

## عنوان مقاله:

زیبایی و سرمایه اجتماعی: شکل های جذاب شبکه های اجتماعی

## محل انتشار:

فصلنامه جامعه شناسی فرهنگی، دوره 1، شماره 2 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

زینب هاشمی  
کوثر سنگور صویلات  
جلال عساکره

## خلاصه مقاله:

اینکه زیبا بودن یک حسن است یکی از واقعیت های زندگی است. اگر بخواهیم آن را از نظر درآمد و یا بازار ازدواج مدنظر قرار دهیم، کسی که جذابیت بیشتری داشته باشد بهتر است. با توجه به تحقیقات روان شناختی که دلیل فایده داشتن زیبایی را توضیح می دهد، ما فرض می کنیم که افراد جذاب تر نسبت به افراد معمولی به گونه متفاوتی از فرصت های شبکه های اجتماعی بهره می گیرند و در نتیجه، شبکه های آن ها از ویژگی های مفیدتری برخوردار خواهند بود. همان طور که پیش بینی می شود، نتایج یکی از آزمایشات نشان داد که احتمال انتخاب افراد جذاب، نسبت به سایر افراد برای امور کارگزاری پرسودتر در شبکه ها در سایر مشاغل دیگر بیشتر است. ما در یک مطالعه تکمیلی و با اتکا بر اطلاعات عرضه شده توسط متخصصان جوان در شبکه، دریافتیم که بنا بر یافته های مطالعه ۱، شبکه هایی که دارای افراد جذاب تری هستند از تراکم نسبتا کمتری برخوردارند. ما در مورد نتایج کار خود بحث می کنیم و همچنین بر نیاز به تحقیقات بیشتر در مورد عوامل تحت بررسی و البته احتمال وجود حق العمل که به طور بالقوه ای تاثیرگذار است- جذبه فیزیکی - تاکید می کنیم.

## کلمات کلیدی:

زیبایی، جذابیت فیزیکی، شبکه های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، حفره های ساختاری، آزمایش، جمعیت شناسی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1402164>

