http://ui.ac.ir/en

Journal of Applied Sociology
E-ISSN: 2322-343X
Document Type: Research Paper
Vol. 31, Issue 4, No.80, Winter 2021, pp. 73-92
Received: 14.10.2019 Accepted: 10.06.2020

The Phenomenology of Erotic Capital: A Qualitative Study of the Middle-Class Young Women in Mashhad City

Elahe Banaee
MA Student in Social Science Research, Ferdowsi University of Mashhad, Iran
elahe.banaei@gmail.com
Ahmadreza Asgharpourmasouleh *
Assistant Professor, Department of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran
asgharpour@um.ac.ir
Mahdi Kermani
Assistant Professor, Department of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran
m-kermani@um.ac.ir

Introduction
People have different sets of capital and use them in their everyday lives to achieve their interests. There is a competition in society on the achievement of social advantages. One of the forms of capital, which is recently discussed in the literature, is the erotic capital. This kind of capital includes any aesthetic attractions used in interactions with other members of the society. To have the erotic capital and to try to increase it and paying time and money for it by social agents can open a new horizon for people who do not have high levels of other forms of capital. Besides, indices of this kind of capital are different among men and women. Of course, women have a long tradition of cultivating in using this kind of capital in comparison to men. This study aimed to formulate the constructed concept of erotic capital among young women in Mashhad. To achieve this goal, we tried to answer these questions based on the agents' experiences: What is erotic capital? What are its properties?

Material & Methods
We took a qualitative approach and used empirical phenomenology. Participants in this study aged from 20 to 35; they have had an experience of interfering in their bodies, from soft to hard levels. The participants were selected based on the intended (purposeful) sampling method. Interviews were semi-structured and were 15 in sum. The scripts of interviews have been coded through 7 steps of the descriptive phenomenology.

Discussion of Results & Conclusions
Erotic capital is an important asset for women, which helps them to achieve their goals. This is the reason that they pay different kinds of costs to attain a level of erotic capital. The interviews in the present study showed that erotic capital has common characteristics with other kinds of capital.

The findings of this research showed that the erotic capital in the inter-subjectivity of the social agents has had the following characteristics. The first characteristic is the erotic attraction as the basis for evaluation so that any interference in the body is for increasing the attractiveness, whether intended or unintended. This property is not individual and it is a social reception that gets meaning in social interactions.

The second characteristic is the attachment of the erotic capital to the body. This means that all inferences, from limited to extended ones, are based on the body.

The third characteristic is its transformability to other forms of capital. This means that erotic capital is interchangeable to other types of capital. This is a significant factor in achieving goals successfully among young women.

The other property is that it is quickly dividable and accumulative. This means that people can invest in the erotic capital step-by-step. The other point is that this kind of capital can run different qualities on the body.

The relative standardization is another characteristic of erotic capital. It means that in any society there are different definitions and criteria for beauty. Even inside a society, the descriptions and criteria may change. The main point is that members of a society at any time try to attain the beauty of the time.

Interchangeability means that people who do not possess other forms of capital or are disadvantaged in this respect, can employ their erotic capital and transform it into other forms of capital.

Differences in social agents' experiences of formation, accumulation, and interchange of the erotic capital are the product of different levels of these properties. Finally, it can be said that erotic capital has the role of a facilitator in interactions and can be changed to other forms of capital easily. This capital helps women and young people to achieve their goals specifically.

Keywords: Phenomenology, Body, Erotic Capital, Women.

References
Ahmadi, A., Adlipour, S., Afshar, S., & Niad, L. (2016) Explaining the sociological society of body management

* Corresponding author: +989123591374

2322-343x / © 2021

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)
Doi: 10.22108/jas.2020.119654.1809

and its relationship with social and cultural factors among girls and women in tabriz." *Women's Research Journal, Institute of Humanities and Cultural Studies*, 7 (1), 29-50 [in Persian].

Askari Khaneghah, A., & Mehrbod, T. (2013) Anthropological study of the concept of beauty in the study of 20-30-year olds in tehran's 15th district. *Iranian Journal of Anthropology Research*, 3 (1), 109-126 [in Persian].

Bahar, M., & Qazi Jahani, M. (2012) Discourse analysis of facial plastic surgery. *Woman in Development and Politics (Research on Women)*, 9 (1), 63-92 [in Persian].

Balali, E. & Afshar Kohan, J. (2012) Beauty and money; makeup and surgery. *Quarterly of Women's Cultural and Social Council*,12 (47), 99-140 [in Persian].

Beere, D. (1996) An investigation using experimental phenomenology. *Dissoclccion*, 9 (1), 48-58.

Blaikie, N. (2005) *Social Research Design*. Translated by Hassan Chavoshian. Tehran: Markaz Publications.

Bourdieu, P. (1986) The Forms of Capital, Cultural Theory. In Richardson, J. (Ed) (2011) *The Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education.* Westport, CT. 241-258.

Bourdieu, P. (1989) Social space and symbolic power. *Sociological Theory*, 7 (1), 14 -25.

Bourdieu, P. (2011) *Theory of Action: Practical Reasons and Rational Choice*. Translated by Morteza Mardiha. Tehran: Naghsh Negar Publication.

Crossley, N. (2005) Mapping reflexive body techniques: On body modification and maintenance. *Journal of Body and Society*, 11 (2), 1-35.

Flick, U. (2009) *An Introduction to Qualitative Research.* London: Sage Publication.

Ghaderzadeh, A., Khaleghpanah, K., & Lhazaei, S. (2014) Analysis of women's experiences of cosmetic surgery: a qualitative study of the causes and consequences of cosmetic surgery. *Women's Journal in Development and Politics*, 12 (1), 1-20 [in Persian].

Ghasemi, A. (2017) Qualitative study of women's attitudes and perceptions of the body with emphasis on cosmetic surgeries. *Applied Sociology*, 28 (4), 173-194 [in Persian].

Gimlin, D. (2006) The absent body project: Cosmetic surgery as a response to bodily dys-appearance. *Sociology*, 40 (4), 699-716.

Goldenberg, M. (2013) The body as capital: understanding brazilian culture. *Virtual Brazilian Anthropology*, 7 (1), 220-238.

Green, A. (2012) Erotic capital and the power of desirability: Why honey money is a bad collective strategy for remedying gender inequlity. *Sexualities Journal*, 15, 131-164.

Haji Abul Lou, K., Hallajzadeh, H., & Massoudnia, A. (2018) Comparison of cultural capital between two groups of women with a history of cosmetic surgery without performing cosmetic surgery in rasht. *Applied Sociology*, 29 (4), 167-182 [in Persian].

Hakim, K. (2012) *Honey money The Power of Erotic Capital*. Translated by Jila Sarabi. Online publication: www.orientalsociology.ir.

Hargreaves, D., & Tiggemann, M. (2006) Body image is for girls: A qualitative study of boys' body image. *Health Psychology*, 11 (4), 76-567.

Heydarkhani, H., Haji Aghaei, L., & Rahmani, Gh. (2013) The relationship between the dimensions of cultural capital and body management in women. *Quarterly Journal of Women and Culture*, 5 (18), 55-69 [in Persian].

Holliday, R., & Cairnie, A. (2007) Man-made plastic: Investigating men's consumption of aesthetic surgery. *Journal of Consumer Culture*, 7 (1), 57-78.

Kafi, S., Kamali, A., & Bastani, S. (2013) *Study on the Use of Sexual Capital in Men and Women in Tehran's 3rd and 16th Districts.* International Conference on Behavioral Sciences and Social Studies, Tehran. Pp 239-245.

Karamipour, Y., Ismaili, R., & Haghighatian, M. (2015) A study of the effect of cultural, social and sexual capital on body management among 15- to 29-year-old youth in tonekabon. *Quarterly Journal of Social Research*, 7 (28), 187-214 [in Persian].

Lin, N., Cook, K., & Burt, R. (2001) *Building a Network Theory of Social Capital*. New York: Aldine De Gruyter.

Luo, W. (2013) Aching for the altered body: beauty economy and chinese women's consumption of cosmetic surgery. *Women's Studies International Forum*, 38 (2), 1-10.

Morrow, R.R. (2015) Colaizzi's descriptive phenomenological method. *The Psychologist*, 28 (8), 643-644.

Niazi, M., & Askari Kaviri, A. (2012) Explaining identification patterns. *Family and Research Quarterly*, 9 (4), 239-259 [in Persian].

Requena, F. (2017) Erotic capital and subjective well-being. *Research in Social Stratification and Mobility*, 50, 13-18.

Rasekh, K., Miri, M., & Majedi, S. (2010) Analysis of women's attitude to body management (case study of female students of islamic azad university, shiraz branch). *Woman and Family Studies*, 3 (9), 57-81 [in Persian].

Rastegar Khalid, A., & Kaveh, M. (2013) Women and the beauty project; studying the mental meanings of cosmetic surgery. *Women's Journal in Development and Politics*, 11 (4), 453-478 [in Persian].

Sadeghi Fasaei, S., Fazel, R., & Rezaei, H. (2016) Sociological study of relationship between body management and women value of erotic capital: case study of women born in the 1980s in hamedan city. *Iranian Social Sciences Studies*, 13 (51), 33-55 [in Persian].

Tavassoli, Q., & Mousavi, M. (2005) The concept of capital in classical and new theories with emphasis on social capital theories. *Social Sciences Quarterly*, 26 (26), 1-32 [in Persian].

Tavassoli, G., & Modiri, F. (2012) Women tend to consider cosmetic surgery in tehran. *Social Studies of Psychology of Women*, 10 (6), 1-82 [in Persian].

Van Maanen, M. (1990) *Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy.* Canada: The University of Western Ontario.

Wolf, H. (2005) Capital. In Ritzer, G. (Ed) *Encyclopedia of Social Theory*. Thousand Oaks: Sage Publications. 234-23

نشریه جامعه‌شناسی کاربردی
سال سی و یکم، شماره پیاپی (۸۰)، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۹
نوع مقاله: پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۲۱
صص ۷۳-۹۲

پدیدارشناسی سرمایهٔ جنسی: بررسی کیفی در تجربهٔ زیستهٔ زنان جوان قشر متوسط در شهر مشهد

الهه بنایی، *دانشجوی کارشناسی‌ارشد، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران*
elahe.banaei@gmail.com
احمدرضا اصغرپور ماسوله*، *استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران*
asgharpour@um.ac.ir
مهدی کرمانی، *استادیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران*
m-kermani@um.ac.ir

چکیده

سرمایهٔ جنسی همچون دیگر انواع سرمایه، ابزاری برای مبادله یا هدفی برای انباشت دارایی‌های مطلوب انگاشته شده است. به‌طور خاص انتظار می‌رود سرمایهٔ جنسی برای زنان که تبعیض‌ها و محدودیت‌هایی برای دست‌یابی به انواع دیگر سرمایه دارند، قدرت چانه‌زنی در زندگی اجتماعی‌شان را فراهم آورد. بر این اساس پژوهش حاضر بر آن است تا مبتنی بر رویکردی پدیدارشناسی، برساخت سرمایهٔ جنسی در تجربهٔ زیستهٔ زنان جوان را واکاوی کند. بدین منظور با ۱۵ نفر از زنان جوان در شهر مشهد که تجربه‌های متنوعی از انواع مختلف رسیدگی و مداخله در مدیریت بدنشان داشته‌اند و به صورت هدفمند انتخاب شده اند، مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته انجام شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهند سرمایهٔ جنسی در فضای بین‌الاذهانی عاملان اجتماعی مدنظر، مشتمل بر مجموعه‌ای از ویژگی‌ها ازجمله جذابیت جنسی به‌منزلهٔ بنیان ارزش‌گذاری، جریان‌یابی بر محمل بدن، قابلیت تبدیل‌شوندگی به صور دیگر سرمایه، مبادله‌پذیری، استهلاک و فرسایش، پیروی از پدیدهٔ عرضه و تقاضا، خردشوندگی، تجمیع‌پذیری و استانداردیابی نسبی و بازآفرینی (مجدد و مضاعف) ازطریق سرمایه‌گذاری است. افتراق در تجربهٔ عاملان اجتماعی از شکل‌گیری، انباشت و مبادلهٔ سرمایهٔ جنسی، محصول ترکیب‌بندی‌ها با شدت و حدت متفاوت از ویژگی‌های ذکرشده است.

واژه‌های کلیدی: پدیدارشناسی، بدن، سرمایهٔ جنسی، زنان

* نویسنده مسؤول: ۰۹۱۲۳۵۹۱۳۷۴

2322-343x / © 2021
This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)
Doi: 10.22108/jas.2020.119654.1809

مقدمه و بیان مسئله

مفهوم سرمایه نقش پررنگی در علـوم اجتمـاعی معاصـر ایفـا می کند. این مفهوم ابتدا با تمرکز بر بعـد اقتصـادی آن مطـرح شد؛ اما بعدها این تأکید به سایر عرصه‌های زنـدگی اجتمـاعی گسترش پیدا کرد. اهمیت نظری مفهوم سـرمایه نـزد متفکـران علـوم اجتمـاعی بـه انـدازه‌ای اسـت کـه مطـابق بـا تعـاریف جامعه شناختی، موقعیت افراد برحسب حجـم و نـوع سـرمایهٔ آنها مشخص می‌شود (بوردیـو، ۱۳۸۰ :۵۸)؛ ازایـن‌رو، بـه اعتقـاد بوردیو نمی توان ساختار و کـارکرد اجتمـاعی جهـان را تبیـین کرد؛ مگر آنکه سرمایه در هۀ اشـکال آن و نـه تنهـا در شـکل اقتصادی، مفهوم‌سازی شود (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۷).

بـه‌طـور کلـی هرگونـه خاسـتگاه و سرچشـمه در عرصـهٔ اجتماعی – که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصـی که در میدان حاصـل مـی‌شـود، مـؤثر باشـد – سـرمایه اسـت (Bourdieu, 1989: 14). ازنظر اقتصادی، ویژگی انباشـتی لازمـهٔ مفهوم سرمایه است. انباشـته‌شـدن برخـی از روانـه‌هـا (ماننـد تولید) انباره را ایجـاد مـی‌کنـد؛ ایـن انبـاره سـرمایه نـام دارد. هرچند اشکال مختلف سرمایه شامل سرمایهٔ اقتصادی، سرمایهٔ فرهنگی، سرمایهٔ اجتماعی، سرمایهٔ نمادین و سرمایهٔ انسانی در سراسر تاریخ وجود داشته اند، طی زمان اهمیت نسبی هر یـک از آنها تغییر یافته است. هر شخص در جامعـه مجموعـه‌ای از این سرمایه هـا را دارد کـه در تعـاملات روزمـره و در جهـت رسیدن به مطلوبیت از آنها بهره می‌گیرد و درواقـع، رقابـت در جامعه بر سر همین امتیازهای اجتماعی شکل می‌گیرد.

یکی از انواع سرمایه کـه بـه تـازگی برخـی دانشـمندان آن را مطرح کرده‌اند، سرمایهٔ جنسی است که بیشتر شامل جذابیت‌هـای زیبایی شناختی، دیداری، ظاهری، اجتماعی و جنسی در تعامـل بـا سایر اعضای جامعه‌ای است که فرد در آن زندگی مـی‌کنـد. درک فراینـدهای اجتمـاعی، اقتصـادی، تعـاملات اجتمـاعی و جایگـاه اقتصادی افراد در جامعه، مستلزم فهم مفهوم سرمایهٔ جنسی اسـت که مانند سایر انواع سرمایه اهمیت ویژه‌ای دارد (حکـیم، ۱۳۹۱: ۱۰). چنین سرمایه‌ای جدای از سرچشمه‌های طبیعی، محصـول نـوعی سرمایه گـذاری براسـاس ویژگـی هـا و ادراکـات جنسـیتی بـرای بازدهی موردانتظار در بازار است کـه عمومـاً در قالـب انـواعی از مداخلات در بدن محقق می‌شود.

قاعدتاً شـاخص هـای سـرمایهٔ جنسـی بـرای مـردان و زنـان متفاوت است؛ البته زنان سنت طولانی تـری در زمینـهٔ پـرورش و بهره‌گیری از سرمایهٔ جنسی نسبت به مردان دارنـد. پـژوهش‌هـای انجام‌شده در برخی کشورها نشان می‌دهند سرمایهٔ جنسـی بیشـتر برای زنان کاربرد دارد؛ زیرا مردان بیشتر به بـدن زنـان و جـذابیت جنسی آنان توجه داشته‌اند؛ حال آنکه زنان بیشتر به ویژگـی‌هـای اقتصادی و اجتماعی مردان توجه می‌کنند و ویژگی‌های جنسـی و بدن مردان برایشان در رتبه‌هـای بعـدی قـرار دارد (Green, 2012: 145; Goldenberg, 2013: 220).

آمار انـواع مـداخلاتی کـه افـراد روی بـدن خـود اعمـال می‌کنند، نشان‌دهندهٔ اهمیت‌یافتن روزافزون سرمایهٔ جنسی بین اقسام مختلف سرمایه است[1]. همچنین اهمیت این سـرمایه در بازار کار و اشتغال به‌وضوح دیـده مـی‌شـود؛ بـه‌صـورتی کـه سرمایهٔ جنسی به وسیله‌ای برای کسب قدرت زنان در جامعـه تبدیل شده اسـت و زنـان بـا بهـره‌منـدی از ایـن سـرمایه در عرصه های مختلف حضور و به منـافع دلخواهشـان دسترسـی می‌یابند (حکیم، ۱۳۹۱: ۳۲).

تلاش برای کسب سرمایهٔ جنسـی یـا افـزایش آن در دورهٔ

[1] مطابق با یک آمار غیررسمی، هرساله بیش از ۳۶ هزار ایرانی زیر تیغ جراحی زیبایی صورت قرار می‌گیرند. براساس همین آمار، ایران ازنظر جراحی زیبایی بینی، در دنیا اول است. بعد از ایران، کشورهای آمریکا، انگلستان و فرانسه در ردیف‌های بعدی قرار می‌گیرند (Balali & Afshar Kohan, 2012). جراحی‌های زیبایی و لیزر در کشور هر سال بین ۲۰ تا۳۰ درصد افزایش می‌یابد؛ در حالی که ۶۰ درصد از متقاضیان ازنظر علمی و زیبایی‌شناسی به این جراحی‌ها نیازی ندارند. سالیانه ۱۶۰ میلیارد ریال صرف انجام اعمال زیبایی می‌شود (Tavassoli, 2012). همچنین در واردات محصولات آرایشی ایران مقام هفتم در جهان را دارد و در مصرف، میان کشورهای خاورمیانه بعد از هند و پاکستان، مقام سوم را دارد (Rasekh et al., 2010)؛ البته این آمار به سال ۲۰۱۰ مربوط است و مطابق با آمار سایت‌ها و روزنامه‌ها در سال ۲۰۱۶ ایران به رتبهٔ دو در مصرف لوازم آرایشی در خاورمیانه رسیده است.

جوانی بیشتر از سایر دوره‌ها محقق می‌شود[۱]. اولین دلیل آن این است که نظام عرضه و تقاضا در این دوره بیشتر است و بسیاری از ویژگی‌هایی که سرمایهٔ جنسیتی مؤلفهٔ محوری آنهاست، در این دوره ظهور و بروز بیشتری دارند. رواج بیشتر پژوهش‌های اجتماعی دربارهٔ تولید، انباشت سرمایهٔ جنسی و مبادله با صورت‌های دیگر سرمایه دربارهٔ جوانان در مقایسه با گروه‌های سنی دیگر، نشان‌دهندهٔ اهمیت یا درهم‌تنیدگی و ابعاد مسئله بودگی این موضوع در ارتباط با زنان جوان است[۲]. ازسوی دیگر، جوانان در دوره ای هستند که شکل‌گیری و ابراز هویت در آنان پویاتر و پرفرازونشیب‌تر از سایر اقشار اجتماعی است (نیازی و عسکری کویری، ۱۳۹۱: ۲۴۷). به نظر می‌رسد درک سرمایه‌ای از جنسیت و جایگذاری آن در هویت اجتماعی افراد نیز در دورهٔ جوانی شکل می گیرد و در باقی عمر، به‌طور عمده بازتولید و تثبیت سطحی‌تر آن رخ دهد. براساس مباحث مرورشده، این پژوهش به‌دنبال صورت‌بندی برساخت مفهومی سرمایهٔ جنسی میان بانوان جوان مشهدی است. بر این اساس، تلاش می‌شود به سؤالات زیر مبتنی بر تحلیل تجربهٔ زیستهٔ عاملان مدنظر پاسخ داده شود: سرمایهٔ جنسی چیست؟ چه ویژگی‌هایی دارد؟ شباهت‌ها و تفاوت‌های آن با سایر انواع سرمایه چیست؟

چارچوب مفهومی

ازنظر آدام اسمیت، سرمایه اعم از پول و سایر کالاهایی است که می‌توان با آنها مبادله‌ای را انجام داد. در نظریهٔ اجتماعی، مفهوم سرمایه عموماً در ارجاع به یکی از مقوله های عمدهٔ نقد مارکس از اقتصاد سیاسی به کار رفته است؛ اما در سال‌های اخیر این مفهوم دربارهٔ اشکال متنوع‌تری از سرمایه به‌ویژه سرمایهٔ اجتماعی استفاده شده است. اقتصاد و علوم اجتماعی در ابتدا واژهٔ سرمایه یا کاپیتال را از ادبیات دادوستد اقتباس کرد (Wolf, 2005: 75).

سرمایه در معنای مارکسی، ارزش اضافی در فرایند تولید است که به‌وسیلهٔ کارگران تولید می‌شود؛ اما به مالکیت سرمایه‌دار درمی آید و درنتیجه، مفهوم سرمایه در خوانش مارکسی آن، نظریه ای دربارهٔ روابط اجتماعی استثماری میان دوطبقهٔ صاحبان ابزار تولید و کارگران است (Lin, 2001: 4). از دههٔ ۱۹۶۰ به بعد، نظریه‌های جدید سرمایه مانند سرمایهٔ انسانی، سرمایهٔ فرهنگی و سرمایهٔ اجتماعی ایجاد شدند. نکتهٔ جالب توجه در این تغییر رویه در نظریه‌های مربوط به سرمایه این است که با وجود تمام بازنگری های انجام شده، اندیشهٔ اصلی مفهوم سرمایه یعنی «سرمایه‌گذاری با بازدهی موردانتظار» در همهٔ نظریه‌های زیرمجموعهٔ نظریهٔ سرمایه باقی مانده است و رنگ طبقاتی تبیین در مفهوم مارکسی سرمایه، به منزلهٔ رویکردی نظری، حذف یا کمرنگ شده است. صورت بندی های مفهوم سرمایه در جدول زیر به‌صورت خلاصه مشاهده می‌شود:

---

[۱] برای مثال آمارهای تخمینی نشان می‌دهند در ایران ۹۵ درصد متقاضیان جراحی بینی را زنان و دختران گروه سنی ۱۴ تا ۴۵ سال تشکیل می‌دهند که سهم مردان از این نوع جراحی‌های زیبایی تنها ۵ درصد است (Bahar & Qazijahani, 2012).

[۲] با جستجوی سادهٔ واژه‌های کلیدی مانند جامعه‌شناسی بدن، مدیریت بدن، سرمایهٔ فیزیکی، جراحی‌های زیبایی، آرایش و واژه‌هایی در این حوزه در پایگاه‌های تخصصی، طیف وسیعی از پژوهش‌های انجام‌شده در دو دههٔ اخیر در این زمینه نمایش داده می‌شود که نشان‌دهندهٔ اهمیت این حوزه برای جامعه‌شناسان و پژوهشگران است. نکتهٔ جالب‌توجه این است که بیشتر این پژوهش‌ها روی جوانان به‌طور کل و زنان به‌طور ویژه انجام شده است. مانند پژوهش قاسمی (۱۳۹۶) با نام «مطالعهٔ کیفی نگرش و ادراکات زنان از بدن با تأکید بر جراحی‌های زیبایی»، پژوهش قادرزاده و همکاران (۱۳۹۳) با نام «تحلیل تجربه‌های زنانه از جراحی زیبایی» و پژوهش رستگارخالد و کاوه (۱۳۹۲) با نام «زنان و پروژهٔ زیبایی» و ... .

جدول ۱- خلاصهٔ صورت‌بندی‌های نظری مفهوم سرمایه (Lin, 2001: 5)

Table 1- The summary of theoretical formulations of the concept of capital

			تبیین	سرمایه	سطح تحلیل
	نظریهٔ کلاسیک (مارکس)		روابط اجتماعی: استثمار پرولتاریا به‌وسیلهٔ سرمایه‌داران (بورژواها)	الف) بخشی از ارزش اضافی بین ارزش مصرف (در بازار مصرف) و ارزش مبادلهٔ (در بازار تولید و کار) کالا ب) سرمایه‌گذاری در تولید و گردش کالاها	ساختاری (طبقات)
نظریه‌های سرمایهٔ جدید	سرمایهٔ انسانی (شولتز، بکر)		انباشت ارزش‌افزوده به‌وسیلهٔ کارگر	سرمایه‌گذاری در مهارت‌های فنی و دانش	فردی
	سرمایهٔ فرهنگی (بوردیو)		بازتولید نمادها و معانی (ارزش‌های) مسلط	درونی‌کردن یا بدفهمی ارزش‌های مسلط	فردی/طبقه
	سرمایهٔ اجتماعی (لین، برت، مارسدن، فلَپ، کلمن)	روابط اجتماعی	دسترسی و استفاده از منابع نهفته در شبکه‌های اجتماعی	سرمایه‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی	فردی
	(بوردیو، کلمن، پاتنم)		انسجام و بازتولید گروه	سرمایه‌گذاری در شناخت و تأیید متقابل	گروه/ فردی

یکی از مصادیق جدید سرمایه که در سال های اخیر دربارهٔ آن بحث شده است، سرمایهٔ جنسی است که جامعه شناس بریتانیایی، کاترین حکیم[1] (2011) مطرح کرده است. او بدن را از منظر دارایی فرد بررسی کرده و معتقد است سرمایهٔ جنسی چهارمین صورت سرمایه محسوب می‌شود که در کنار سه شکل دیگر آن، شامل اقتصادی، اجتماعی و انسانی، در اختیار همگان قرار دارد و همه می توانند ورای ساختار، نژاد، سن، جنس و طبقه به آن دست یابند و آن را پرورش دهند. این سرمایه به ویژه دارایی مهمی برای تمامی گروه هایی است که دسترسی کمتری به سایر انواع سرمایه دارند.

حکیم برای این سرمایه شش مؤلفه در نظر گرفته است: ۱- زیبایی اولین و محوری‌ترین مؤلفه است. زیبایی در هر فرهنگ و هر دورهٔ زمانی مصادیق گوناگون دارد. علاوه بر آن، سلیقهٔ شخصی نیز در این امر دخالت دارد. ۲- دومین مؤلفه جذابیت جنسی است. جذابیت جنسی با زیبایی کلاسیک متفاوت است. منظور از جذابیت جنسی همان به اصطلاح توانایی برانگیزانندگی میل جنسی طرف مقابل است؛ اما زیبایی به چهره و ظاهر افراد مربوط می‌شود؛ به عبارت دیگر، جذابیت جنسی به‌طور عمده ماهیتی اجتماعی دارد و در کنش‌های اجتماعی افراد در قالب‌هایی همچون شیوهٔ صحبت کردن، راه‌رفتن، زبان بدن و حتی ایستادن به نمایش گذاشته می‌شود. ۳- مؤلفهٔ اجتماعی سومین مؤلفه است که شامل مهارت‌های اجتماعی مثل فریبندگی، دلربایی و خوش‌مشربی می‌شود. منظور از مؤلفهٔ اجتماعی این است که افراد چقدر توانایی جلب نظر دیگران را دارند و در تعاملاتشان چه مقدار کشش برای آشنایی و تعاملات بیشتر ایجاد می‌کنند. ۴- مؤلفهٔ سرزندگی ترکیبی از برازندگی ظاهری، انرژی اجتماعی و خوش‌مشربی است. دارای این مؤلفه سرشار از انرژی و زندگی‌اند، به‌طور معمول نگرش مثبتی به زندگی دارند، همواره امیدوارند و در مهمانی‌ها به‌منزلهٔ روح و جان مهمانی از آنها یاد می‌شود. ۵- مؤلفه دیگر شیوهٔ ظاهرشدن در جامعه و شامل شیوهٔ لباس پوشیدن، استفاده از عطر، جواهرات و مدل مو و آرایش صورت است که براساس آن، افراد پایگاه اجتماعی و سبک زندگی شان را به دیگران نشان می دهند. ۶- آخرین مؤلفه مسائل جنسی است که شامل مهارت جنسی، انرژی، تخلیهٔ شهوانی، بازیگوشی و هر چیز دیگری است که فرد را به شریک عاطفی - جنسی

[1] Hakim

موفق تبدیل کند. این مؤلفه با افزایش سن کاهش پیدا می‌کند. همچنین در یک رابطهٔ جنسی، شور جنسی به طرف مقابل نیز بستگی دارد (حکیم، ۱۳۹۱: ۲۸-۲۴).

برآیند شش مؤلفهٔ اشاره‌شده، درنهایت، سرمایهٔ جنسی هر مرد یا زنی را رقم می‌زند. این سرمایه هم شامل مهارت‌هایی می شود که می توانند آموخته یا تقویت شوند و هم شامل ویژگی هایی است که فرد در بدو تولد با خود به همراه می‌آورد. علاوه بر این، حکیم (2011) معتقد است زنان به‌طور طبیعی سرمایهٔ جنسی بیشتری از مردان دارند و این عامل ممکن است راهبرد جمعی زنان برای توانمندسازی آنان باشد و ا سوی دیگر، سرمایهٔ جنسی زنان در برابر نیاز بیشتر مردان به میل جنسی قرار دارد که این امر امتیازی برای آنان محسوب می‌شود تا سرمایهٔ جنسی خود را تقویت کنند و از آن در روابط خصوصی و اجتماعی‌شان بهره ببرند و در مقابل آن، به منافع دلخواه دست یابند؛ بنابراین، ازنظر حکیم، سرمایهٔ جنسی را می‌توان ابزار قدرت در نظر گرفت که زنان برای رفع نابرابری جنسی استفاده می‌کنند.

او همچنین اهمیت این سرمایه را در بازار کار و اشتغال مدنظر قرار داده و معتقد است به کار بردن این سرمایه برای به دست آوردن شغل و نگه‌داشتن آن ضروری است. کسانی که از این سرمایه استفاده می‌کنند ،بیشتر از دیگران در مصاحبه‌های شغلی و استخدام موفق می‌شوند؛ زیرا امروزه همهٔ افراد به میزانی مدارک تحصیلی و سابقهٔ کاری برای اشتغال دارند. در چنین شرایطی، استعدادی اضافه بر اینها نظیر سرمایهٔ جنسی به فرد کمک می‌کند تا مصاحبه را برنده شود؛ د نتیجه، کسانی که بر این دارایی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، برای شکار شغل و استخدام‌شدن شانس بیشتری دارند. او حتی به اهمیت این سرمایه در زندگی زناشویی افراد اشاره می‌کند و می‌گوید داشتن این سرمایه می‌تواند به‌صورت ظریفی بر روابط بین زوجین اثرگذار باشد و روند چانه‌زنی بین آنها را شکل دهد؛ در مجموع، جذابیت اجتماعی و ظاهری طیف گسترده‌ای از مزیت‌ها را در محیط کاری و اجتماعی و به همان شکل در روابط شخصی برای فرد به ارمغان می‌آورد (Hakim, 2011: 102).

به‌علاوه حکیم به مفهوم سیری‌ناپذیری میل جنسی مردان می‌پردازد و معتقد است این ویژگی در مردان سبب ارزش و اهمیت سرمایهٔ جنسی در زنان می‌شود و بر رابطهٔ زن و مرد هم در حوزهٔ عمومی و هم در حوزهٔ خصوصی تأثیر می‌گذارد. نابرابری در میزان میل جنسی زنان و مردان، به زنان یک مزیت بزرگ در روابط خصوصی‌شان می‌دهد؛ البته به شرطی که از وجود آن باخبر شوند؛ بنابراین، سرمایهٔ جنسی بیان‌کنندهٔ جنبه‌ای از زندگی است که در آن زنان بدون شک نسبت به مردان مزیت بیشتری دارند و میل جنسی سیری‌ناپذیر مردان نیز این مزیت را تقویت می‌کند (Hakim, 2011: 60).

به‌طور کلی سرمایهٔ جنسی گونه‌ای مهم از سرمایه در کنار سایر صورت‌های آن محسوب می‌شود که قاعدتاً در ویژگی های بنیادی با یکدیگر اشتراکاتی دارند؛ البته به نظر می رسد سرمایهٔ جنسی با وجود سیر نسبتاً طولانی تحول و تطورش، به واسطهٔ وابستگی معرفتی ادراک از آن به معنای پذیرفته‌شده از زیبایی و جذابیت، همچنان تنوع زیادی در تعریف مصادیق و تعیین معیارهای ارزیابی در جوامع مختلف دارد که فهم دقیق آن مستلزم انجام مطالعات ژرفانگر در قلمروهای فرهنگی – اجتماعی گوناگون است. مبتنی بر برخی شواهد همچون ارقام مربوط به مصرف مواد آرایشی و رونق روزافزون صنعت مد و نیز مشاهدات و گزارش‌های متعدد میدانی ازسوی پژوهشگران اجتماعی که در ادامه با تفسیر بیشتری بدان پرداخته خواهد شد، می توان ادعا کرد تعاملات روزانه و کنش‌های مختلف عاملان اجتماعی در جوامع امروزی با تلاش های بیش و کمی در راستای کسب و کاربرد سرمایهٔ جنسی همراه است. هدف اصلی در این مطالعه، ناظر بر شناسایی ویژگی های مشترک سرمایهٔ جنسی در ادراکات عاملان اجتماعی مدنظر و میزان تناسب ماهیت برآمده از ترکیب این ویژگی‌ها با دیگر صور سرمایه است.

پیشینهٔ تجربی

با توجه به تازگی و جدیدبودن اصطلاح سرمایهٔ جنسی در عرصهٔ جامعه‌شناسی و درنتیجه، کمبود پژوهش‌های جدید، پژوهش هایی در حوزهٔ مدیریت بدن با واژه‌های کلیدی ازقبیل مدیریت ظاهر، جامعه شناسی بدن، زیبایی، تغییر بدن و ... همراه با اصطلاح سرمایهٔ جنسی در مطالعات فارسی و غیرفارسی بررسی شد؛ پس از مطالعهٔ دقیق پژوهش‌های یافت شده، پژوهش‌های همسو با پژوهش حاضر بررسی دقیق شدند. نکتهٔ جالب توجه آن است که بیشتر پژوهش ها در حوزهٔ سرمایهٔ جنسی با رویکرد کمّی انجام شده اند و در این زمینه به پژوهش‌های ژرفانگر نیاز است.

قاسمی (۱۳۹۶) در «مطالعهٔ کیفی نگرش و ادراکات زنان از بدن با تأکید برجراحی‌های زیبایی» دریافت زنانی که دست به جراحی های زیبایی می زنند، نسبت به بدن خودشان ادراک مثبتی ندارند و بدن خود را به منزلهٔ سرمایه، نقاب، هویت مستقل و جایگاه کسب لذت و آرامش در نظر دارند. او همچنین به عوامل مؤثر در ایجاد چنین ادراکی اشاره می‌کند که عبارت اند از: غلبهٔ هنجارهای مردانه در جامعه، دیدگاه ظاهرگرایانه نسبت به زنان، جامعه پذیری جنسیتی، خود کمتربینی زنان، پایگاه پایین زنان و رسانه های جمعی. چنین نگرشی، پیامدهایی را با خود به‌همراه می آورد؛ ازجمله رواج چشم و هم‌چشمی، مصرف‌گرایی و غلبهٔ فرهنگ بیگانه. نتایج این پژوهش با پژوهش عسکری‌خانقاه و مهربد (۱۳۹۲) با نام «بررسی انسان شناختی مفهوم زیبایی صورت؛ مطالعهٔ موردی جوانان ۳۰-۲۰سالهٔ منطقهٔ ۱۵ تهران» همسوست که با روش مردم‌نگاری ژرفانگر انجام شده است. با این تفاوت که در این مقاله به اهمیت مفهوم زیبایی به خودی خود اشاره شده است و نتایج حاصل از آن نشان می‌دهند کنشگران عقلانی به‌دنبال اهداف مشخصی عمل می‌کنند تا در تبادلات بیشترین منافع و کمترین زیان را ببرند.

صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۵) در مقالهٔ «مطالعهٔ جامعه‌شناختی رابطهٔ میان مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی زنان» که با روش پیمایش و باحجم نمونهٔ ۴۰۰ نفر انجام شده است، به این نتیجه رسیدند که ارزش سرمایهٔ جنسی از نگاه زنان میزان نسبتاً بالایی را در بر گرفته است؛ به‌صورتی که به عامل اصلی و تأثیرگذار در بحث مدیریت بدن و اعمال مداخلات در آن تبدیل شده است. نکتهٔ دیگر آنکه زنان با داشتن سطح بالایی از سرمایهٔ اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی باز هم از سرمایهٔ جنسی غافل نبوده اند و در جهت افزایش آن با در نظر گرفتن اهدافی چون یافتن همسر مناسب، شغل درخور شخصیت و ... مداخلاتی را صورت داده‌اند؛ درواقع، زنان با آگاهی از کارکرد و ارزش سرمایهٔ جنسی و تجربهٔ فضاهای دانشگاهی و ارتباط با جنس مخالف، تمایل بیشتری برای سودجستن از سرمایهٔ جنسی خود دارند.

این در حالی است که برخی دیگر از پژوهشگران در این راستا به نتایج معکوسی دست یافتند. حاجی‌ابول‌لو وهمکاران (۱۳۹۷) در پژوهش «مقایسهٔ سرمایهٔ فرهنگی بین دو گروه زنان با سابقهٔ عمل‌های جراحی زیبایی و بدون انجام جراحی زیبایی در شهر رشت» و حیدرخانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش کمی «رابطهٔ بین ابعاد سرمایهٔ فرهنگی و مدیریت بدن در زنان» دریافتند زنانی که سرمایه فرهنگی بالاتری دارند، کمتر از سایر زنان در پی انجام جراحی های زیبایی و درنهایت، افزایش سرمایهٔ جنسی خود برمی‌آیند؛ درواقع، افراد با سرمایهٔ فرهنگی بالاتر به‌دنبال راه‌های دیگری برای متمایزکردن خود با دیگران هستند. برای مثال آنها بیشتر به ورزش‌کردن و تسلط بر زبان‌های خارجی می‌پردازند یا با مطالعات غیردرسی و کتابخانه‌های شخصی خود را متمایز می‌کنند.

کافی و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعهٔ «بررسی استفاده از سرمایهٔ جنسی در زنان و مردان مناطق ۳ و ۱۶ تهران»، با روش پیمایش و حجم نمونهٔ ۳۲۰ نفر، دریافتند که زنان بیشتر از مردان و افراد جوان تر بیشتر از افراد میانسال از سرمایهٔ جنسی خود استفاده می‌کنند؛ اما بین وضعیت تأهل، وضعیت

اشتغال، منطقهٔ محل سکونت و قومیت افراد با استفاده از سرمایهٔ جنسی هیچ رابطه‌ای مشاهده نشده است؛ در صورتی که احمدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش کمی «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی – فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز» دریافتند دختران جوان مجرد نیز بیش از زنان متأهل و مطلقه‌ها به بدن خویش اهمیت می‌دهند و بیش از بقیه وقت و هزینه صرف بهبود وضعیت ظاهری خود می‌کنند.

رستگارخالد و کاوه (۱۳۹۲) در مطالعهٔ «زنان و پروژهٔ زیبایی؛ مطالعهٔ معانی ذهنی عمل جراحی زیبایی» با روش نظریهٔ زمینه ای، فهم زنان از عمل زیبایی را بررسی و به مقولهٔ پیوند بین بدن و مؤلفه های فرهنگی و اجتماعی تأکید کردند. آنها الگوی پارادایمی از عوامل سوق زنان به عمل زیبایی ارائه دادند و درنهایت، به این نتیجه رسیدند که فرهنگ ظاهرگرایانه بر اقدام زنان برای عمل جراحی مؤثر است؛ اما هرگز این به معنای تعیین شدگی فرد ازسوی متغیرهای ساختاری نیست و فرد کنشگر با در پیش گرفتن رویکردهای بازاندیشانه زیبایی را در قالب پروژه‌ای می‌داند که در پی اثبات عاملیت خویش بوده است.

کرمی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش «بررسی رابطهٔ بین سرمایهٔ اجتماعی و مشارکت ورزشی؛ مطالعهٔ موردی شهروندان ۲۹–۱۵ سالهٔ شهر بابل» با روش پیمایش، به این نتیجه رسیده اند که سرمایهٔ اجتماعی، فرهنگی و جنسی تأثیر بسزایی در زندگی جوان امروزی دارد و فرد با داشتن این سه سرمایه در جهت رسیدن به خواسته ها و اهدافش از سایر جوانان پیشی می‌گیرد.

در سال‌های اخیر توجه به مبحث سرمایهٔ جنسی در آثارغیرفارسی بیشتر از آثار فارسی به چشم می‌آید. رکونا[1] (2017) در پژوهش «سرمایهٔ جنسی و بهزیستی ذهنی» با روش پیمایش به این نتیجه رسید که به‌لحاظ تاریخی زنان نسبت به مردان مهارت بیشتری در استقرار و استفاده از بدن خود در زندگی اجتماعی داشته‌اند. آنها از زمان‌های گذشته تا به امروز به اشکال گوناگون بدن خود را می آراستند. امروزه زنان با پرداختن به بدن خود و تلاش برای زیباتر نشان‌دادن آن، سرمایهٔ جنسی خود را افزایش می‌دهند و سپس در مواقع لازم به‌ویژه در زمینه‌هایی چون کار، ازدواج و اعتبار اجتماعی در جهت رسیدن به اهدافشان از آن استفاده می کنند. لئو[2] (2013) در پژوهشی کیفی دریافت امروزه برای مبادلهٔ سرمایهٔ جنسی بازاری شکل گرفته است که در آن ازسویی فروشندگان و ازسویی، خریداران قرار دارند. دو طرف معامله تلاش می‌کنند ارزش‌های اقتصاد بازار را رعایت کنند و به آن پایبند باشند.

هارگریو و تیگمن[3] (2006) در پژوهش کیفی دیگری به این نتایج رسیدند که پسران نسبت به دختران تصویر مثبت تری از ظاهر خود دارند و از آن راضی اند؛ اما برخی از آنان برای دریافت تأیید اجتماعی، هویت‌یابی، کار، روابط اجتماعی و حوادث زندگی مبادرت به ایجاد تغییر در ظاهر خود می کردند. هالیدی و کارنی[4] (2007) نیز در پژوهش کیفی خود به نتایج مشابهی رسیدند و دریافتند دختران از ظاهر خود در راستای برآورده‌شدن خواسته‌ها و اهدافشان استفاده می‌کنند. کراسلی[5] (2005) در پژوهشی که از هر دو روش کمی وکیفی سود جسته است، دریافت به‌طور کل زنان بیش از مردان برای مدیریت و نظارت بدنشان برنامه‌ریزی می‌کنند؛ البته در دو مقولهٔ بدن‌سازی و خالکوبی مردان از زنان فعال‌ترند.

گیملین[6] (2006) در پژوهشی با روش کیفی دریافت زنان جوان امکانات و تجهیزاتی را می‌بینند که پیشرفت علم در اختیار آنها قرار داده است و ازطریق آن قادرند نقایص درک‌شدهٔ بدن خود را تغییر شکل دهند و بدنی کامل بسازند. اگرچه در عمل‌های جراحی همیشه نتیجهٔ مطلوب عاید فرد نمی‌شود، این راه همچنان ادامه دارد. بدن جراحی‌شدهٔ زنان

[1] Requena

[2] Luo
[3] Hargreaves & Tiggemann
[4] Holliday & Cairnie
[5] Crossley
[6] Gimlin

به منزلهٔ کلید طلایی در اختیار آنهاست که ازطریق آن عزت نفس و اعتمادبه‌نفس خود را افزایش می‌دهند.

از نتایج پژوهش‌های مرورشده می‌توان دریافت که سرمایهٔ جنسی همچون سایر صور سرمایه، اهمیت و کارکرد فراوانی دارد و برای تولید، انباشت و مبادلهٔ آن، بازاری شکل گرفته است. بهره‌مندی از این نوع سرمایه برای تمامی گروه‌ها امکان‌پذیر است؛ اما جوانان و به‌ویژه زنان و دختران جوان بیش از بقیه از آن سود می‌جویند.

روش‌شناسی

این مطالعه، با رویکرد کیفی و به روش پدیدارشناسی تجربی انجام شده است. ویژگی بارز رویکرد کیفی، توصیف جهان اجتماعی از دید کنشگران مطالعه‌شده است (بلیکی، ۱۳۸۴: ۳۲۸). در رویکرد پدیدارشناسی تجربی اصل اساسی، داشتن تجربه است. تجربه‌کردن تنها راه توصیف فردی تجربه‌های زیستهٔ افراد است؛ درواقع، پدیدارشناسی وجوه مشترک تجربهٔ زیستهٔ مختلف را استنباط می‌کند و این نقطهٔ مشترک را مبنایی برای فهم معنای اصلی آنها قرار می‌دهد (Beere, 1996). در این پژوهش به سرمایهٔ جنسی به منزلهٔ یک پدیده نگریسته می‌شود تا ویژگی‌ها و سازوکارهای مشترک آن میان اشخاص شناخته شود.

شرکت‌کنندگان در این مطالعه براساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. این نوع نمونه‌گیری در مطالعهٔ پدیدارشناسی ضرورت دارد؛ زیرا نیاز است شرکت‌کنندگان پژوهش نمایندهٔ مردمی باشند که پدیده را تجربه کرده‌اند تا معیارهای ورود به پژوهش را داشته باشند. این معیارها در مطالعهٔ اخیر عبارت بودند از اینکه مشارکت‌کنندگان، زنان جوانی با سن بین ۲۰ تا ۳۵ سال باشند، تجربهٔ اعمال تغییر و مداخله در بدن از طیف مداخلات جدی از قبیل جراحی‌های زیبایی، لیپوساکشن، بوتاکس، انواع تزریقات زیبایی، تتو و لیزر تا مداخلات محدودتری ازقبیل رژیم‌های غذایی، شرکت در کلاس‌های ورزشی و کسب مهارت‌های اجتماعی و جنسی و درنهایت، اختصاص زمان و هزینه‌ای بیش و کم مشخص برای آرایش و خودآرایی را داشته باشند.

برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. مصاحبه با سؤالی کلی دربارهٔ اینکه کنشگران چه چیزهایی را دارایی خود در نظر می گیرند، آغاز شد و سپس باقی سؤالات اصلی به‌همراه سؤالات فرعی پرسیده شد؛ مانند اینکه سرمایه از دید آنها باید چه ویژگی هایی داشته باشد، پاسخگو چه تجربه‌هایی از در نظر گرفتن بدنش به‌منزلهٔ سرمایه داشته است، چه مصادیقی از سرمایه گذاری روی بدنش را تجربه کرده است و همچنین چه اقداماتی و با چه هدفی برای زیباتر و جذاب‌تر شدن انجام داده است. مدت‌زمان مصاحبه‌ها بین ۲۴–۲۵ دقیقه و در دو جلسه بود. بخشی از سؤالات در مصاحبهٔ اول پرسیده شده است و با فاصلهٔ چند روز به مصاحبه کننده فرصت داده شد تا دربارهٔ تجربیاتی که بازگو کرده است، دوباره تأمل کند و سپس در جلسهٔ دوم مصاحبه بقیهٔ سؤالات مطرح شده است. با توجه به کیفی‌بودن پژوهش، حجم نمونه در فرایند جمع‌آوری اطلاعات و با رسیدن به درجهٔ اشباع مشخص می شود که در این پژوهش فرایند مصاحبه با نفر پانزدهم به پایان رسید.

پس از اتمام فرایند جمع‌آوری اطلاعات، صوت مصاحبه‌ها به‌دقت پیاده و بر مبنای روش هفت‌مرحله‌ای کلایزی[1] (1978) رایج در پدیدارشناسی توصیفی، تجزیه و تحلیل متون مصاحبه آغاز شد. در این روش پژوهشگر در مرحلهٔ اول، توصیف شرکت‌کنندگان از پدیدهٔ موجود را که در مصاحبه‌ها ذکر شده است، مطالعه می‌کند تا درک کلی از پدیده به دست آید؛ سپس در مرحلهٔ دوم، برای هر یک از متون، خلاصه تفسیری می نویسد تا نسبت به درک و استخراج معانی نهفته در آن اقدام شود. در این مرحله، پژوهشگر از مصاحبهٔ هر مشارکت‌کننده، روایتی منسجم استخراج می کند که در جدول ۱ یک نمونهٔ آن ذکر شده است. در مرحلهٔ سوم، پژوهشگر به استخراج معانی با مشارکت و تبادل نظر پرداخت که درواقع،

[1] Colaizzi

تعداد ۷۹۵ کد باز از مصاحبه‌ها استخراج شد. در مرحلهٔ چهارم مضامین سازمان‌دهی می‌شوند و گاه مضمون جدیدی شکل می‌گیرد. در این مرحله بعد از پالایش و درهم‌آمیزی کدهای اولیه ۴۳۹ کد به دست آمد. در مرحلهٔ پنجم، برای دست یابی به معنای کلی، متن مصاحبه ها چندین بار مرور و برای هر یک از مضامین توصیف‌های سازمان‌یافته‌ای استخراج می‌شوند که در این مرحله نه کد اصلی حاصل شد؛ سپس در مرحلهٔ ششم، تم های نهایی که بازخوانی بیشتری با یکدیگر داشتند، سازمان‌دهی و مفهوم محوری آنها استخراج‌شده است و درنهایت، ترکیب این نتایج در قالب توصیف پرمایه و جامعی از شناخت ماهیت پدیدهٔ تجربهٔ زیستهٔ زنان جوان از سرمایهٔ جنسی به اتمام رسید که در بخش نتیجه به‌طور مفصل به آن اشاره خواهد شد[1].

برای رعایت ویژگی های کیفی پژوهش از سه ملاک قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال و قابلیت تأیید به شکل زیر استفاده شد. اعتبارپذیری به واقعی بودن توصیف ها و یافته های پژوهش اشاره دارد و به این معناست که هر آنچه در یافته ها و نتایج پژوهش به دست آمده است، همانی باشد که در نظر و ذهن پاسخگو بوده است. به همین منظور در جلسات دوم مصاحبه، رونوشت های مصاحبهٔ اول و گزارش پژوهش برای شرکت‌کنندگان خوانده می شد تا موافقت و مخالفتشان را با مطالب ذکرشده مشخص کنند. قابلیت انتقال، به معنای تعمیم نتایج به سایر حوزه ها و زمینه هاست. با توجه به اینکه پژوهش‌های کیفی روی گروه‌های کوچک انجام می‌شوند، به نظر می‌رسد قابلیت تعمیم نتایج در این حوزه اندکی با مشکل روبه‌رو شود؛ با وجود این، پژوهشگر با ارائهٔ توصیف های غنی، تحلیل های میان‌موردی و استفاده از رویه‌های ویژهٔ کدگذاری و تحلیل تلاش کرده است به این قابلیت نزدیک شود؛ درنهایت، قابلیت تأیید که در پژوهش های کمی به معنای پرهیز پژوهشگر از تأثیر سوگیری ها و ارزش داوری در پژوهش است، در پژوهش‌های کیفی با مقایسهٔ یافته‌ها با پیشینهٔ پژوهش و با استناد به بحث های نظری در تبیین آنها صورت گرفت.

جدول ۲- نمونه‌ای از خلاصهٔ تفسیری مصاحبهٔ شمارهٔ ۱ مربوط به مرحلهٔ دوم پدیدارشناسی توصیفی

Table 2. An example of interpretational summary of interview number 1 in relation to the second phase of descriptive phenomenology

مشارکت‌کنندهٔ کد ۱: خانمی مطلقه با ۳۵ سال سن که در خانوادهٔ مذهبی زندگی می‌کرده و برای رفت‌وآمد و برنامه‌های شخصی‌اش با محدودیت زیادی روبه‌رو بوده است. او در ۲۵ سالگی پس از تجربهٔ شش سال زندگی مشترک از همسرش جدا می‌شود و از همان سنین تلاش می‌کند روی پای خود بایستد و تنها هدفش کسب پول است و از هیچ راهی برای رسیدن به آن اجتناب نمی‌کند. پس از گذشت چند سال از جدایی‌اش از خانواده‌اش نیز جدا و با خواهرش هم‌خانه می‌شود. وی از این سن به بعد تجربه‌های دوستی زیادی را پشت سر گذاشته است و خودش اذعان می‌کند که مردها را در این روابط به‌خوبی شناخته است. مدتی است پس از تحصیل در رشتهٔ بیمه، دفتر بیمه تأسیس کرده و با اشخاص ثروتمند و معروفی جلسه می‌گذارد. همان طور که خودش گفته و البته در ظاهرش نمایان است، آثار تتو و بوتاکس در چهره‌اش مشهود است. همچنین به‌صورت روزانه ورزش و از رژیم غذایی خاصی پیروی می‌کند. در گفتگوهای تلفنی کاری بسیار با طنازی و عشوه صحبت می‌کند و معتقد است کار زن‌ها در جامعهٔ ایران با ملامسه‌کردن راه می‌افتد؛ زیرا مردان همین را از زنان طلب می‌کنند.

یافته‌ها

توصیف ویژگی‌های زمینه‌ای پاسخگویان

در این پژوهش، درمجموع ۱۵ مصاحبه با خانم‌های ۲۱ تا ۳۰ سال مشهد انجام شده است که طیفی از مداخلات را در بدن خود اعمال کرده بودند. میانگین سنی آنها ۲۷ سال است و ۷ نفر از آنها ازدواج نکرده‌اند، ۵ نفر متأهل‌اند و ۳ نفر نیز از همسر خود جدا شده‌اند. در جدول ۳ اطلاعات مصاحبه‌شوندگان به‌صورت کامل ارائه شده است.

۱ این مراحل به‌صورت دقیق از مقالهٔ مورو (2015) برگرفته شده است.

جدول ۳- ویژگی‌های زمینه‌ای پاسخگویان

Table 2-Demographic characteristics of the participants

شماره	سن	تحصیلات	شغل	ادراک از درآمد[۲]	وضعیت تأهل	مداخلات صورت‌گرفته[۱]
۱	۳۵	کارشناسی	دفتر بیمه	بالا	مطلقه	نیمه‌سخت
۲	۲۵	کارشناسی‌ارشد	دانشجو	بالا	مجرد	نرم
۳	۲۴	کارشناسی	مشاور حقوقی	متوسط	متأهل	نیمه‌سخت
۴	۳۳	کارشناسی	پشتیبان تحصیلی	متوسط	مطلقه	نیمه‌سخت
۵	۲۶	کارشناسی	گویندهٔ رادیو	پایین	مطلقه	نیمه‌سخت
۶	۲۷	کارشناسی‌ارشد	معلم ابتدایی	بالا	متأهل	نرم
۷	۳۰	دکتری	دانشجو	متوسط	مجرد	سخت
۸	۲۵	کارشناسی	معاون ابتدایی	متوسط	مجرد	نرم
۹	۲۶	کارشناسی	معلم دبیرستان	بالا	مجرد	نرم
۱۰	۲۲	کارشناسی	دانشجو	متوسط	مجرد	سخت
۱۱	۲۹	دیپلم	خانه‌دار	بالا	متأهل	نیمه‌سخت
۱۲	۳۴	کارشناسی‌ارشد	کارمند	متوسط	متأهل	نیمه‌سخت
۱۳	۲۷	کارشناسی	منشی شرکت کامپیوتری	متوسط	مجرد	نیمه‌سخت
۱۴	۲۸	کارشناسی‌ارشد	دستیار دندان‌پزشک	متوسط	مجرد	نیمه‌سخت
۱۵	۲۳	کارشناسی	دانشجو	متوسط	متأهل	نرم

۱- مداخلات صورت‌گرفته روی بدن شامل یک طیف نرم، نیمه سخت و سخت است. منظور از مداخلهٔ نرم استفاده از لوازم آرایش و زیورآلات است. مداخلهٔ نیمه‌سخت شامل جراحی‌های سبک، رژیم غذایی و برنامه‌های سبک ورزشی است؛ اما مداخلهٔ سخت شامل جراحی‌های زیبایی، برنامه‌های حرفه‌ای ورزشی و رژیم‌های سخت غذایی است.

۲- میزان درآمد پاسخگو از او پرسیده شده و او براساس درک خود از زندگی، درآمد خود یا خانواده‌اش را بالا، متوسط و پایین ارزیابی کرده است.

واحدهای معنایی نهفته در تجارب سرمایهٔ جنسی مشارکت‌کنندگان که از متن مصاحبه با آنها استخراج شده است، در نه موضوع کلی قرار گرفته است و به شرح زیر ارائه می‌شود.

جذابیت جنسی به‌منزلهٔ بنیان ارزش‌گذاری

یکی از چالش های جدی در بازنمایی سرمایهٔ جنسی، اختلال جالب‌توجه مرزهای معنایی در دال‌های متنوع مرتبط با آن است؛ برای مثال سرزندگی یا گیرایی چهره یا قدرت ناشی از لحن و بیان تأثیرگذار لزوماً به سرمایهٔ جنسی ارجاع ندارند؛ اما در وضعیت‌های متعددی نمایندهٔ وجوهی از سرمایهٔ جنسی می شوند. آنچه چنین مواردی را در گسترهٔ مفهومی سرمایهٔ جنسی جای می دهد، اشتراک در جذابیت جنسی به منزلهٔ بنیان ارزش‌گذاری است. برای نمونه تعبیری که در قالب صفت عشوه‌گری در ارتباط با صورت و لحن خاصی از جمله‌بندی و ادای کلمات، عبارت‌ها و جملات به کار می‌رود، درواقع، تأکید بر همراهی جذابیت جنسی و الگوی ارتباط کلامی مدنظر است.

مشابه این همراهی را می‌توان بین صورت‌هایی از تناسب اندام و ارزیابی آن بر پایهٔ جذابیت جنسی دید که آن را ازلحاظ تناسب اندام به‌منزلهٔ معیار سلامتی جسمانی متمایز می‌کند.

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۵ در این زمینه می‌گوید: «خب ببین صبح که دارم حاضر می شم برم دانشگاه، با این نیت که به چشم بقیه بیام یا کاری رو پیش ببرم که به خودم نمی رسم؛ ولی وقتی می رم دانشگاه اگر اون روز بیشتر به خودم رسیده باشم بقیه بهم می‌گن چقد خوشگل شدی و چقد فلان چیزت خوبه. خب این تو ذهنم می‌مونه که از این به بعد اینجوری برم بیرون که بهتر باشم».

مصاحبه شوندهٔ شمارهٔ ۸ می گوید: «افتادگی پلک داشتم. واسه همین چشمامو عمل کردم. به اصرار بابام. دفعهٔ اول که عمل کردم، همه بهم گفتن چقد خوب شدی. خیلی تو زیباییت تأثیر داره و کلی از این حرفا زدن. با اینکه کامل افتادگی چشمم خوب نشده بود و دکتر گفته بود نیاز به عمل مجدد داره و من حسابی می ترسیدم. با وجود حرفایی که بقیه زدن ترغیب شدم دوباره عمل کنم».

پیوند ناگسستنی با بدن

به‌طور معمول درک از انواع مختلف سرمایه در پیوند بی‌واسطه یا باواسطه با ماهیت‌های ملموس و عینی قرار دارد؛ به عبارت دیگر، ساخت، انباشت و مبادلهٔ سرمایه به تعریف قلمروهای مادی متکی است که امکان زایش و جریان‌یابی آن را فراهم می‌کند. دربارهٔ سرمایهٔ جنسی، بدن به‌منزلهٔ محمل و قلمرویی است که صورت مذکور از سرمایه بر آن و در آن ساخت و جریان می یابد. این ویژگی، یکی از ویژگی هایی است که سرمایهٔ جنسی را از سایر سرمایه‌ها تمایز می‌بخشد. این سنخ از سرمایه تمام ویژگی‌های بازاری خود را مدیون اتصال به بدن است؛ درواقع، تلاش برای ایجاد، اصلاح، ترمیم و تغییر مؤلفه‌های سرمایهٔ جنسی روی بدن معنا پیدا می‌کند؛ درنتیجه، در فاصله‌گرفتن از بدن سرمایهٔ جنسی یا باید به صور دیگر سرمایه تبدیل می‌شود و یا به‌صورت کلی از بین می‌رود.

> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۴ در این زمینه می‌گوید: «صورتم نسبت به بدنم خیلی کوچیکه. دوست و آشنا وقتی منو می‌دیدن می‌گفتن صورتت به بدنت نمی‌خوره. یکم چاقش کن؛ ولی خب چاق‌کردن موضعی یه جایی خیلی کار دشواریه! ژل تزریق کردم خیلی خوب شد».
>
> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۲ می‌گوید: «به دوره‌ای خیلی چاق شده بودم. جوری بود که هر کی منو می‌دید می گفت داری با خودت چیکار می کنی؟ اعتمادبه نفسم اومده بود پایین. شروع کردم به رژیم‌گرفتن و ورزش‌کردن تا بدنم کم‌کم روی فرم اومد».

قابلیت تبدیل‌شوندگی به دیگر صور سرمایه

تمامی اشکال سرمایه به درجات مختلف به یکدیگر تبدیل‌پذیرند. همان طور که پول می‌تواند برای توسعه و خرید سرمایهٔ فرهنگی و سرمایهٔ اجتماعی به کار رود، دانش و محصولات فرهنگی نیز می‌توانند برای پول درآوردن استفاده شوند. صرف هزینه برای زیباسازی دندان‌ها، جراحی‌های پلاستیک، عضوشدن در سالن بدن سازی یا گرفتن مربی خصوصی به فرد کمک می‌کند تا سرمایهٔ جنسی‌اش را افزایش دهد و در عوض، فرد می‌تواند از سرمایهٔ جنسی‌اش برای پذیرش در مصاحبهٔ شغلی یا یافتن همسری با موقعیت اجتماعی و اقتصادی بهتر استفاده کند یا اینکه سرمایهٔ جنسی در مشاغل اقتصادی و اجتماعی که به حضور در معرض عموم و برقراری تعامل نیاز دارد، باارزش است؛ زیرا به جذب مشتری بیشتر و افزایش میزان فروش کمک می کند. در این حالت کنشگران قادرند با سرمایه‌گذاری در این زمینه سرمایهٔ موجود خود را افزایش دهند.

> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۵ در این باره می گوید: «با ظاهر مرتب و آراسته رفتم خرید و با فروشنده خوش‌رو برخورد کردم. تا دلت بخواد هم تخفیف گرفتم. فروشنده‌ها از خانم‌هایی که باهاشون کل‌کل می‌کنن و سر به سرشون می‌ذارن، خوششون میاد. منم این کارو می‌کنم. اونا هم می گن خانم واسه همه فلان قدر کم می کنم، واسهٔ شما بیشتر کم می‌کنم که مشتری بشین».
>
> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۰ می‌گوید: «پارسال می‌خواستم برم تهران. پول کم داشتم. با یکی از همکارای شرکتی که کار می‌کردم در ارتباط بودم. اون آقاهه زن داشت؛ ولی زنش خیلی رو اعصابش بود. بهم می گفت باهات حرف می‌زنم آروم می‌شم. ازم هیچی نمی‌خواست. فقط می خواست باهاش حرف بزنم فقط همین و چند باری هم رفته بودیم بیرون نهار و صبحانه خورده بودیم. حتی دستم بهم نمی‌زد. یه روز که رفتیم بیرون بهم گفت چرا انقد ناراحتی؟ گفتم می‌خوام برم سفر ولی تا اون موقع که می‌خوام برم و برگردم شرکت حقوقمو نمی‌ده. واسه همین دستم خالیه الان. اینجوری برم سفر بهم خوش نمی گذره. گفت نگران نباش. شماره کارتتو بده. همون جا پونصد تومن برام ریخت. چند بار دیگه هم همین جوری برام پول ریخت».
>
> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۴ می‌گوید: «یه بار از رییسم می‌خواستم بهم مرخصی بده. اولین بار که بهش گفتم موافقت نکرد. بار دوم که رفتم هی آخر حرف هامو کشیدم و هی لوس بازی درآوردم و ازش تعریف کردم و زبون ریختم اونم موافقت کرد».

امکان تقسیم و تجمیع مداوم

سرمایهٔ جنسی، سرمایه‌بودنش را مدیون تقسیم‌پذیری‌اش به واحدهای خرد و کلان و امکان پذیری تجمیع تدریجی و فزاینده‌اش است؛ به عبارت دیگر، کنشگر اجتماعی در

موقعیت‌های مختلف و بر مبنای ارزیابی‌اش از سطح مقبول مطلوبیت، این امکان را دارد تا حدی از سرمایهٔ جنسی را تولید، نگهداری یا مبادله کند؛ برای مثال آرایش چهره تنوع گسترده‌ای از خرده‌مداخلات بیش و کم مستقل از یکدیگر را در بر می‌گیرد که اعمال هر یک از آنها حدی از زیبایی را به‌دنبال دارد و تعیین حد مطلوب از این مداخلات به تشخیص عامل اجتماعی مدنظر بستگی دارد؛ ازسوی دیگر، چه در یک برنامهٔ آرایشی معین و چه در تناوبی از این برنامه‌ها، امکان برهم‌افزایی و تجمیع سرمایهٔ جنسی به‌واسطهٔ ارتقای زیبایی بصری فرد برقرار است.

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱ در این باره می‌گوید: «خیلی کار رو بدنم انجام دادم. لیمو تزریق کردم؛ چون لب بالام کوچیک بود می‌خواستم به اندازهٔ لب پایینم بشه و قشنگ‌تر بشم. بوتاکس به‌دلیل اینکه پیشونیم خط داره اینجوری پیرتر نشونم می‌ده. تزریق می‌کنم که خطش عمیق‌تر نشه. تتوی پشت کمرمو واسه این رفتم که شنا می رفتم دوس داشتم اون قسمت مایوم که لخته و بدنم دیده می شه خالی نباشه. ابروهامم کچل بود رفتم تتو کردم. خط چشمم واسه اینکه دوس داشتم همیشه آرایش کرده و مرتب باشم، رفتم تتو کردم. لیزرم به‌خاطر موهای زائدم؛ چون زیاد بود نمی توانستم همش تو حموم باشم. اینجوری الان راحت شدم».

نکتهٔ دیگری که دربارهٔ تجمیع‌پذیری سرمایهٔ جنسی باید به آن اشاره کرد، امکان ذخیرهٔ این سرمایه در عین بهره نبردن همزمان از آن است؛ به عبارت دیگر، یک عامل اجتماعی می تواند اقدامات خرد و کلانی در جهت برخورداری بیشتر از سرمایهٔ جنسی صورت دهد؛ اما عامدانه و آگاهانه نسبت به استفاده از آن در موقعیت‌های اجتماعی مختلف یا تبدیل آن به صورت‌های دیگر سرمایه ابا داشته باشد.

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۷ در این باره می‌گوید: «منم می تونم با ناز و عشوه کارمو پیش ببرم؛ ولی از این کار بیزارم. اصلاً حاضر نیستم این کارو بکنم. حتی تو دورهٔ کارشناسی یه درسمو افتادم. بچه ها گفتن برو پیش استاد یکم زبون بریز کارت راه می افته. حاضر نشدم این کارو بکنم. تازه از اینایی که از زنانگی‌شون سوءاستفاده می‌کنن اصلاً خوشم نمیاد. من حتی این کارو واسه امتیازگرفتن از بابام نمی‌کنم با اینکه می‌دونم خیلی خوب از پسش برمیام».

استانداردیابی نسبی

معیارهای زیبایی بدن و چهره از فرهنگ هر جامعه تأثیر می‌گیرد؛ ازاین‌رو، ممکن است تنوع زیادی داشته باشد؛ اما درون مرزهای یک قلمرو اجتماعی معین برای مثال یک جامعه، می توان معیارهای کم‌وبیش مشخصی را در هر دورهٔ زمانی دربارهٔ ملاک‌های جذابیت جنسی مشاهده کرد. درگذشته به دلیل تماس اندکی که جوامع با جهان بیرون از خود داشته‌اند، معیارهای متفاوتی را برای زیبایی و جذابیت جنسی در نظر داشتند. برای مثال یکی از رسوم قبایل جنوب آفریقا، ایجاد عمدی زخم روی صورت زنان بوده است که نشانهٔ زیبایی بوده و برای مردان بسیار جذاب به چشم می آمده است؛ اما امروزه با گسترش فناوری‌های ارتباطی ملاک‌های زیبایی در حال جهانی‌شدن‌اند. جهانی‌شدن فرهنگ و تأثیرگذاری رسانه ها، کاهش تنوع در ملاک های زیبایی و جذابیت را به دنبال داشته است که روی دیگر این سکه جای گیری این ملاک ها روی استانداردهای نسبتاً فراگیر است. در چنین بستری است که فرد با درک فاصلهٔ خود با ایدهآل‌های زیبایی سعی می‌کند با مداخله‌های گوناگون برای کاهش این فاصله اقدام کند.

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۲ در این باره می‌گوید: «موهای پرپشت، چشم‌های درشت و کشیده، دماغ کوچیک، صورت استخوانی، قد بلند، کمر باریک یا مثلاً به‌لحاظ جنسی سینه‌های خوش‌فرم و بزرگ و اندام جنسی برجسته جزء زیبایی‌های ظاهری محسوب می‌شه».

مصاحبه‌شونده شمارهٔ ۷ می‌گوید: «وقتی الان ابروهای پهن مُده، کسی دیگه نمی‌ره ابروهاشو باریک کنه».

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱ می‌گوید: «قد بلند و کمر باریک الان خیلی قشنگه؛ در صورتی که چهل سال پیش دنبال زن چاق و تپل بودن».

استهلاک و فرسایش

تا حد زیادی مشابه با سایر انواع سرمایه، سرمایهٔ جنسی نیز با تأثیرگرفتن از راهبردهای اتخاذشده ازسوی عاملان اجتماعی در راستای هزینه‌کرد یا حصول افزون‌تر آن دچار درجاتی از فرسایش و استهلاک می‌شود. علاوه بر این، برخی عوامل بیرونی و بعضاً خارج از کنترل عاملان اجتماعی مدنظر نیز بر دامنه و شدت این فرسایش و استهلاک می‌افزاید. از مهم‌ترین این عوامل بیرونی پارامتر زمان است. چه در طول یک زندگی طبیعی که با گذار از جوانی به سالمندی حدی از دارایی‌های زیرمجموعهٔ سرمایهٔ جنسی اعم از مؤلفه‌های نسبی‌تر آن همچون زیبایی ظاهری یا مؤلفه‌های زیستی آن مانند قوای جنسی رو به اضمحلال می‌رود و چه در بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت که ارتقای هدفمندی در سرمایهٔ جنسی (برای مثال آرایش روزانه یا آثار مثبت تزریق ژل یا بوتاکس) به تراز سرمایه‌ای پیشین یا حتی کمتر از آن می‌شود، می‌توان شاهد روند تدریجی فرسایش و استهلاک سرمایهٔ جنسی بود. توضیح آنکه در تناوب مداخلاتی همچون تزریق بوتاکس یا استفادهٔ مداوم از مواد آرایشی مختلف، احتمال صدمه‌دیدن پوست و درنتیجه، کاهش محسوس در زیبایی بصری به منزلهٔ مصداقی از سرمایهٔ جنسی وجود دارد.

> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱ در این باره می‌گوید: «الان خب من ابروهامو تتو کردم. سالی یک بار باید برم ترمیم کنم؛ چون رنگش می‌ره و کمرنگ می‌شه. هزینه‌اش هم خیلی برام زیاده».
>
> مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۳ می‌گوید: «ناخن کاشتم خیلی قشنگ شده؛ ولی ماهی به بار باید برم ترمیم. چون ناخنم رشد می‌کنه زشت می‌شه».
>
> مصاحبه شوندهٔ شمارهٔ ۷ می گوید: «لوازم آرایشم همیشه همراهمه. در طول روز که دانشگاه هستم؛ چون خوراکی چیزی می‌خورم رژلبم پاک می‌شه و مجبورم تمدید کنم».

بازآفرینی (دوباره و مضاعف) ازطریق سرمایه‌گذاری

اگر سرمایهٔ جنسی مستهلک شود یا حتی از بین برود، امکان سرمایه‌گذاری دوباره وجود دارد. کنشگران با انگیزه‌های مختلف اقدام به مداخله در بدن خویش می‌کنند؛ اما به‌طور معمول انتظار می‌رود عموم این مداخلات در راستای دست‌یابی به تراز بالاتری از مؤلفه های مختلف سرمایهٔ جنسی باشد. در این صورت، اگر عامل اجتماعی به ادراک فردی و تأیید اجتماعی مبنی بر تحقق افزایش در سرمایهٔ جنسی اش دست یابد، احتمال بیشتری وجود دارد که با وجود هزینهٔ بالا به سرمایه‌گذاری دوباره در آن مقوله روی آورد. در غیر این صورت، امکان کمتری وجود دارد که به سرمایه‌گذاری دوباره تن دهد؛ در عین حال، همچون هر عرصهٔ سرمایه‌گذاری دیگری، دربارهٔ سرمایهٔ جنسی نیز درجات مختلفی از ریسک سرمایه گذاری و پذیرش آن ازسوی عاملان مرتبط مشاهده می شود. برای مثال فردی که با یک نوبت عمل جراحی زیبایی روی بینی‌اش به نتیجهٔ دلخواه نمی‌رسد، با علم به اینکه عمل دوباره ممکن است نتایج منفی به‌مراتب بیشتری را به بار آورد، باید نسبت به انجام‌دادن یا انجام‌ندادن آن تصمیم بگیرد. در شرایط متفاوت ریسک استفاده از مادهٔ غیرقانونی برای بهبود وضعیت اندام یا چهرهٔ متفاوت از موارد دارای تأیید علمی و قانونی خواهد بود. یکی از مصاحبه‌شوندگان تجربهٔ خود را چنین شرح می‌دهد:

> مصاحبه شوندهٔ شمارهٔ ۱۱ می گوید: «ابروهام خیلی کم‌پشت بود. همه می گفتن تتو کن؛ ولی دودل بودم که بهم میاد یا نه. وقتی تتو کردم همه گفتن چقد بهت میاد و خوشگل شدی و خیلی قیافه ات بهترشده. انقد ذوق زدم کلی انرژی گرفتم و رضایتم از صورتم خیلی بیشتر شد. الان دوساله که این کارو کردم. هزینهٔ ترمیم ابروهام زیاده. آرایشگرم گفته هر شش ماه بیا؛ ولی من سالی یه بار رفتم».

مبادله‌پذیری

برای ایجاد و فعال شدن سرمایهٔ جنسی دست‌کم باید دو طرف وجود داشته باشند؛ یعنی داشتن این سرمایه به‌خودی‌خود و بدون حضور دیگری برای فرد معنایی پیدا نمی کند. مبادله به‌طور معمول با هدف به‌حداکثررسانی مطلوبیت انجام می‌شود. مبادله گاه پایاپای و گاه به‌واسطهٔ ماهیتی ثالث پیش برده می شود. این ماهیت ثالث و همچنین ماهیت مقابل، ممکن است جنسی همسان یا متفاوت با ماهیت در اختیار فرد

گذاشته باشد. بر این اساس، دربارهٔ سرمایهٔ جنسی می‌توان حالاتی را متصور شد که مصداقی از این سرمایه با موردی مشابه خود یا با مصداقی از نوع دیگری از سرمایه به صورت پایاپای مبادله شود یا این تبادل به‌واسطهٔ مصداقی از سرمایهٔ جنسی یا صورتی از دیگر انواع دیگر سرمایه پیش برده شود. در وضعیت مفروض، برای هر یک از حالت‌های مدنظر مثال موردی وجود دارد. برای نمونه یک رابطهٔ جنسی می‌تواند مصداق مبادلهٔ پایاپای سرمایهٔ جنسی باشد. جایگذاری یک پروتز زیبایی به وسیلهٔ جراح در چهره یا سایر اندام فرد در قبال دریافت هزینهٔ مادی نمونه ای از مبادلهٔ باواسطهٔ شکل ناهمگونی از سرمایه است.

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۵ می‌گوید: «من با دوست پسرم رابطهٔ جنسی دارم و نیازهای جنسی اونو برآورده می‌کنم اونم در عوض حمایتم می‌کنه و به‌لحاظ مالی ساپورتم می‌کنه».

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۴ می‌گوید: «دو بار بینی مو عمل کردم. اون چیزی که می‌خوام درنمیاد. دکتره هم که براش مهم نیست. پولشو می‌گیره».

پیروی از قاعدهٔ عام عرضه و تقاضا

یکی از ویژگی‌های دنیای امروزی، محوریت اقتصاد در شئون مختلف زندگی اجتماعی انسان است. منطق اقتصادی، منطق جلب منفعت و دفع ضرر است؛ درنتیجه، سرمایهٔ جنسی نیز شأن کالایی یافته است و به دلیل همین ویژگی، مانند کالا، تابع عرضه و تقاضا ارزش‌گذاری می‌شود. اگر ما مفروضات معرفت شناختی انسان اقتصادی را بپذیریم، بسیاری از دیگر ویژگی های بازار به اینجا نیز سرایت خواهد کرد و عرضه و تقاضا هستند که ارزش‌گذاری را تعیین خواهند کرد. طبیعی است که در چنین شرایطی ممکن است شرایط رقابت ایجاد شود؛ رقابتی که در زمینهٔ عرضه و تقاضا یا قیمت صورت می‌پذیرد. افراد برای مبادله ممکن است دست به عرضهٔ بیشتر سرمایه‌های جنسی خود بزنند تا جریان مبادله آغاز شود. برخی نیز ممکن است با مشاهدهٔ تقاضای زیاد، ارزش معادل بیشتری از سایر سرمایه های طرف رقیب را مطالبه کنند و قیمت یا ارزش را بالا ببرند. زمانی نیز که عرضه بسیار زیاد باشد، طبیعی است سهولت دسترسی به این سرمایه، سبب ایجاد شرایطی می‌شود که ارزش‌گذاری خفیف‌تر و قیمت پایین‌تر تلقی شود.

یکی از مفاهیم مهم در بازار امروزی ویترین است که تجلی بازار و مهم ترین تجلی مفهوم عرضه است؛ درواقع، ویترین نمایشگاه کوچکی است که در آن فروشندگان کالاهای خود را به بهترین شکل عرضه می کنند و از خریداران دعوت می‌کنند تا کالاهای آنها را برانداز و ارزش‌گذاری کنند. کارکرد مهم دیگر ویترین در تحریک و تهییج و ایجاد میل به مصرف است؛ هرچند اگر خریداران قدرت خرید پایینی داشته باشند، زنانگی، ویترین کالا و بدن عرصه‌ای است که سرمایه‌گذاری روی آن انجام می شود. فروشندگان در پی ارتقای کیفیت کالای خود و به حداکثر رساندن سودند؛ به همین دلیل در پی ارتقای کیفیت کالای خود برمی‌آیند و اقداماتی ازقبیل جراحی‌های زیبایی، رژیم‌های غذایی، بدن‌سازی و استفاده از لوازم‌آرایشی انجام می‌دهند. در مقابل خریدار ترجیح می‌دهد کالایی با کیفیت بهتر را خریداری کند. برای مثال اگر دو نفر با مدرک تحصیلی و سابقهٔ کار مشابه برای استخدام در شرکتی اقدام کنند، در مصاحبهٔ گزینش، شخص دارای آراستگی و جذابیت ظاهری و مهارت اجتماعی در گفتگو، شانس بیشتری برای پذیرش دارد.

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۱۵ می‌گوید: «ببین من دنبال دوست‌پسر پولدارم. کسی که منو رستوران‌های گرون ببره، لباس‌های مارک برام بخره، سفرهای لاکچری بریم با هم. خب این‌جور پسرا هم که خیلی خرج می‌کنن واسه یه دختر، دنبال یه دختر معمولی نیستن. دنبال دختری هستن که صد قلم آرایش کنه. لباس‌های جلوباز و تنگ و کوتاه بپوشه و حاضر باشه با طرف بخوابه».

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۳ می‌گوید: «شوهرم خیلی لجبازه. اگر مستقیم به چیزی رو بهش بگم اصلاً به حرفم گوش نمی کنه. مجبورم وقتی ازش به چیزی می خوام کلی خودمو لوس کنم و صدامو بچگانه کنم و درخواستمو بگم. به‌خصوص اگر سر لباس پوشیدنش باشه».

مصاحبه‌شوندهٔ شمارهٔ ۶ می‌گوید: «من هر وقت

می خوام جایی برم یا چیزی بخرم یا هر کار دیگه‌ای، می‌ذارم خواسته‌مو بعد رابطهٔ جنسی‌مون به شوهرم می‌گم. اونجا سریع حرفمو قبول می‌کنه».

نتیجه

سرمایهٔ جنسی ازجمله دارایی‌های مهم برای زنان محسوب می‌شود که با استفاده از آن می‌توانند به دستاوردهایی برسند. به همین دلیل برخی از زنان سختی‌هایی برای اعمال تغییر و تحولات در بدن خود، در کنار صرف وقت و هزینه متحمل می شوند تا به اهداف و خواسته‌های خود برسند. نتایج حاصل از گفتگو با ۱۵ نفر از زنانی که بیش و کم تغییراتی را روی بدن خود اعمال کرده بودند، نشان می دهند سرمایهٔ جنسی همچون سایر انواع سرمایه مهم است و ویژگی‌های آن با دیگر صور سرمایه همخوانی دارد.

اولین و مهم ترین ویژگی سرمایهٔ جنسی جذابیت جنسی به‌منزلهٔ بنیان ارزش‌گذاری است که نشان می‌دهد هرگونه مداخله در بدن ذاتاً به‌دلیل افزایش جذابیت است؛ خواه آگاهانه انجام شده باشد خواه ناآگاهانه؛ البته این ویژگی قائم به فرد نیست و دریافتی اجتماعی است که در تعاملات معنا پیدا می‌کند. این دریافت با آنچه در مطالعهٔ عسکری‌خانقاه و مهربد (۱۳۹۲) آمده است، همخوانی دارد. دومین ویژگی اتصال بدون واسطه بر بدن است. از مداخلات محدود تا پیشرفته، سرمایهٔ جنسی تنها و تنها روی بدن انسان سوار می‌شود و محمل دیگری جز بدن برای آن ممکن نیست. همان طور که در آثار بوردیو مکرر مطرح شده است که بدن به‌منزلهٔ شکل جامعی از سرمایهٔ فیزیکی دربردارندهٔ شکل های نمادین متمایزکننده است. او با در نظر گرفتن سرمایهٔ فیزیکی، هویت افراد را در پیوند با ارزش های اجتماعی با اندازه، شکل و ظاهر بدنی منطبق می بیند. سومین ویژگی سرمایهٔ جنسی قابلیت تبدیل‌شوندگی به دیگر صور سرمایه است؛ بدین صورت که سرمایهٔ جنسی همچون باقی انواع سرمایه ممکن است به سرمایهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تبدیل شود. کرمی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود به‌صراحت به این ویژگی اشاره کرده‌اند و آن را عامل دست‌یابی به اهداف و تداوم موفقیت‌های جوانان دانسته‌اند.

ویژگی بعدی سرمایهٔ جنسی امکان تقسیم و تجمیع مداوم است. همان طور که از نام این ویژگی معلوم است، افراد برای کسب سرمایهٔ جنسی افراد می‌توانند اندک‌اندک سرمایه‌گذاری کنند و همچنین این سرمایه قابلیت آن را دارد که تلاش های گوناگون با کیفیت‌های مختلف را روی بدن پیاده کند. صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود برای متغیر مدیریت بدن بعد سر و صورت و بعد اندام فوقانی، میانی و تحتانی را در نظر گرفته اند که هر بعد شامل تعدادی گویه می‌شود. برای مثال بعد سر و صورت شامل گویه‌هایی چون رنگ موهای متنوع، استفاده از شامپوهای تقویت کننده و گوناگون، استفاده از انواع مختلف لوازم آرایش، استفاده از لنزهای رنگی و ... است و در بعد اندام فوقانی، میانی و تحتانی به گویه‌هایی چون انواع عمل جراحی، رژیم های غذایی و استفاده از انواع قرص چاقی و لاغری و ویتامین، انجام انواع ورزش، پوشیدن انواع پوشاک، استفاده از عطر و اودکلن‌ها و ... اشاره می‌کند که نشان‌دهندهٔ طیف وسیعی از مداخلات در بدن است؛ البته با شدت و حدت متفاوت که ممکن است به‌صورت همزمان یا جداگانه روی بدن شخص سوار شود.

یکی دیگر از ویژگی های سرمایهٔ جنسی استانداردیابی نسبی است؛ به این معنا که در هر فرهنگ و جامعه ای تعریف متفاوتی از زیبایی وجود دارد و ملاک‌های متفاوتی برای آن مطرح است. حتی در یک جامعه در طول زمان نیز معیارهای زیبایی و جذابیت دگرگون می‌شود؛ با وجود این، افراد هر جامعه در همان زمان مشخص تلاش می‌کنند معیارهای زیبایی را داشته باشند که در آن دوره پررنگ است. به همین دلیل ممکن است فردی هنگام قدم‌زدن در خیابان‌های یک کشور دیگر به این نتیجه برسد که چقدر افراد به‌ویژه زنان شبیه به یکدیگرند. رستگارخالد و کاوه (۱۳۹۲) در پژوهش خود به این ویژگی اشاره کردند. مورد بعدی استهلاک و فرسایش

است. برخی از تغییراتی که بر بدن اعمال می شود، دائمی و برخی موقتی‌اند و به مرور زمان به تمدید نیاز دارند. برای مثال تتوی ابرو به‌مرور کمرنگ می‌شود و بنا بر تشخیص آرایشگر هر چند وقت یک بار به تمدید نیاز دارد. ویژگی بازآفرینی دوباره ازطریق سرمایه گذاری به این نکته اشاره دارد که ازطریق صرف وقت و هزینه می توان برای بار دوم و حتی دفعات بعدی نیز بر دارایی‌های جنسی افزود.

ویژگی مبادله‌پذیری که در نتایج پژوهش صادقی‌فسایی و همکاران (۱۳۹۵) نیز به آن پرداخته شده است، نشان می‌دهد افرادی که سایر سرمایه‌ها را ندارند یا برخورداری کمتری دارند، با به کارگیری و افزایش سرمایهٔ جنسی به تبادل این صورت از سرمایه با سایر صورت های دیگری که افراد در اختیار دارند، می‌پردازند. در این صورت برای سرمایهٔ جنسی، بازاری شکل می گیرد که ازسویی، عده‌ای فروشندهٔ آن و عده‌ای خریدارند. لئو (2013) مبحث کالایی شدن بدن و شکل‌گیری بازار برای تبادل آن را مطرح کرده است؛ درواقع، زنان تلاش می کنند سایر انواع سرمایه را با مبادلهٔ سرمایهٔ جنسی به دست آورند. برای مثال با آراستگی ظاهری خود بتوانند به شغل درخور شخصیت خود یا همسر مناسب‌تر دست پیدا کنند. هالیدی و کارنی (2007) نیز به نتایج مشابه رسیدند. همچنین کراسلی (2005) به این نتیجه اذعان کرده است؛ با این تفاوت که مطابق پژوهش‌های او زنان بیش از مردان در زمینهٔ به‌کارگیری سرمایهٔ جنسی خود اقدام می‌کنند و در این حوزه از مردان موفق‌ترند.

درمجموع، می‌توان گفت پذیرش اجتماعی نقش کلیدی در سرمایه‌شدن سرمایهٔ جنسی دارد. با وجود آنکه سرمایهٔ جنسی وجود دارد تا تأیید اجتماعی دربارهٔ آن حادث نشود، به‌وضوح در آگاهی و مناسبات اشخاص لحاظ نمی‌شود؛ این در حالی است که دربارهٔ سرمایهٔ اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی، اشخاص از ارزشمندی کالایی که تبادل می شود و از نقش میانجی‌های مبادله آگاهی دارند؛ به عبارت دیگر، با وجود مبادلهٔ سرمایهٔ جنسی میان اشخاص، منطق ارزش‌گذاری و منطق مبادله در آن روشن نیست. در مبادلهٔ سرمایهٔ اقتصادی، کالا با پول یا کالا مبادله می شود و شخص به همان اندازه‌ای که از کالا می خواهد، به همان اندازه و متناسب با ارزش آن پول پرداخت می‌کند. در سرمایهٔ فرهنگی نیز چنین است. شخصی که در جایی مشغول به کار می شود، در عوض ارائهٔ تخصصش و متناسب با فعالیتی که انجام می‌دهد، مزد دریافت می کند؛ اما در سرمایهٔ جنسی نمی‌توان میزان عادلانه‌بودن مبادله و متناسب‌بودن آنچه را ارائه و آنچه را حاصل شده است، تعیین کرد؛ درواقع، دربارهٔ سرمایهٔ جنسی، ارزش کالا به‌وسیلهٔ افراد در لحظهٔ عرضه و مبتنی بر تفاهماتی آکنده از احساسات و عواطف مشخص می‌شود.

نکتهٔ دیگر نقش تسهیل‌کنندگی سرمایهٔ جنسی و قدرتی است که برای مبادله‌شدن با سایر صور سرمایه به‌همراه دارد؛ درواقع، سرمایهٔ جنسی ابزار مهمی در دستان زنانی است که از سایر صورت‌های سرمایه محروم مانده‌اند یا طالب درجات بالاتری از آنها هستند. پیوند ناگسستنی سرمایهٔ جنسی با بدن سبب می‌شود افراد هنگام صورت‌بندی انواعی از مبادلات بین انواع سرمایه، حدی از بهره‌مندی را از این نوع سرمایه داشته باشند. هرچند پرورش و افزایش این نوع سرمایه و به‌کارگیری آن به‌منزلهٔ ابزاری تسهیل‌کننده در مبادلات بین‌سرمایه‌ای، به هر عامل اجتماعی متفاوت بستگی خواهد داشت؛ درنهایت، به نظر می‌رسد ویژگی‌های شناسایی‌شده برای سرمایهٔ جنسی در کنار یکدیگر پیکرهٔ یکپارچه‌ای را تشکیل می‌دهند که بیش و کم ادراک عمومی عاملان اجتماعی از آن شباهت و قرابت جالب توجهی با دیگر انواع سرمایه دارد؛ ازاین‌رو، جریان پویایی از شکل‌گیری و انباشت این صورت از سرمایه و مبادلهٔ آن با سایر انواع سرمایه در تجربهٔ زیستهٔ کنشگران مطالعه‌شده مشاهده می‌شود؛ البته هر یک از ویژگی‌های ذکرشده این امکان را دارند که در تجربهٔ عاملی معین با درجه ای مشخص ظهور و بروز یابند؛ ازاین رو؛ در غایت امر، هر یک از عاملان اجتماعی مطالعه‌شده، تجربه‌ای منحصربه‌فرد از سرمایهٔ جنسی را از سر می‌گذراند.

منابع

احمدی، ع.؛ عدلی پور، ص. افشار، س. و نیاد، ل. (۱۳۹۵). «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز»، *پژوهش‌نامهٔ زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ش ۳۱، ص ۵۰-۲۹.

بلیکی، ن. (۱۳۸۴). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*، ترجمهٔ: حسن چاوشیان، تهران: مرکز.

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

توسلی، غ. و موسوی، م. (۱۳۸۴).« مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید برنظریه‌های سرمایهٔ اجتماعی»، *فصلنامهٔ علوم اجتماعی*، ش ۲۲، ص ۳۲-۱.

حاجی‌ابول‌لو، ک.؛ حلاج‌زاده، هـ و مسعودنیا، الف. (۱۳۹۷). «مقایسهٔ سرمایهٔ فرهنگی بین دو گروه از زنان با سابقهٔ عمل‌های جراحی زیبایی و بدون انجام جراحی زیبایی در رشت»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، س ۲۹، ش ۴، ص ۱۸۲-۱۶۷.

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

حیدرخانی، هـ؛ حاجی‌آقایی، ل. و رحمانی، غ. (۱۳۹۲). «رابطهٔ ابعاد سرمایهٔ فرهنگی و مدیریت بدن در زنان»، *فصلنامهٔ علمی - پژوهشی زن و فرهنگ*، س ۵، ش ۱۸، ص ۶۹-۵۵.

رستگارخالد، الف. و کاوه، م. (۱۳۹۲). «زنان و پروژهٔ زیبایی؛ مطالعهٔ معانی ذهنی عمل جراحی زیبایی»، *نشریهٔ زن در توسعه و سیاست*، د ۱۱، ش ۴، ص ۴۷۸-۴۵۳.

صادقی‌فسایی، س.؛ فاضل، ر. و رضایی، ح. (۱۳۹۵). «مطالعهٔ جامعه شناختی رابطهٔ میان مدیریت بدن و سرمایهٔ جنسی زنان؛ مورد مطالعه: زنان متولد دههٔ ۴۰ شهر همدان»، *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، س ۱۳، ش ۵۱، ص ۵۱-۳۳.

عسکری‌خانقاه، الف. و مهربد، ط. (۱۳۹۲). «بررسی انسان شناختی مفهوم زیبایی صورت؛ مطالعهٔ جوانان ۳۰-۲۰ سالهٔ منطقهٔ ۱۵ تهران»، *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، د ۳، ش ۱، ص ۱۲۵-۱۰۹.

قادرزاده، ا.؛ خالق‌پناه، ک. و خزایی، س. (۱۳۹۳). «تحلیل تجربه‌های زنانه از جراحی زیبایی؛ مطالعهٔ کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی»، *نشریهٔ زن در توسعه و سیاست*، د ۱۲ ش ۱، ص ۲۰-۱.

قاسمی، الف. (۱۳۹۶). «مطالعهٔ کیفی نگرش و ادراکات زنان از بدن با تأکید بر جراحی‌های زیبایی»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، د ۲۸، ش ۴، ص ۱۹۴-۱۷۳.

کافی، س.؛ کمالی، الف. و باستانی، س. (۱۳۹۳). «بررسی استفاده از سرمایهٔ جنسی در زنان و مردان مناطق ۳ و ۱۶ تهران»، کنفرانس بین‌المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی، تهران.

کرمی‌پور، ی.؛ اسماعیلی، ر. و حقیقتیان، م. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سرمایهٔ فرهنگی، اجتماعی و جنسی بر مدیریت بدن در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سالهٔ شهرستان تنکابن»، *فصلنامهٔ پژوهش اجتماعی*، د ۲۸، ش ۷، ص ۲۱۴-۱۸۷.

نیازی، م. و عسکری‌کویری، الف. (۱۳۹۱). «تبیین گونه‌های الگویی هویت‌یابی»، *فصلنامهٔ خانواده و پژوهش*، د ۹، ش ۴، ص ۲۵۹-۲۳۹.

Bahar, M. & QaziJahani, M. (2012) Discourse analysis of facial plastic surgery. *Woman in Development and Politics (Research on Women)*, 9 (1), 63-92 (in Persian).

Balali, E. & Afshar Kohan, J. (2012) Beauty and money; makeup and surgery. *Quarterly of Women's Cultural and Social Council,* 47, 99-140. (in Persian).

Beere, D. (1996) An investigation using experimental phenomenology." *Dissoclccion*, IX (1), 48-58.

Bourdieu, P. (1989) Social space and symbolic power. *Sociological Theory*, 7 (1), 14-25.

Colaizzi, P. (1978) Psychological Research as a

Phenomenologist Views it. In: Valle, R. S. & King, M. *Existential Phenomenological Alternatives for Psychology*. Open University Press: NewYork.

Crossley, N. (2005) Mapping reflexive body techniques: On body modification and maintenance. *Journal of Body and Society*, 11 (2), 1-35.

Gimlin, D. (2006) The absent body project: cosmetic surgery as a response to bodily dys-appearance. *Sociology,* 40 (4), 699-716.

Goldenberg, M. (2013) The body as capital: understanding brazilian culture. *in: Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, 7 (1): 220-238

Green, A. (2012) Erotic capital and the power of desirability: Why honey money is a bad collective strategy for remedying gender inequlity. *Sexualities Journal,* 15, 131-164.

Hakim, C. (2011) *Feminist Myths and Magic Medicine: The Flawed Thinking Behind Calls for Further Equality Legislation*. United Kingdam: Centre for Policy Studies.

Hargreaves , D. & Tiggemann, M. (2006) Body image is for girls': A qualitative study of boys' image. *Health Psychology,* 11 (4), 76-567.

Holliday, R. & Cairnie, A. (2007) Man mmade plastic: investigating men's consumption of aesthetic surgery. *Journal of Consumer Culture*, 7 (1), 57-78.

Lin, N. (2001) Building a Network Theory of Social Capital. In N. Lin, K. Cook, & R. Burt, *Social Capital: Theory and Research* (pp. 3-30). New York: Aldinede Gruyter.

Luo, W. (2013) Aching for the altered body: beauty economy and chinese women's consumption of cosmetic surgery. *Women's Studies International Forum*, 38 (1), 1-10.

Morrow, R. R. (2015) Colaizzi's descriptive phenomenological method. *The Psychologist*, 28 (8), 643-644.

Rasekh, K. Mobarra, M. & Majedi, S. (2010) Analysis of women's attitude to body management (case study of female students of islamic azad university, shiraz branch). N. *Woman and Family Studies; 3rd Series*, 9, 57-81 (in Persian).

Requena, F. (2017). Erotic capital and subjective well-being. *Research in Social Stratification and Mobility*, 50, 21-40.

Tavassoli, G. (2012) Women tend to consider cosmetic surgery in tehran. *Social Studies of Psychology of Women,* 10 (6), 1-82 (in persian).

Wolf, H. (2005) Capital. In G. Ritzer, Encyclopedia of social theory (1, 75-76). Thousand Oaks: Sage Publications.