	ابعاد	حداقل	حداکثر	چولگی	کشیدگی
سرمایه فرهنگی	بعد ذهنی	0/000	100/000	0/634	-0/162
	بعد عینی	0/000	92/857	0/371	-0/27
	بعد نهادی(ضابطه ای)	0/000	62/069	0/196	-0/297

7-2- تحلیل داده ها

در تحلیل داده‌ها از ترسیم مدل ساختاری استفاده شده است. مدل معادله ساختاری ترکیبی از مدل مسیر (روابط ساختاری) و مدل‌های عاملی تأییدی (روابط اندازه‌گیری) است (قاسمی، 1389: 221).

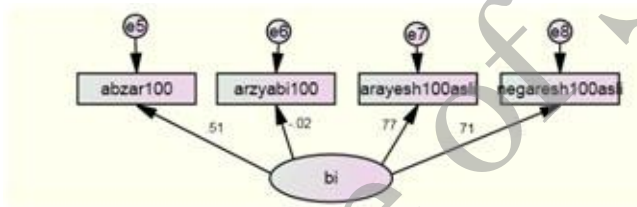
8- مدل اندازه گیری

در این پژوهش نیز با استفاده از مبانی نظری، چهار مدل اندازه‌گیری (شامل مدل اندازه‌گیری اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی و نگرش به برنامه‌های دینی تلویزیون) ترسیم و این

متغیرهای پنهان توسط معرفهای آشکار اندازه گیری شده اند و سپس از رویکرد دو مرحله ای برای بررسی رابطه میان متغیر سرمایه اجتماعی و نگرش به برنامه های دینی استفاده شده است. مدل این کار بر اساس درجه آزادی فرا مشخص است.

در هر یک از مدل های اندازه گیری شاخص های برازش بررسی و پس از انجام اصلاح، کلیه مدل ها قابل قبول تشخیص داده شده اند. در ادامه مدل های اندازه گیری آمده است.

الف- مدل تحلیل عاملی اندازه گیری تصور از بدن



شکل 1: مدل اندازه گیری تصور از بدن

جدول شماره 3: برآورد واریانس متغیر تصور از بدن

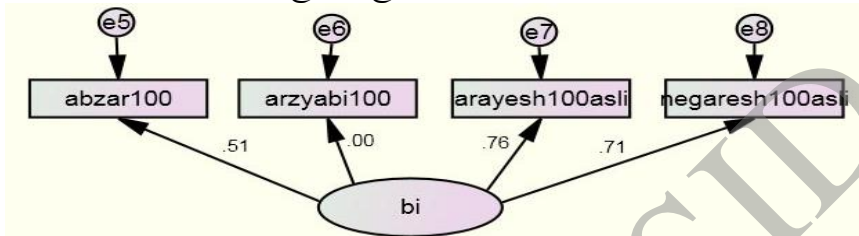
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
abzar100	<---	bi	1.000				
arzyabi100	<---	bi	-.043	.136	-.317	.752	
arayesh100asli	<---	bi	1.674	.301	5.566	***	
negaresh100asli	<---	bi	1.440	.249	5.792	***	

شاخص های جزئی برازش (نسبت بحرانی و سطح معنا داری آنها) نشان می دهد که کلیه بارهای عاملی به جزء ارزیابی از بدن دارای تفاوت معنادار با صفر هستند.

جدول شماره 4: شاخص های برازش مدل عاملی تصور از بدن

DF	P	Chi-square	RMS EA	GFI	IFI	NFI	TLI	DF/CMIN
2	0/208	3/1	0/501	0/990	0/991	0/975	0/971	1/573

در این مدل با توجه به اینکه بعد ارزیابی از بدن از معناداری لازم برخوردار نیست و از سوی دیگر وجود چارچوب نظری آن را عامل مهمی در تصور از بدن تلقی می‌کند بر اساس نظر متخصصین به آن بار عاملی صفر داده و دوباره مدل را بررسی کرده، که نتایج به شرح ذیل به دست آمد.



شکل 2: اصلاح شده مدل اندازه گیری تصور از بدن

جدول شماره 5: برآورد واریانس اصلاح شده متغیر تصور از بدن

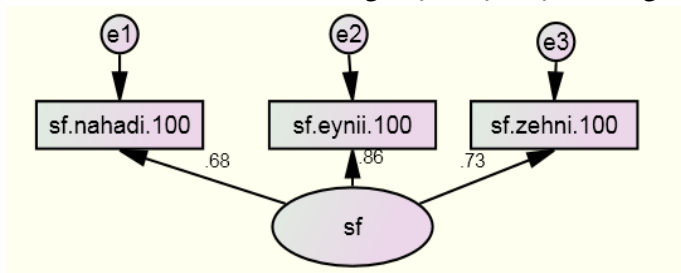
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
abzar100	<---	bi	1.000				
arzyabi100	<---	bi	.000				
arayesh100asli	<---	bi	1.663	.298	5.588	***	
negaresh100asli	<---	bi	1.441	.249	5.792	***	

جدول شماره 6: شاخص های برازش مدل عاملی اصلاح شده تصور از بدن

DF	P	Chi-square	RMSEA	GFI	IFI	NFI	TLI	CMIN DF
3	0/356	3/243	0/019	0/998	/9980	0/974	0/996	1/081

اطلاعات به دست آمده از شاخص‌های جزئی برازش (نسبت بحرانی و سطح معناداری آنها) نشان می‌دهد که کلیه بارهای عاملی دارای تفاوت معنادار با صفر هستند و مدل اندازه‌گیری از نوع مدل‌های فرامشخص و مفروض می‌باشد.

ب- مدل تحلیل عاملی اندازه گیری سرمایه فرهنگی



شکل 3: مدل اندازه گیری سرمایه فرهنگی

جدول شماره 7: برآورد واریانس متغیر سرمایه فرهنگی

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
sf.nahadi.100	<---	sf	1.000				
sf.eynii.100	<---	sf	1.741	.198	8.797	***	
sf.zehni.100	<---	sf	1.825	.204	8.936	***	

شاخص های جزئی برازش (نسبت بحرانی و سطح معنا داری آن ها) نشان می دهد که کلیه بارهای عاملی دارای تفاوت معنادار با صفر هستند.

جدول شماره 8: شاخص های برازش مدل عاملی سرمایه فرهنگی

DF	P	Chi-square	RMSEA	GFI	IFI	NFI	TLI	DF/CMIN
0		0.000	0.564	1	1	1	1	0/000

مطابق اطلاعات به دست آمده از جدول شماره 9 باید عنوان کرد با توجه به صفر بودن درجه آزادی مدل اندازه گیری متغیر سرمایه فرهنگی از نوع مدل اشباع شده است.

9- الگوسازی معادلات ساختاری

در این قسمت به آزمون اعتبار سازه ای وسیله ای اندازه گیری و آزمون نیکویی برازش ساختار مورد نظر با استفاده از نرم افزار Amos با در اختیار داشتن داده های مربوط به متغیرهای برگرفته شده از فرضیه ها می پردازیم (قاسمی، 1384: 73). (برای رسم مدل نهایی، از رویکرد دو مرحله ای برای مناسب بودن بارهای عاملی بهره گرفتیم و بعد از قابل قبول بودن آنها به تدوین مدل نهایی اقدام کردیم).

مدل ذیل به آزمون اعتبار سازه ای تصور از بدن و سرمایه فرهنگی و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه گیری همچنانکه از مدل برمی آید بیشتر معرفهای متغیرهای مکنون به طور نسبتاً مناسب روی آنها بار شده و البته متغیرهایی که بار گویه ی پایینی داشته از معادله خارج شده اند. پس از رسم مدل ساختاری و اصلاح آن اطلاعات حاصل شده حاکی از آن است که:

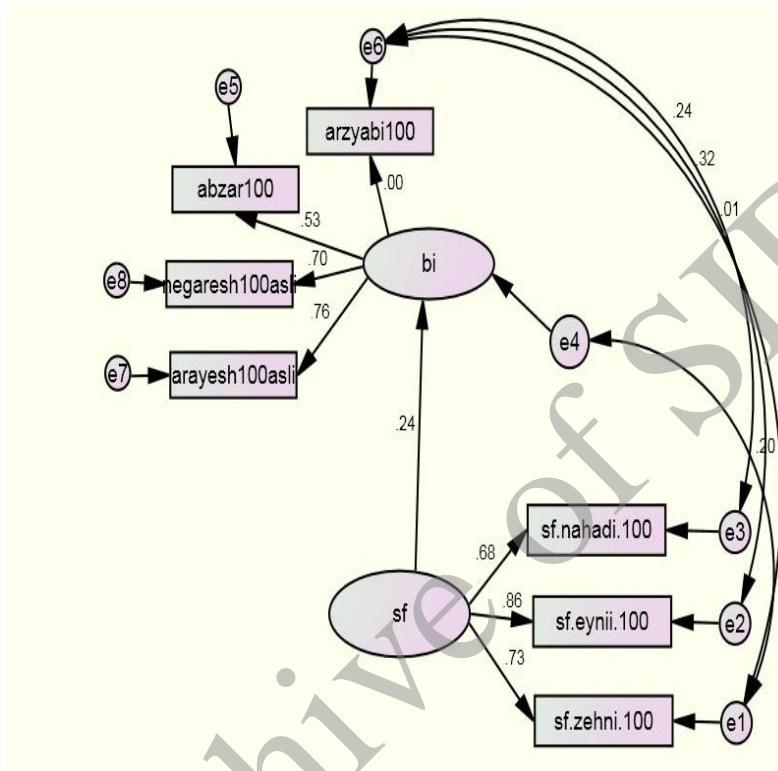
با توجه به این که میزان کای اسکور به درجه آزادی یا به بیان بهتر کای اسکور نسبی در فاصله 1 تا 5 مناسب است و مقادیر نزدیک به 2 تا 3 بسیار خوب تفسیر می شود؛ می توان بیان کرد که با توجه

به مقدار کای اسکوتر نسبی ($CMIN/DF = 1.294$) به دست آمده وضعیت مدل مناسب برازش شده است. همچنین شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده ($RMSEA$) به عنوان شاخص بدی برازش هر چه مقدار کمتر داشته باشد و به صفر نزدیک‌تر باشد مدل تدوین شده قابل قبول تر تلقی می‌گردد که در این مدل ($RMSEA = 0.03$) نشان از برازش خوب مدل دارد.

شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح‌شده با داده‌های مشاهده‌شده و اعتبار سازه‌ای وسیله‌ی اندازه‌گیری مورد بحث را نشان می‌هد. کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از 0/90 را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله‌گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آنهاست. از آنجا که معیارهای $GFI=0/99$ ، $TLI=0/98$ و $FI=0/99$ نزدیک به یک می‌باشند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیار $0/037$ ، $RMSEA=$ حاکی از عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در مدل است (البته از آنجا که آماره χ^2 کاملاً تحت تأثیر حجم نمونه‌ی مورد مطالعه می‌باشد و حجم نمونه در این تحقیق زیاد است، معناداری یا عدم معناداری χ^2 ملاک مناسبی برای قضاوت در مورد مدل نمی‌باشد).

جدول شماره 10: شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری

DF	P	Chi-square	RMSEA	GFI	IFI	NFI	TLI	CMIN/DF
10	0/227	12,939	0/037	0/992	0/992	0/965	0/983	1/294



شکل 4: مدل ساختاری تحقیق

10- بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف بررسی رابطه و اثرگذاری سرمایه فرهنگی بر خودپنداره بدنی یا نگرش از بدن در بین زنان انجام شده است. اهمیت این موضوع در شرایط فعلی از آنجایی ناشی می‌شود که در دنیای امروزی مسأله‌ی بدن و تصور از آن عمدتاً موضوعی فرهنگی است که به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه بر می‌گردد. دگرگونی در این مؤلفه‌های فرهنگی موجب می‌شود تا رفتارهای اعضای جامعه نیز به تبع آن دچار دگرگونی گردند. عمدتاً بر اثر تماس‌های مستقیم و یا با واسطه فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر، عناصر فرهنگی هر جامعه در جامعه دیگر وارد می‌شوند. یکی از این جوامع، جامعه و فرهنگ ایرانی می‌باشد که با سرعت فراوانی تحت نفوذ این رسانه‌ها قرار گرفته است (خواجهنوری، 1385).

این تأثیر را به عینه می‌توان در تصور از بدن، زیبایی و داشتن اندام متناسب در بین آحاد مردم مشاهده کرد، این تأثیرپذیری از تصاویر اغراق شده و بعضاً تخیلی از زیبایی باعث گرایش شدید افراد و

بلاخص زنان به وسایل و ابزار زیبایی و آرایش شده است که ناشی از ارزیابی فردا از خودش و برداشت از نگرش دیگران است.

در این مطالعه با بررسی خودپنداره بدنی یا ایماژ بدنی 220 نفر از زنان 18 تا 40 ساله شهر اصفهان در سال 1394 به دنبال بررسی این موضوع بودیم که تأیید مدل ساختاری به عنوان مدل مفروض و فرامشخص نشان از صحت مباحث ذکر شده دارد. در این پژوهش از نظریات نظریه پردازان به نامی چون پیروردیو، گیدنز و سارا گروگن استفاده شده است.

نتیجه‌گیری کلی حاکی از آن است که؛ در دنیایی امروزی رسانه‌ها که تأکید بر اندام‌های اغراق‌شده و زیبایی‌های مصنوعی بیشتر از هر زمان دیگر است و افراد مدام در هجوم این مفاهیم و تصاویر قرار دارند سرمایه فرهنگی به عنوان عاملی مهم می‌تواند در برداشت از بدن و نگرش به آن تأثیرگذار باشد. به بیان دیگر برداشت زنان از بدن خود یا خودپنداره بدنی آنان می‌تواند از طریق افزایش سرمایه فرهنگی سطح بالاتر و مثبت‌تری به خود اختصاص دهد که نشان از آن است که در بین زنان تحصیل‌کرده و با سرمایه فرهنگی بالا این تصور از بدن واقعی تر و مثبت‌تر است.

پس می‌توان از طریق افزایش سرمایه فرهنگی و آگاهی‌های فرهنگی در بین زنان خودپنداره بدنی آنان را نیز تقویت کرد و این خود به عنوان عاملی مهم در مدیریت کنونی وضعیت بحرانی و اپیدمی استفاده بی‌اندازه از لوازم آرایشی و جراحی‌های زیبایی در بین جامعه زنان ایرانی محسوب می‌گردد. این در شرایطی است که فاصله‌ی میان واقعیت وجودی ایشان و شرایط ایده‌آلی که در ذهن می‌پرورند زیاد می‌شود، به انواع فشارهای روانی و اختلالات ناشی از آن دچار می‌گردند که اثرات مخربی برای سلامت زنان بدنبال دارد.

گروگن با ارجاع به تحقیقی از بوردیو (1993) می‌نویسد: در جوامع غربی باریک‌اندامی صفت با ارزشی برای زنان تلقی می‌گردد که با جذابیت، کنترل بر نفس، مهارت اجتماعی، موفقیت شغلی و جوانی تداعی می‌شود. مطالعه رفتار مترتب بر اینگونه ارزش‌گذاری‌ها بدلیل اهمیت و حساسیت پیامدهای حاصل از اتخاذ این رفتارها بر سلامت روانی و جسمانی زنان اهمیت می‌یابد که شواهد و نمونه‌هایی از اقدامات رایج در جهت تغییر شکل اندام و صورت و برخی تبعات جسمانی و روانی اینگونه رفتارهای مرتبط با بدن زنان فراوان است. مسأله‌ای که هر روز بیشتر و بحرانی‌تر از روز قبل می‌گردد. آنچه که مسلم است آن است که عوامل مهم دیگر در این قضیه نقش سازنده دارند اما سرمایه فرهنگی نیز به عنوان یک عامل درون فردی و اثر گذار بر این جریان فاکتوری است که اهمیت بسزایی در کنترل این روند دارد.

1. خواجه نوری و همکاران، (1389)، رابطه سبک زندگی و تصور بدن مطالعه‌ی موردی: زنان شهر شیراز، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره 1، بهار 1390.
2. خیابانچیان، نازیلا، (1376)، مقایسه و بررسی میزان عزت نفس دختران دبیرستانی ورزشکار و غیرورزشکار شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
3. احمدنیا، شیرین، (1380)، بلوغ، انگیزه سلامت و رفتارهای بهداشتی نوجوانان و جوانان، نمایه پژوهش، سال پنجم، شماره 17، صص 80-90.
4. احمدنیا، شیرین و مهریار، امیرهوشنگ، (1383)، نگرش و ایده‌آل‌های نوجوانان تهرانی در زمینه‌ی همسرگزینی، فرزندآوری و تنظیم خانواده، مجموعه مقالات دومین همایش انجمن جمعیت‌شناسی ایران، بررسی مسائل جمعیتی ایران با تأکید بر جوانان، دانشگاه شیراز، 23-24 اردیبهشت 1383، در شرف انتشار.
5. لطف آبادی، ح، (1378)، روانشناسی رشد (2) نوجوانی، جوانی و بزرگسالی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، تهران.
6. محسنی، منوچهر، (1376) جامعه‌شناسی پزشکی، چاپ پنجم (با تجدید نظر) کتابخانه طهوری.
7. آزاد ارمکی، تقی و حسن چاوشیان (1381). بدن به مثابه هویت، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال چهارم، شماره 4، صص
8. خواجه‌نوری، بیژن و علی اصغر مقدس، (1388)، رابطه بین تصور از بدن و فرآیند جهانی‌شدن، مطالعه موردی زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان"، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره 1.
9. ذکایی، محمد سعید (1387)، جوانان، بدن و فرهنگ تناسب، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره اول، صص 117-141.
10. ذکایی، محمدسعید و حمیده فرزانه، (1387)، زنان و فرهنگ بدن، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره 11، صص 43-59.
11. رفعت‌جابه، مریم، (1386)، هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، سال نهم، شماره 38، صص 135-171.
12. قاسمی، عبدالله، مؤمنی، مریم و حمیدرضا خانکه، (1388)، مقایسه تصویر بدنی معلولین ورزشکار با معلولین و غیر معلولین غیر ورزشکار مرد، فصلنامه توانبخشی، سال اول، شماره 4، صص 26-31.
13. گیدنز، آنتونی، (1385)، تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، نشر نی، تهران.

14. لس هیوود و همکاران، (1380)، اوقات فراغت، ترجمه محمد احسانی، نشر امید دانش، تهران
15. مختاری، مریم (1388). نظریه زمینه‌ای تصور بدنی زنان: چرا زنان اقدام به جراحی زیبایی می‌کنند؟ مورد مطالعه: زنان تحت عمل جراحی زیبایی در شهر شیراز، رساله دکتری، دانشگاه شیراز، بخش جامعه‌شناسی.
16. مریم رفعت‌جاء، (1388) جنسیت و اوقات فراغت در عرصه‌های زندگی شهری، تهران.
17. یونسی، جلال و انوشه سلاجقه، (1380)، تصویر ذهنی از بدن در زنان بارور و نابارور، فصلنامه باروری و ناباروری، صص 21-14.
18. رقیبی، مهوش و غلام رضا میناخانی، (1390)، ارتباط مدیریت بدن با تصویر بدنی و خودپنداره، دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، سال دوازدهم، شماره 4 صص 74.

19. Annandale, El. (1998). *The sociology of health and medicine, a critical introduction*. Cambridge: The Polity Press.
20. Grogan, S. (2000). *Body image*, pp. 356-363, in Jane M. Ussher (Ed.) *Women's Health*, Leicester: The British Psychological Society.
21. Shucksmith J. and Hendry, L. B. (1998). *Health issues and adolescents. growing up, speaking out*. London: Routledge.
22. McCabe, M. P & Ricciardelli, L. (2006). Who thinks I need a perfect body? Perception and internal dialogue among adolescents about their bodies. *Journal of Sex Roles*, 55:409-419
23. Mave. S. (1997). *Altered Body-Image*. Bailliere Tindall press. p51-74, 90-111-
24. Campbell, J. d., Trapnell, P. D., Lavelle, L.F., Katz, I.M., Heine, S.J., & Lehman, D.R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 141-56
25. Byrne, B. M., & Shavelson, R. J. (1986). On the structure of adolescents self concept. *Journal of Educational Psychology*, 78, 474-81
26. Garcia & King (1991). *A Comparisons of Two Models, J. OF V exercise Psychology*, 13 N (4).
27. Kirschenbaum, D. S. & Wittrock, D. A. (1990). Still Searching for effective criticism Anculation Procadures: and example of the value of replacatun and proccass analyses in applied sport psychology reserch. *Applied Sport psychology*, 2: 175-185.