

تفسیر و تبیین جامعه‌شناختی نشانه‌های زنانگی در بازتولید بدن زنان شهر اصفهان

نفسیه چینی^۱
سیدعلی هاشمیان‌فر*^۲
حنانه محمدی کنگرانی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۱۳

چکیده

پژوهش درباره‌ی زنان، به‌عنوان یک موضوع قابل‌مطالعه در عرصه‌ی مطالعات اجتماعی در قالب موضوع زنانگی یا دقیق‌تر «زنانگی‌ها»، دانش ما را به سطح عالی‌تری درباره‌ی زنان ارتقاء خواهد داد. هدف از پژوهش حاضر، تبیین و تفسیر نشانه‌های زنانگی زنان شهر اصفهان در بازتولید بدن می‌باشد. در مطالعه حاضر از طرح تحقیق آمیخته از نوع متوالی اکتشافی استفاده شده است، که برای انجام آن در مرحله اول، با استفاده از روش تحقیق نظریه برخاسته از داده‌ها، با روش نمونه‌گیری نظری از زنان ۲۰-۵۵ ساله، مصاحبه باز و نیمه‌باز به عمل آمد. با تحلیل مصاحبه‌های انجام شده و داده‌های گردآوری شده، شاخص‌های بازتولید نشانه‌های زنانگی به‌دست آمد. در مرحله دوم به گردآوری داده‌های کمی با تنظیم پرسشنامه (بسته) برگرفته از روش کیفی، به‌صورت پیمایشی و روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای با توجه به سن و جنس افراد در مناطق ۱۵ گانه شهر اصفهان، در بین ۶۶۷ نفر پرداخته شد. براساس نتایج کیفی تحقیق، هژمونی فرهنگی غرب و صنعت فرهنگ در قالب شرایط علی و مفهوم زنانگی ریزوماتیک به‌عنوان هسته‌ی مرکزی استخراج گردید. در بخش کمی برای تبیین نشانه‌های زنانگی، فرضیه‌ها با نرم‌افزار Spss مورد آزمون قرار گرفتند. سپس در مدل‌سازی ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Amos فرضیه‌های ساختاری پژوهش (دین، آبزگی، بریکولاژ، مدگرایی، رسانه، خودپنداره و درآمد) آزمون شدند که همه آن‌ها معنادار شده و در بخش برازش کلی، برازش بسیار بالایی از مدل حاصل گردید.

کلید واژه‌ها: جنسیت، زنانگی، ریزوم (شبکه)، بازتولید بدن، برساخت‌گرایی.

۱- دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

۲- دانشیار، گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان

۳- دانشیار، گروه مرتع و آبخیزداری، دانشگاه هرمزگان

Email: seyedalhashemianfar@yahoo.com

*: نویسنده مسئول

۱. مقدمه و طرح مسئله

پژوهش درباره‌ی زنان، به‌عنوان یک موضوع قابل‌مطالعه در عرصه‌ی مطالعات اجتماعی در قالب موضوع زنانگی یا دقیق‌تر «زنانگی‌ها»، دانش ما را به سطح عالی‌تری درباره‌ی زنان ارتقاء خواهد داد. زنانگی به شیوه‌های فرهنگ و جنسیتی کننده برای زن بودن و زن شدن درون فرهنگی خاص گفته می‌شود (Haywood & Al, 2003). دلالت‌های زنانگی در رویکرد پساساخت‌گرا^۱ را از بسیاری جهات می‌توان از دیدگاه‌های کلاسیک، دلالت‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی متفاوت دانست. برای پساساخت‌گرایان بدن به مثابه‌ی پدیده‌ای طبیعی و زیستی وجود ندارد، بلکه زبان و دیگر صورت‌های بازنمایی آن را شکل می‌دهند و بدان معنا می‌بخشند. از این‌رو، دسترسی به هرگونه تفسیری از بدن و تجلیات آن تابع زبان است و ارجاع به قواعد علمی عام قابل حصول نیست. با هدف صریح تولید بدن‌های مطیع در رویکرد پساساخت‌گرا، گفتمان‌های پزشکی، ورزشی و اخلاقی سازنده‌ی بدن و فهم ما از آن هستند. این‌گونه است که مثلاً رسانه‌ها می‌توانند ترکیب خاصی از بدن را «مقبول» و «زیبا» جلوه دهند و بدن چاق را مورد تمسخر قرار دهند (ذکایی، ۱۳۸۶). در این راستا رسانه‌ها نه تنها به ساخته شدن گفتمان‌های مربوط به تصاویر ایده‌آل از بدن کمک می‌کنند بلکه آن را نیز نهادی می‌سازند. چنانچه در جوامعی که رسانه‌ها گفتمان غالب جامعه را شکل می‌دهند، سبک زندگی غالب نیز تحت تأثیر آن‌هاست (الیوت، ۲۰۱۰).

چنانچه تصور یا درک ما از بدن یا ایماژ^۲، مفهومی است که خودبه‌خود ساخته نشده، بلکه "عمل درک این ایماژ، فرایندی برساخته شرایط اجتماعی است، ایماژ بدنی و روابط اجتماعی ما بر هم اثر می‌کنند؛ بنابراین زندگی روزمره اساساً به معنای تولید و بازتولید بدن‌هاست" (اباذری و حمیدی، ۱۳۸۷). بازتولید بدن یک ابژه^۳ زیبایی‌شناختی از معنای اجتماعی پیچیده است که لباس بر آن پوشانده می‌شود، نقاشی می‌شود، اصلاح می‌شود، عریان می‌شود، سوراخ می‌شود و خالکوبی می‌شود؛ بدن یک ابژه سیاسی است که آموزش داده شده و نظم‌پذیر می‌شود، شکنجه شده و یا ناقص می‌شود و یا زندانی می‌شود؛ بدن یک ابژه اقتصادی است که پرورش داده شده، از آن بهره‌برداری و بازتولید می‌شود و بالاخره بدن یک ابژه جنسی است که اغوا می‌کند و اغوا می‌شود. آنچه درباره‌ی بدن مطرح می‌شود، قابلیت

1. Post-structural
2. image
3. object

کنش به‌عنوان یک نشانه است و یا به‌عنوان یک عنصر زبانی، یعنی بدن در اینجا بیشتر از آنکه واقعاً زندگی کند، بازنمایی و دلالت می‌کند (Turner, 2008).

در دوران مدرن نگرش مردم نسبت به میل جنسی تغییر کرده و بنابر نظریات فوکو^۱، الگویی که برای تعریف زنانگی و مردانگی و جداکردن امر اخلاقی از غیراخلاقی از طریق اعمال کنترل بر بدن صورت می‌گیرد، دگرگون می‌شود. در این راستا به تدریج تحت تأثیر رسانه‌ها و تغییر نگرش انسان غربی نسبت به میل جنسی در عصر مدرن، بالطبع نگرش فرد نسبت به بدن خود نیز تغییر می‌کند. در دوره پست‌مدرن که بدن موضوع پویایی صنعت مد شد، فرآیند دیگری تحت عنوان "اروتیزه شدن زیبایی" در مفهوم تنظیم بین برهنگی و پوشیدگی اتفاق افتاد که در قبایل ابتدایی وجود نداشت. به تعبیر دیگر، در دوره فرامدرن شاهد بیرونی کردن بدن شدیم. گسترش انواع جراحی‌های پلاستیک، تکنولوژی‌های متعددی که جای فرآیندهای طبیعی بدن مانند تولیدمثل را می‌گیرند و اینترنت و رسانه‌های جهانی که با نمایش دادن تعاملات اروتیک مجازی به‌جای مواجهه‌های عینی و مستقیم تغییراتی در شرایط قبلی ایجاد کرده‌اند؛ نمونه‌هایی از این جریان هستند. به‌طورکلی از نگاه جامعه‌شناسان عملکرد صنایع ظاهرآرایی در جهان، پیامدها و عوارضی را، هم برای خود مقوله زیبایی و هم برای فرهنگ به‌دنبال داشته است که در اینجا به مهم‌ترین آن اشاره می‌کنیم: تجزیه و کالایی شدن زیبایی، جهانی شدن زیبایی، سکولار^۲ (عرفی شدن زیبایی) زیبایی، اروتیزه^۳ (شهوانی شدن) زیبایی، زن‌صفت شدن مردان و زیبایی آن‌ها (شهابی، ۱۳۸۹).

این پژوهش در ابتدا به دنبال تبیین گرایش زنان به تنوع نشانه‌های زنانگی و انگیزه‌های زنان در راستای رسیدن به استانداردهای زیبایی است و از آنجاکه الگوی خاصی در این زمینه وجود نداشته، پژوهش‌گر در ادامه از روش کیفی داده بنیاد یا همان گراند تئوری استفاده کرد تا بتواند با هدف کشف تئوری به الگوهای مشترک در این زمینه دست یابد. براساس مشاهدات عینی محقق در باشگاه‌های متعدد اصفهان طی دوازده سال و انجام مصاحبه‌های متوالی برای تفسیر و فهم تجربه زنان در زمینه برساخت زنانگی، زنان باشگاه‌ها و آرایشگاه‌های شهر اصفهان برای این منظور انتخاب شدند. از آنجاکه براساس رویکرد مطالعات فرهنگی درباره‌ی متن، می‌توان فضاهای عمومی زنان (سالن‌های ورزشی آرایش بهداشتی و

1. paul Michel Foucault
2. secular
3. Irvine

کلینک‌های زیبایی) را نیز به مثابه یک «متن» در نظر گرفت، این مکان‌ها مکانی می‌شود که در آن فعالیتی نظیر تبادل اطلاعات و ... بین زنان ایجاد می‌شود و این فعالیت‌ها و کنش‌های زنان، معانی و نشانه‌هایی را در بر دارد؛ بنابراین برای این مکان و فضاها، کارکردهای دیگری نیز ایجاد می‌شود. بدین معنا که این‌گونه فضاها تنها جنبه ورزشی و بهداشتی و سلامتی ندارد و این‌گونه مکان‌ها «عرصه‌ی روزمرگی» و «هویت بخشی» نیز پیدا کرده است.

۲. چهارچوب مفهومی

زنانگی^۱: زنانگی مفهومی است که هر دو بعد جنسی و جنسیتی را شامل می‌شود و متأثر از فرهنگ قرار دارد. زنانگی و (همچنین مردانگی) مفهومی صرفاً زیست‌شناختی و روان-شناختی نیست؛ اگرچه این مفهوم ابعاد زیستی روانی را نیز در برمی‌گیرد. پژوهش‌های گسترده در ادبیات انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی جهان نشان داده‌اند که زنانگی و مردانگی مفاهیمی ذاتی نیستند بلکه در فرآیند اجتماعی شدن و متأثر از جامعه‌پذیری به افراد منتقل می‌شوند (رفعت‌جاه و همکاران، ۱۳۹۳).

امروزه بحث در مورد موضوع زنان، جنسیت و هویت در جامعه ما اهمیت خاصی پیدا کرده است (به دلیل اینکه زنان و دختران نیمی از جمعیت جامعه ما را تشکیل می‌دهند). جنسیت به این خاطر که باعث ایجاد قشربندی در کلیه جامعه می‌شود و هویت و احساس هویت داشتن یکی از مشخصات شخصیت فرد تلقی می‌شود، از مسائل مهمی است که به میزان قابل توجهی به آن‌ها پرداخته می‌شوند. بحث هویت‌یابی و هویت جنسی در دوره نوجوانی بیشتر مطرح می‌شوند. نوجوانی دوره‌ای از زندگی است که حداقل کودکی و بزرگسالی است و انتقال از کودکی به بزرگسالی امری تدریجی و همراه با پیچیدگی و دشواری است که ارتباط تنگاتنگ با زمینه‌های خانوادگی، اجتماعی- فرهنگی زندگی فرد صورت می‌گیرد. منظور از هویت زنانه این است که ویژگی‌هایی را که عمدتاً زنانه محسوب می‌شوند شامل: وابسته، عاطفی، مهربان، محافظه‌کار، دلسوز، صمیمی، نگران کنش و واکنش‌های اجتماعی، لطیف، ظریف، آشپز، علاقمند به مراقبت و رسیدگی به دیگران، زیر-دست، نجیب، ناتوان، صبور، وابسته‌ی اقتصادی و غیره را دارند (منادی، ۱۳۸۹).

دلالت‌های زنانگی: می‌توانیم دلالت‌های زنانگی را این‌طور توضیح بدهیم (به‌عنوان مثال، بر اساس گفتمان پدرسالاری، دوگانه زن/مرد) مردان را موجوداتی عقلانی، منطقی، قوی و در

1. Femininity

مقابل، زنان را موجوداتی احساسی، عاطفی و ضعیف بازنمایی می‌کند. گفتمان پدرسالاری کلیشه‌هایی از زنان می‌سازد که نظام تقسیم‌کار جنسیتی را بازتولید و حفظ می‌کند و در سلسله‌مراتب قدرت، زنان را در موقعیت فرودستی و مردان را موقعیت فرادستی می‌نشانند. این گفتمان، از تفاوت‌های طبیعی دو جنس زن و مرد، معنای اجتماعی و فرهنگی می‌سازد و براساس آن معانی، زنان و مردان را به نحو خاص و متمایز تعریف می‌کند: مردان عقلانی و زنان احساسی. اگرچه «جنس» بیانگر تفاوت‌های فیزیکی و زیست‌شناختی دو جنس است (پیشگاهی فرد و قدسی، ۱۳۸۹).

بازتولید بدن: بازتولید بدن یک ابژه زیبایی‌شناختی از معنای اجتماعی پیچیده است که لباس بر آن پوشانده می‌شود، نقاشی می‌شود، اصلاح می‌شود، عریان می‌شود، سوراخ می‌شود و خالکوبی می‌شود (Turner, 2008).

آبژگی: آبژگی رابطه‌ی شناختی و تعاملی بین سوژه و ابژه بر مبنای جنسیت و غریزه است که در اینجا «اجتماع مردانه» سوژه و زن ابژه است. در فرایند ابژه‌سازی، زن به جنسیت‌اش تقلیل پیدا کرده و بدن او به‌عنوان مهم‌ترین شاخص جنسیت، بر کل موجودیت او مقدم گشته و موضوع شناخت اجتماع مردانه و تعامل قرار می‌گیرد. در فرایند ابژه‌سازی سوژه با نگاه ابزاری، بدن و زنانگی‌های زن را نشانه رفته، با آن همچون یک شی جنسی تعامل کرده و آن را ابژه می‌کند و از این کار آگاهانه یا ناآگاهانه کسب لذت می‌کند. نتیجه این‌که ابژه کردن زن، محصول درک غریزی، جنسی، جسمانی و شهوانی مرد از زن و بدن او است (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۲).

نظریه شی‌انگاری که نخستین بار فردریکسون و رابرتز (۱۹۹۷) مطرح کردند، تبیینی از نارضایتی تصویر بدنی و اهمیت ظاهر برای زنان ارائه کرده است. آن‌ها مدعی‌اند که زنان و دختران براساس معیارهای اجتماعی یاد می‌گیرند خودشان را بر مبنای ظاهر فیزیکی‌شان به منزله‌ی معیار قضاوت دیگران ارزیابی کنند.

براساس این نظریه، برخی از عوامل اجتماعی فرهنگی، زنان را به سمت شی‌انگاری سوق می‌دهد. فرهنگ خودشی‌انگاری زنان و دختران را به‌گونه‌ای پرورش می‌دهد که خود را به مثابه‌ی یک شیء بیندارند که مردان همواره آن‌ها را از نظر جنسی ارزیابی می‌کنند. در این راستا فرهنگ رسانه‌ای همواره تلاش می‌کند با ایجاد شرایطی افکار و اعمال زنان را در ارتباط با تصویر بدنشان از مسیر طبیعی منحرف کند. سازه‌های رسانه‌ای چنین فرهنگی، زنان و دختران قرن بیست و یکم را احاطه کرده و بر آن‌ها فشار فوق‌العاده‌ای وارد می‌کند تا

ظاهر بدن خود را آن‌گونه بیارایند که برای مردان جذاب و دوست‌داشتنی به نظر برسند. این فرهنگ به‌دنبال آن است تا از زنان افرادی خام، بی‌هویت، بی‌شکل، مطیع و تهی بسازد. بدن زن همانند جایگاهی از نیروها و مباحثی شده که هویت و آرزوهایش را شکل می‌دهد. پدیده‌ی خودشیء‌انگاری محصول جامعه‌ی غرب است (ناعمی، ۱۳۹۵).

رسانه‌ها نه تنها به ساخته شدن گفتمان‌های مربوط به تصاویر ایده‌آل از بدن کمک می‌کنند بلکه آن را نیز نهادی می‌سازند. چنانچه در جوامعی که رسانه‌ها گفتمان غالب جامعه را شکل می‌دهند، سبک زندگی غالب نیز تحت تأثیر آن‌هاست؛ به‌ویژه تجربه‌ی قرن بیستم نشان داده است که در میان رسانه‌ها، تلویزیون در بسیاری از جوامع چنین نقشی را به عهده گرفته است و سبک رایج مدیریت بدن، نیز تحت تأثیر این رسانه بوده است. در حقیقت، در جوامعی که مشاهیر، افرادی مورد تمجید و تقدیس هستند و حاکمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات، پیوسته رو به گسترش است، جراحی‌های زیبایی هم به‌عنوان هنجار شناخته می‌شوند (الیوت، ۲۰۱۰).

ریزوم: در علم گیاه‌شناسی به ساقه‌های زیرزمینی ریشه مانند ریزوم گفته می‌شود که برخلاف ریشه‌های اصلی در جهات گوناگون گیاه سیر می‌کنند. از دیدگاه ژیل دلوز، ریزوم (زمین ساقه) نمایانگر وضعیت نمادین پسامدرنیسم است. این مفهوم در حوزه اینترنت در مورد «قابلیت ریزوم»، «فضای ریزوماتیک» بکار گرفته می‌شود. استعاره ریزوم به‌خوبی دیدگاه ژیل دلوز را از مفاهیم کثرت، تفاوت و شدن نشان می‌داد. تئوری ریزوم با مجازی‌سازی و بی‌مکانی همراه است و عصر جدید که با انقلاب ارتباطات به جهان مجازی و دنیای شبکه‌ای انجامیده و جهان اینترنت که با فشردن زمان و مکان تاریخی و کنار هم قرار دادن آگاهی‌های گوناگون، شبکه‌ای درهم‌تنیده از اطلاعات ایجاد کرده است، ترسیم‌کننده فضای پویا و سرزنده ریزومی است (ضمیران، ۱۳۸۹). ریزوم به‌دنبال از میان بردن سیستم «خود/دیگری (I=not you) و جایگزین کردن آن با سیستم آزاد: «این بدن+آن بدن+آن جوهر+این فضا» است (Malins, 2004).

جنسیت^۲: موضوع مربوط به جنس، جنسیت و نظام رفتار جنسی، عمری به اندازه تاریخ زندگی جمعی بشر دارد، اما مطالعات مربوط به این سه مفهوم به دهه ۱۹۵۰ به بعد برمی‌گردد. مفهوم سکس ظاهراً به تفاوت‌های زیستی اشاره دارد، جنسیت به تفاوت‌های

1. Rhizome
2. gender

فرهنگی و پدیدارشناسانه و سکسوالیته یا نظام رفتار جنسی به تفاوت‌های مربوط به کنش‌ها و واکنش‌های حوزه رفتار جنسی برمی‌گردد.

زنانگی و مردانگی یا هویت جنسیتی شخص، اشاره به معیاری دارد که شخص مشروط به این‌که در جامعه مرد یا زن باشد، خود را مردانه یا زنانه می‌بیند. در جریان فرآیند جامعه‌پذیری، اعضای مذکر جامعه از بدو تولد در جهت کسب موقعیت مردانه، تحت تعلیمات فرهنگی و اجتماعی منتج به مردانگی و اعضای مؤنث جامعه از بدو تولد در جهت کسب موقعیت زنانه، تحت تعلیمات فرهنگی و اجتماعی منتج به زنانگی قرار می‌گیرند. آن‌ها با نقش‌های جنسی و جنسیتی خود آشنا می‌شوند و مطابق انتظارات اجتماعی عمل می‌کنند (ممبینی، ۱۳۸۶).

زنانگی و ریزوم: اندیشه افقی که نیچه آن را باب کرد و دلوز به تشریح آن پرداخت، چشم‌اندازی زنانه را عنوان می‌کند. زنانگی به‌دنبال تولید است، زایش، "زن بودن" نمی‌خواهد چیزی را اثبات کند، برخلاف مردانگی که یک نحو از بودن است و می‌خواهد محور اصلی باشد، زنانگی گریز از بودن است. مردانگی وحدت‌گراست، همانند درخت، و از این موضوع به خود می‌بالد، اما زنانگی گریز از بودن است، و در پی شدن‌های مختلف ... در حقیقت زنانگی تکثرگراست هم چون ریزوم و این تفکر مردانگی را از مرکزیت خارج می‌کند. زنانگی در حقیقت هم ترویج افقی‌گرایی است، و هم شادمانه زیستن را به‌دنبال دارد (سجادی و ایمانزاده، ۱۳۸۶).

ژیل دلوز^۱ (۱۹۲۵-۱۹۹۵) فیلسوف پست‌مدرن و پسا‌ساختارگرای فرانسوی و گاتاری، از استعاره «ریزوم» به‌ویژه در کتاب «هزاران فلات» برای تبیین فلسفه کثرت‌گرایی خود استفاده کرد. او فضای ریزوماتیک خود را از زیست‌شناسی الهام گرفته است. ریزوم به‌عنوان یک استعاره زیست‌شناختی نمادی برای رشد چندگانه و نامحدود از طریق اتصالات ممتد است. مفهومی که در مقابل درخت و رشد درختی است که بر خطی و متوالی بودن حرکت تأکید دارد. فضای ریزوماتیک با تأکید بر شدن، نمادیسیم، فولدینگ، قلمروزدائی و بازقلمروسازی و تأکید بر اصولی همچون ارتباط و ناهمگنی، چندگانگی، گسست نادالیت‌گر، نقشه‌کشی و نقش برگردانی، تمرکززدائی، نفی دوالیسم و سلسله‌مراتب چالش‌ها و مشکلاتی را برای جوامع ایجاد می‌کند. فضای ریزوماتیک اصول بازنمایی، سلسله‌مراتب و انضباط را به‌طور کامل رد می‌کند (سجادی و ایمانزاده، ۱۳۸۶).

1. Gile Deleuze

بریکولاژ^۱: در مطالعات فرهنگی، بریکولاژ به معنی فرآیندی است که به‌وسیله‌ی آن مردم با جذب سوژه‌هایی از میان طبقات مختلف اجتماعی، هویت‌های جدید فرهنگی خلق می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۰، به نقل از امینی، ۱۳۹۱).

هویت بریکولاژ: در دنیای تکه‌تکه‌ی امروز، در فرصت‌های کوتاه، آدمی باید نقش‌های بی‌شماری را بازی کند و همین امر، داشتن هویتی یکپارچه را غیرممکن می‌سازد. در دوران مدرن، انسان در میان روابط اجتماعی گسترده به‌دنبال هویتی یکپارچه می‌گشت، اما در دوران پست‌مدرن امروز، انسان به‌دنبال همان هویت تکه‌تکه است. هویت، دیگر امری موروثی نیست، بلکه اکتسابی و حاصل معاشرت و زندگی کردن با دیگران است و تمام نگاه‌ها معطوف به روندی است که هویت، در جریان آن ساخته و پرداخته می‌شود. تعبیر هویت بریکولاژ یکی از بهترین تعابیری است که می‌توان برای توضیح این نوع تلقی از هویت به‌کار برد. این تعبیر که توسط یکی از صاحب‌نظران گفتمان‌های معارض این دوره، برای وضع هویتی دوران مابعد تجدد مورداستفاده قرار گرفته، هویت را نظیر پارچه‌های چهل‌تکه‌ای نشان می‌دهد که تنها عامل وحدت و یکپارچگی آن، مقاصد یا انتخاب‌های دوزنده‌ی آن است. درنهایت از آنجاکه، هویت چهل‌تکه است و دوزنده، انسان است، معنای آن این است که گفتمان‌های هویتی این دوران «خود»ی کاملاً متجدد را نیز فرض می‌گیرند (کچوییان، ۱۳۸۷).

۳. مروری بر تحقیقات پیشین

بررسی پیشینه، چارچوبی برای نهادینه کردن اهمیت مطالعه موردنظر و نیز ملاک‌هایی برای مقایسه‌ی نتایج با یافته‌های دیگر به‌دست می‌دهد. همه‌ی یا بعضی از این دلایل ممکن است شالوده‌ی نگارش پیشینه‌ی علمی در مطالعه‌ی موردنظر باشد (کرسول، ۱۳۹۶: ۷۰).

الف) تحقیقات داخلی

در ایران تحقیقی که دقیقاً در آن به تفسیر و تبیین جامعه‌شناختی دلالت‌های زنانگی در بازتولید بدن زنان پرداخته شده باشد، توسط محقق یافت نشد، لذا در ذیل به تحقیقاتی که با حوزه تحقیق ارتباط دارند اشاره می‌گردد.

در تحقیق پدیدارشناسانه مهناز ابراهیم‌پور (۱۳۹۲)، مصاحبه‌کنندگان پاسخ دادند از ساعت یازده شب به بعد در خوابگاه اجتماع شبانه شکل می‌گیرد و از مسائل گوناگون من جمله بدن صحبت می‌شود در واقع در خوابگاه امکان فکر کردن به این موضوع و روایت

1. Briskolage

کردن آن فراهم می‌آید. در واقع در این فضای گفتمانی حاکم بر فضای اجتماعی، یک فضای غیرگفتمانی غیرمسلط شکل می‌گیرد. گفتمانی که اجازه می‌دهد دختران از چنین موضوعاتی سخن بگویند. در واقع فضای خوابگاه، فضای غیرگفتمانی است که شکلی دیگر جنسیت، را جامعه‌پذیر می‌کند و قرائت دیگر از جنسیت خلق می‌کند.

خزائی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان مطالعه کیفی دلالت‌های معنایی مدیریت بدن (جراحی زیبایی) در میان زنان سنندج به این نتیجه دست یافتند که، زنان در مواجهه با «استاندارد زیبایی»، «اروتیزه شدن زیبایی»، «تصور دستیابی به بدن ایده‌آل»، «فشار اجتماعی و هنجاری»، «خودپنداره منفی» دست به جراحی زیبایی می‌زنند. در این میان «عرفی شدن زیبایی» و «پیشرفت علم جراحی» به‌عنوان زمینه تسهیل‌گر، «مدگرایی» و «الگوپذیری از مدل‌های رسانه‌ای» به‌عنوان شرایط مداخله‌گر عمل می‌کنند. مقوله هسته استخراج شده از دلالت‌های معنایی جراحی زیبایی در این تحقیق، «سبک زندگی بدن محور» است.

قادرزاده و همکاران، (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی تحلیل تجربه‌های زنان از جراحی‌های زیبایی پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که زنان در مواجهه با دگردیسی هنجارهای زیبایی، بدل شدن زیبایی به امری اروتیک، ملال‌آوردن زندگی روزمره، و تکثیر تصورات منفی از جسمانیت خویشتن به جراحی زیبایی روی می‌آورند. براساس مطالعه حاضر، جراحی زیبایی با وجود ارتقای اعتمادبه‌نفس زنان، مخاطرات جسمی، وسواس زیبایی، اختلال در زندگی روزمره، و انزوای اجتماعی را در پی داشته است (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۳).

جلالوند و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان تأملی بر نقش جنسیت در سبک مدیریت بدن زنان و مردان به این نتیجه دست یافتند که متغیر جنسیت عامل تعیین‌کننده‌ای در مدیریت بدن است به این معنا که با وجود عوامل مختلف فرهنگی و اجتماعی برای مدیریت بدن جنسیت به‌عنوان زیربنای این مسئله عمل می‌کند.

- در مطالعه یعقوبی (۱۳۹۵)، با تکیه بر روش‌های کیفی و نمونه‌گیری هدفمند از مصاحبه‌های نیمه‌سازمان‌یافته فردی و گروهی (گروه متمرکز) استفاده و با ۳۰ نفر مصاحبه شد که مصاحبه‌ها به شیوه‌ی تحلیل مضمون بررسی گردیدند. براساس گفت‌وگوهای به‌دست‌آمده، زنان به سه سنخ سازشی، تلفیقی و مقاوم تقسیم شدند که تداعی‌کننده‌ی نظریه‌ی کانل در سه گونه‌ی زنانگی سازگار، ترکیبی و مقاوم بود. بر مبنای یافته‌های تحقیق

وی، هسته‌ی اصلی دلایل تغییرات زنانگی افزایش مصرف رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی می‌باشد.

در مطالعه خزائی و همکارانش (۱۳۹۳)، نتایج نشان داد که زنان در مواجهه با «استاندارد زیبایی»، «اروتیزه شدن زیبایی»، «تصور دستیابی به بدن ایده‌ال»، «فشار اجتماعی و هنجاری»، «خودپنداره منفی» دست به جراحی زیبایی می‌زنند. در این میان «عرفی شدن زیبایی» و «پیشرفت علم جراحی» به‌عنوان زمینه تسهیل‌گر، «مدگرایی» و «الگوپذیری از مدل‌های رسانه‌ای» به‌عنوان شرایط مداخله‌گر عمل می‌کنند. مقوله هسته استخراج شده از دلالت‌های معنایی جراحی زیبایی، «سبک زندگی بدن محور» است.

(ب) تحقیقات خارجی

هالیول و همکارانش (۲۰۱۱)، در تحقیقات خود نشان دادند تأکید بیشتر رسانه‌های جدید بر عاملیت جنسی زنان که به‌صورت تصاویر زیبای الگوهای رسانه‌ای به تصویر کشیده می‌شود به نارضایتی زنان از بدنشان، نگرانی از وزن و افزایش خودشی انگاری در آنان منجر می‌شود.

- «فرهنگ جیم» و سالن‌های بدن‌سازی موضوع مطالعات تجربی یوهانسون بوده است. برخی پژوهشگران فضای این‌گونه مهر و مومن‌ها را در کشورهای غربی عرصه‌ای برای به چالش کشاندن نقش‌های جنسیتی می‌دانند (یوهانسون ۱۹۹۶ به نقل از ذکایی).

- یکی از مطالعه‌های مهم مک رابی (۱۹۸۶)، مطالعه رقص است. رابی، رقص را نوعی هنر، نوعی ورزش، شکلی آئینی از میل جنسی و درعین‌حال یک رفتار اجتماعی می‌داند و تصریح می‌کند این فعالیت نوعی مرآده یا سخن گفتن از طریق بدن است.

- با توجه به تحقیقات متعدد در ارتباط با فضای جنسی حاکم بر روابط در ایران (برزکی و همکاران، ۲۰۱۲)، یکی از مهم‌ترین متغیرها برای تبیین مصرف‌گرایی متظاهرانه زنانه، میزان ادراک آن‌ها از ابژه سازی جنسی بدن زنانه است. به‌عبارت‌دیگر هنگامی که زنان خود و بدنشان را به‌عنوان یک ابزار جنسی می‌پذیرند، در نتیجه خود را یک کالای جنسی می‌دانند، ناچاراً خود را ملزوم به ارتقاء کیفیت این کالا و نظارت بر این کالا می‌دانند.

در تحقیق پدیدارشناسانه مهناز ابراهیم‌پور (۱۳۹۲) مصاحبه‌کنندگان پاسخ دادند از ساعت یازده شب به بعد در خوابگاه اجتماع شبانه شکل می‌گیرد و از مسائل گوناگون منجمله بدن صحبت می‌شود در واقع در خوابگاه امکان فکر کردن به این موضوع و روایت

کردن آن فراهم می‌آید. در واقع فضای خوابگاه، فضای غیرگفتمانی است که شکلی دیگر جنسیت، را جامعه‌پذیر می‌کند و قرائت دیگر از جنسیت خلق می‌کند.

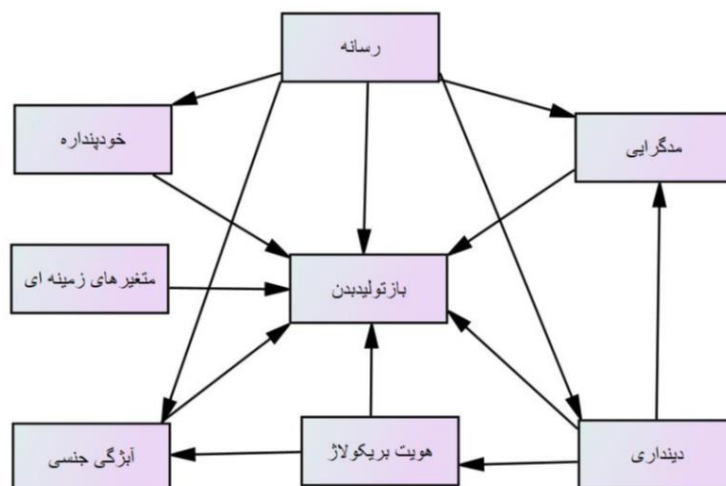
۳-۱. نقشه پیشینه‌ی تحقیق

یکی از اولین وظایف پژوهشگری که به یک موضوع جدید می‌پردازد، سازمان‌دهی پیشینه است. به طوری که این سازمان‌دهی فرد را قادر می‌سازد که دریابد مطالعه‌ی پیشنهاد شده چگونه به پژوهش‌های قبلی چیزی اضافه می‌کند، آن را بسط می‌دهد یا تکرار می‌کند. این نقشه خلاصه دیداری از پژوهش‌هایی است که دیگران انجام داده‌اند و معمولاً به صورت نمودار نمایش داده می‌شود (کرسول، ۱۳۹۶: ۸۴).



۴. مدل نظری تحقیق

پس از بیان و تحلیل نظریه‌پردازان جنسیت و مرتبط ساختن مبانی نظری پژوهش و با استفاده از مدل پارادایمی دلالت‌های زنانگی می‌توان، مدل نظری تحقیق را ترسیم نمود. مدل نظری تحقیق بر مبنای نظریات، مکاتب و دیدگاه‌های فکری کسانی است که به ارتباط جنس، سن، آبژگی جنسی، مصرف رسانه، و ... با بازتولید نشانه‌های زنانگی مرتبط هستند می‌پردازد. بنابراین بر طبق نظریات فوق می‌توان مدل نظری تحقیق را تدوین نمود.



شکل ۱: مدل نظری پژوهش

۵. فرضیات پژوهش

براساس مدل فوق، فرضیات پژوهش حاضر عبارت است از:

- ۱) بین متغیرهای زمینه‌ای و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۲) بین گرایش مذهبی و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۳) بین خودپنداره و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۴) بین هویت بریکولاژ و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۵) بین آبژگی جنسی و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۶) بین مدگرایی و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۷) بین مصرف رسانه و بازتولید زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.
- ۸) تأثیر رسانه بر کسانی که مدگرا هستند در بازتولید زنانگی بدن زنان بیشتر است.
- ۹) تأثیر رسانه بر کسانی که بریکولاژ هستند در بازتولید زنانگی بدن زنان بیشتر است.
- ۱۰) تأثیر رسانه بر کسانی که گرایش مذهبی بیشتری دارند در بازتولید زنانگی بدن زنان کمتر است.
- ۱۱) بین مصرف رسانه، مدگرایی، خودپنداره، آبژگی جنسی، گرایش مذهبی، بریکولاژی و متغیر زمینه‌ای رابطه ساختاری وجود دارد.

(۱۲) بین آبژگی جنسی و بازتولید زنانگی بدن با میانجیگری مدگرایی رابطه وجود دارد.

۶. روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از حیث روش‌شناختی نه وام‌دار رویکرد کمی محض بوده و نه در زیر سایه رویکرد کیفی محض مانده، بلکه ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی را برای غنا بخشیدن و عمق دادن به گستره فهم از موضوع مورد مطالعه به کار گرفته است که به پژوهش مبتنی بر روش‌های تحقیق آمیخته (MMR)^۱ از نوع متوالی اکتشافی معروف می‌باشد، پژوهشی که در آن روش‌های کیفی و کمی در یک مطالعه واحد با هم ترکیب می‌شوند. از آنجاکه هیچ‌یک از روش‌های کیفی و کمی کامل و بی‌نقص نبوده و هر یک از محدودیت‌های خاصی رنج می‌برند بنابراین بهترین رویکرد ترکیب این دو به نحوی است که نقاط ضعف همدیگر را برطرف کرده و نقاط قوت همدیگر را تقویت نمایند. با این حال مبنای اصلی انتخاب این رویکرد روش‌شناختی در وهله اول نوع فرضیات و سؤال‌هایی بود که پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به آن‌ها بود.

در روش‌های متوالی اکتشافی داده حاصل با استفاده از روش‌های گوناگون کدگذاری تجزیه و تحلیل شده و پژوهشگر تم‌های گوناگونی از نتایج استخراج می‌کند. حال برای آن‌که تعمیم‌پذیری این نتایج مشخص شود، تم‌ها و عوامل استخراج شده در طراحی یک ابزار (برای نمونه یک پرسشنامه) استفاده شده و این ابزار در یک پژوهش پیمایشی جهت گردآوری داده استفاده می‌شود. بنابراین، از این طریق یافته‌های حاصل از مرحله کیفی، به نوعی، در مرحله کمی آزمون می‌شوند.

از ویژگی‌های روش متوالی اکتشافی آن است که گردآوری و تجزیه و تحلیل داده در دو رویکرد کمی و کیفی به صورت غیر هم‌زمان و ترتیبی اتفاق خواهد افتاد، در این روش اولویت با رویکرد کیفی است، تجزیه و تحلیل داده در هر کدام از رویکردها به صورت مستقل و ترتیبی انجام می‌شود، و از نتایج کیفی در گام کمی استفاده خواهد شد (کرسول، پلانوند و کلارک، ۲۰۰۷).

در این راستا پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل برانگیزاننده و بازدارنده مؤثر بر فراوانی نشانه‌های زنانگی در بین زنان شهر اصفهان انجام گرفت. این پژوهش از نوع متوالی اکتشافی بوده و در آن در دو بخش به جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات پرداخته شده است. در بخش اول که هدف آن شناسایی عوامل برانگیزاننده و بازدارنده مؤثر بر زنانگی بود، ۵۰ نفر از زنان

1. Mixed method research

مشغول به کار در آرایشگاه‌ها، باشگاه‌ها و کلینیک‌های زیبایی، با روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس انتخاب شدند. با استفاده از مصاحبه‌ی نیمه ساختاریافته و گاهاً عمیق با این افراد مصاحبه انجام شد و عوامل برانگیزاننده و بازدارنده استخراج گردید با در نظر گرفتن فراوانی هر عامل، این عوامل اولویت‌بندی شدند و براساس روش گراند تئوری، هسته مرکزی زنانگی به دست آمد.

در بخش دوم و کمی تحقیق حاضر از لحاظ روش، یک تحقیق پیمایشی به حساب می‌آید و واحد تحلیل در پژوهش حاضر نیز زنان داخل باشگاه‌ها، کلینیک‌های زیبایی و آرایشگاه‌ها می‌باشد. در روش کمی - پیمایشی با استفاده از پرسشنامه به بررسی مفهوم دلالت‌های زنانگی با روش اسنادی پرداخته می‌شود و در مرحله میدانی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از شیوه پیمایشی استفاده خواهد شد.

۷. روش تحقیق و مراحل آن

پاسخگویی به سؤالات بخش کیفی به کمک مشاهده مشارکتی تنظیم و به صورت مصاحبه باز و نیمه باز، بخش کمی به روش پیمایشی پاسخ به سؤالات پرسشنامه باز و بسته صورت گرفته است. تحقیق ماهیت کاربردی، از نظر زمانی مقطعی و از نظر وسعت پهنان‌گر است.

۷-۱. جامعه آماری: در این پژوهش زنان متقاضی کنش‌های بهداشتی، آرایشی، جراحی‌های زیبایی ۲۰-۵۵ ساله ساکن در شهر اصفهان می‌باشد.

۷-۲. شیوه نمونه‌گیری: در این پژوهش، شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای بوده است.

۷-۳. حجم نمونه و روش محاسبه: به منظور مشخص نمودن تعیین حجم نمونه، از نرم‌افزار sample power استفاده شده است.

۷-۴. ابزار گردآوری داده‌ها: در گام اول در بخش کیفی از مشاهده مشارکتی و مصاحبه بمنظور کشف نشانه‌های زنانگی استفاده گردید. در کار کمی، پس از تعیین شاخص‌های لازم برای متغیرهای پژوهش، گویه‌هایی طراحی و در قالب پرسشنامه‌ای که اعتبار و پایایی آن مورد تأیید واقع و روند گردآوری داده‌ها دنبال شد.

روایی و پایایی پرسشنامه تحلیل شبکه اجتماعی: منظور از روایی پرسشنامه این است که وسیله اندازه‌گیری واقعاً بتواند خصیصه‌های متغیر موردنظر را اندازه‌گیری کند. پرسشنامه‌ی به‌کاربرده شده در این پژوهش، توسط پژوهشگر ساخته شده است. برای تهیه‌ی پرسشنامه، ابتدا مصاحبه‌هایی انجام شد، سپس بر اساس بررسی‌های انجام شده از ادبیات تحقیق با نظر اساتید، سؤالات پرسشنامه تحلیل شبکه‌ای طراحی شد و در نهایت باز با توجه به نظرات اساتید راهنما و مشاور اصلاح و تأیید شد.

رویکرد تحلیل شبکه، ابزار خاصی برای تعیین پایایی ندارد. روند سنجش پایایی پرسشنامه‌های طراحی شده با استفاده از این رویکرد به این صورت است که؛ بعد از پایان یافتن تجزیه و تحلیل داده‌ها از افرادی که در پژوهش به‌عنوان شاخص قدرت شناسایی شدند، در مورد صحت نتایج به‌دست‌آمده، نظرسنجی می‌شود (امین و همکاران، ۱۳۸۹).

مراحل اجرایی تحقیق: ابتداء در مرحله اکتشافی با توجه به اطلاعات محقق در این زمینه و مطلعین کلیدی با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند از افراد موردنظر مصاحبه بعمل آمد و پس از مراحل کدگذاری با استفاده از نرم‌افزار Nvivo تحلیل‌های لازم برای رسیدن به مدل پارادایمی انجام و سپس با به‌دست‌آمده آمدن آگاهی از نشانه‌های زنانگی به طراحی سؤالات پرسشنامه و پیمایش در سطح کلی منجر گردید.

ابزار تجزیه و تحلیل: تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS، Amos انجام گردید. از نرم‌افزار SPSS آمارهای توصیفی (درصد، توزیع فراوانی و...) و استنباطی متناسب با سطح سنجش داده‌ها (مقایسه میانگین، ضرایب همبستگی، تحلیل رگرسیون، تحلیل واریانس و...) استفاده گردید و از نرم‌افزار Amos در جهت آزمون فرضیه‌های ساختاری در بخش کمی استفاده گردید.

۸. روش تجزیه و تحلیل در بخش کیفی

در رویکرد کیفی برخلاف رویکرد اثباتی انسان‌کنشگری خلاق و معنا ساز است پس واقعیات به‌دست او ایجاد می‌شوند و پژوهشگر از طریق تعامل با موضوع و عاملان درگیر به بررسی اهداف خود می‌پردازد. در نظریه زمینه‌ای، تجزیه و تحلیل از سه نوع کدگذاری تشکیل شده است؛ کدگذاری باز (اولیه)، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی (گزینشی)؛ که حداقل میان انواع کدگذاری ساختگی و غیرواقعی است. هر کدام از آن‌ها الزاماً در مراحل جداگانه‌ای

صورت نمی‌گیرد. فرآیند کدگذاری در واقع به صورت رفت و برگشت میان انواع کدگذاری تا مرحله نهایی کار نیز ممکن است ادامه یابد (محمدپور، ۱۳۹۲). در روش نظریه‌ی زمینه‌محور، داده‌های گردآوری شده در سه مرحله کدگذاری می‌شوند. طی این سه مرحله و با کدگذاری داده‌ها، به تدریج از دل کدها مفاهیم، از دل مفاهیم، مقوله‌ها و از دل مقوله‌ها نظریه بیرون می‌آید (فیلیک، ۱۳۸۸). در فرایند تحلیل نظریه داده‌های مصاحبه‌ای و متنی کدبندی می‌شوند. کدبندی اطلاعات شامل سه مرحله است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی یا انتخابی. کدبندی باز در دو مرحله‌ی کدبندی اولیه و کدبندی ثانویه صورت می‌گیرد. کدبندی اولیه می‌تواند با کدگذاری سطر به سطر، عبارت به عبارت یا پاراگراف به پاراگراف داده‌ها انجام شود. به هر کدام از آن‌ها یک مفهوم یا کد الصاق می‌شود. در کدگذاری ثانویه با مقایسه مفاهیم، موارد مشابه و مشترک در قالب مقوله‌ای واحد قرار می‌گیرد؛ بنابراین انبوه داده‌ها (کدها-مفاهیم) به تعداد مشخص و محدودی از مقوله‌های عمده کاهش می‌یابد. سپس این مقوله‌ها در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و به هم ارتباط می‌یابند (محمدپور، ۱۳۹۲). بر این اساس، متن مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی وارد نرم‌افزار ان‌ویوو شد و کدگذاری و تحلیل اطلاعات در سه مرحله‌ی باز، محوری و گزینشی انجام شد.

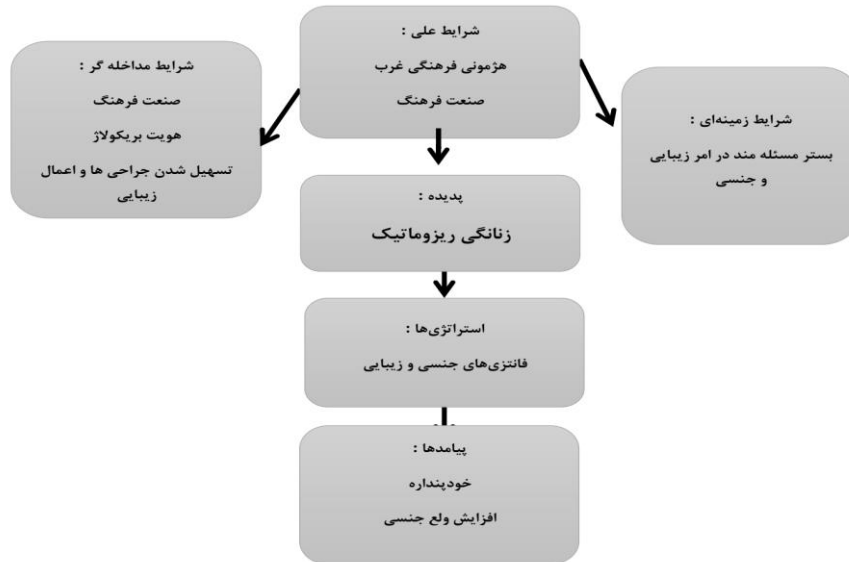
۹. مدل پارادایمی پژوهش

جدول ۱: مفاهیم متمرکز و مقولات محوری و گزینشی

| مفاهیم متمرکز | مقولات محوری | کد گزینشی |
|---------------------------------|--------------------------------------|------------------|
| غرب‌گرایی | هژمونی فرهنگی غرب | |
| مصرف‌گرایی | | |
| ایدئولوژی‌های جنسی | | |
| تولیدات شبکه‌های ماهواره‌ای | صنعت فرهنگ | |
| شبکه‌های اجتماعی | | |
| مشاهیر و ستارگان | | |
| زیبایی به مثابه‌ی عامل هویت‌بخش | هویت بریکولاژ | |
| سهولت در تکنولوژی‌های زیبایی | سهولت در تکنولوژی و جراحی‌های زیبایی | |
| فراوانی تکنولوژی‌های زیبایی | | |
| محوریت سکس | مسئله‌مندی بستر اجتماعی | |
| دگرگون‌شدن معیارهای زنانگی | | |
| ترس‌های زنان | | زنانگی ریزوماتیک |

| | | |
|--|--------------------------|-----------------------------|
| | | حمایت‌نشدن عاطفی و جنسی |
| | | سرکوب جنسی |
| | | جلوه‌گری |
| | | عقب‌نیفتادن از قافله زیبایی |
| | | مردان و زیبایی |
| | | تقاضای مردان |
| | | همراهی اطرافیان نزدیک |
| | | وضعیت طبقاتی |
| | فانتزی‌های زیبایی و جنسی | کنش‌های آرایشی و تتو |
| | | جراحی‌های زیبایی |
| | | کنش‌های بهداشتی (اپیلاسیون) |
| | | کنش‌های ورزشی و رقص |
| | خودپنداره | رضایت از خود |
| | | اعتمادبه‌نفس جنسی |
| | افزایش ولع جنسی | آبزه‌ی جنسی |
| | | خیانت و تنوع‌طلبی |
| | | اپیدمی جنسی |

چنانچه در کدگذاری گزینشی براساس مدل مرحله‌ی قبل، گزاره‌ها یا توضیحاتی ارائه داده می‌شود که طبقات مدل را به یکدیگر مرتبط می‌کنند یا داستانی را شکل می‌دهند که طبقات مدل را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. در حالت پیشرفته پژوهشگر کار را با ارائه‌ی ماتریس وضعی به پایان می‌برد (کرسول، ۱۳۹۱). بر این اساس پس از غوطه‌ورشدن در یافته‌های تحقیق و با در نظر گرفتن مفاهیم و مقولات محوری حاصل شده از مراحل کدگذاری به هسته‌ی مرکزی یعنی زنانگی ریزوماتیک دست یافته شد. (ارجاع به شماره مدل (۲)) در توضیح این مقوله‌ی مرکزی باید گفت که زنانگی چیزی نیست جز برساخت‌های اجتماعی که در بستر اجتماعی و فرهنگی شکل گرفته است.



شکل ۲: ارائه مدل پارادایمی تفسیر دلالت‌های زنانگی زنان شهر اصفهان

بخش روش کمی

در بخش کمی تحقیق حاضر از لحاظ روش، یک تحقیق پیمایشی به حساب می‌آید و واحد تحلیل در پژوهش حاضر نیز زنان داخل باشگاه‌ها، کلینیک‌های زیبایی و آرایشگاه‌ها می‌باشد. در روش کمی - پیمایشی با استفاده از پرسشنامه به بررسی مفهوم دلالت‌های زنانگی با روش اسنادی پرداخته می‌شود و در مرحله میدانی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از شیوه پیمایشی استفاده خواهد شد. در مرحله نخست مطالعات نظری انجام خواهد شد و سپس به بررسی سوابق گذشته در مورد موضوع تحقیق خواهیم پرداخت و پس از آن تأثیر دلالت‌های زنانگی در بازتولید بدن بررسی خواهد شد. تحقیق حاضر از لحاظ معیار زمان یک تحقیق مقطعی است، چرا که در یک زمان صورت گرفته و واقعیت را در یک برهه از زمان یعنی در سال ۱۳۹۶ بررسی می‌کند و با توجه به میزان ژرفایی درمیان تحقیقات پهنانگر قرار دارد، چرا که قصد دارد فهم از زنانگی را و به‌گونه‌ای نحوه‌ی تسلط گفتمان جنسی در روابط روزمره را در فضاهای عمومی زنان شهر اصفهان مورد بررسی قرار دهد؛ همچنین یک تحقیق در سطح جامعه‌شناسی خرد است و موضوع مورد بررسی را در بین زنان شهروند اصفهان مطالعه می‌کند. و در نهایت با توجه به این که به دنبال شناخت و کمک به حل یک مسئله اجتماعی است، در دسته تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد.

۱۰. یافته‌های پژوهش

آزمون فرضیه شماره ۱

- بین مصرف رسانه و بازتولید نشانه‌های زنانگی بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۲: آزمون همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| مصرف رسانه | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) | |
|------------|-----------------------------|---------------------|
| ۰/۳۴۵* | ۱ | ضریب همبستگی پیرسون |
| ۰/۰۰۰ | - | سطح معناداری دوطرفه |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد |

** Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed).

برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان مصرف رسانه و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید (جدول ۲)، با توجه به نتایج این آزمون (مقدار $r=0/345$ و سطح معناداری $=0/۰۰۰$)، می‌توان بیان نمود که بین این دو متغیر رابطه مستقیم و معنادار و البته با شدت ضریب متوسط، این ارتباط برقرار می‌باشد.

آزمون فرضیه شماره ۲

- بین مدگرایی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۳: آزمون همبستگی پیرسون بین مدگرایی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| مدگرایی | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) | |
|---------|-----------------------------|---------------------|
| ۰/۲۲۷* | ۱ | ضریب همبستگی پیرسون |
| ۰/۰۰۰ | - | سطح معناداری دوطرفه |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد |

** Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed).

برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان مدگرایی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید (جدول ۳)، با توجه به نتایج این آزمون (مقدار $r=0/227$ و سطح معناداری $=0/۰۰۰$)، می‌توان بیان نمود که بین این دو متغیر رابطه مستقیم و معنادار و البته با شدت ضریب متوسط، این ارتباط برقرار می‌باشد.

آزمون فرضیه شماره ۳

- بین خودپنداره و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۴: آزمون همبستگی پیرسون بین خودپنداره و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| هماهنگی | انعطاف | لیاقت | چربی بدن | عزت نفس | ظاهر بدن | خودپنداره | | |
|---------|--------|--------|----------|---------|----------|-----------|---------------------|-----------------------------|
| ۰/۰۵۳ | ۰/۰۸۴* | ۰/۱۲۴* | ۰/۰۰۹ | ۰/۰۸۶* | ۰/۱۱۳** | ۰/۰۹۱* | ضریب همبستگی پیرسون | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) |
| ۰/۱۶۸ | ۰/۰۳۱ | ۰/۰۰۱ | ۰/۸۱۶ | ۰/۰۲۶ | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۱۸ | سطح معناداری دوطرفه | |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد | |

*. Correlation is significant at the 0. 05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed).

برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان خودپنداره و ابعاد آن با بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید (جدول ۴)، با توجه به نتایج این آزمون و مقادیر ضریب همبستگی پیرسون و سطح معناداری می‌توان بیان نمود که بین دو متغیر خود پنداره و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه مستقیم و معنادار و البته با شدت ضریب پایین، برقرار می‌باشد؛ و از بین ابعاد خودپنداره، رابطه بین ظاهر بدن، عزت نفس، لیاقت و انعطاف با بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان تأیید شد که بیانگر وجود رابطه مستقیم و با شدت ضریب پایین می‌باشد و اما بین هماهنگی و چربی بدن با بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه‌ای برقرار نیست.

آزمون فرضیه شماره ۴

- بین آبژگی جنسی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۵: آزمون همبستگی پیرسون آبژگی جنسی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| شرم بدن | نظارت بدن | کنترل بدن | آبژگی جنسی | | |
|---------|-----------|-----------|------------|---------------------|-----------------------------|
| ۰/۰۸۴* | ۰/۰۶۸ | ۰/۰۶۵ | ۰/۰۹۴* | ضریب همبستگی پیرسون | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) |
| ۰/۰۳۰ | ۰/۰۸۱ | ۰/۰۹۵ | ۰/۰۱۵ | سطح معناداری دوطرفه | |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد | |

*. Correlation is significant at the 0. 05 level (2-tailed).

برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان آبژگی جنسی و ابعاد آن با بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید (جدول ۵)، با توجه به نتایج این آزمون و مقادیر ضریب همبستگی پیرسون و سطح معناداری می‌توان بیان نمود که بین

دو متغیر آبژگی جنسی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه مستقیم و معنادار و البته با شدت ضریب پایین، برقرار می‌باشد؛ و از بین ابعاد آبژگی جنسی، رابطه بین شرم بدن با بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان تأیید شد که بیانگر وجود رابطه مستقیم و با شدت ضریب پایین می‌باشد و اما بین کنترل بدن و نظارت بدن با بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه‌ای برقرار نیست.

آزمون فرضیه شماره ۵

- بین گرایش مذهبی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۶: آزمون همبستگی پیرسون بین گرایش مذهبی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| گرایش مذهبی | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) | |
|-------------|--------------------------------|---------------------|
| -۰/۴۱۶** | ۱ | ضریب همبستگی پیرسون |
| ۰/۰۰۰ | - | سطح معناداری دوطرفه |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد |

** . Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed).

برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان گرایش مذهبی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید (جدول ۶)، با توجه به نتایج این آزمون (مقدار $r = -0/416$ و سطح معناداری $= 0/000$)، می‌توان بیان نمود که بین این دو متغیر رابطه معکوس و معنادار و البته با شدت ضریب بالا، این ارتباط برقرار می‌باشد.

آزمون فرضیه شماره ۶

- بین هویت بریکولاژ و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد

جدول ۷: آزمون همبستگی پیرسون بین هویت بریکولاژ و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| هویت بریکولاژ | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) | |
|---------------|--------------------------------|---------------------|
| ۰/۰۸۱* | ۱ | ضریب همبستگی پیرسون |
| ۰/۰۳۶ | - | سطح معناداری دوطرفه |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد |

*. Correlation is significant at the 0. 05 level (2-tailed).

برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان هویت بریکولاژ و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید (جدول شماره ۷) توجه به نتایج این

آزمون (مقدار $r=0/081$ و سطح معناداری $=0/036$)، می‌توان بیان نمود که بین این دو متغیر رابطه مستقیم و معنادار و البته با شدت ضریب پایین، برقرار می‌باشد.

آزمون فرضیه شماره ۸

- بین میزان درآمد پاسخگویان و دلالت‌های زنانگی رابطه وجود دارد.

جدول ۸: آزمون همبستگی اسپیرمن بین درآمد و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان

| درآمد | بازتولید (نشانه‌های زنانگی) | |
|---------|-----------------------------|----------------------|
| ۰/۱۹۲** | ۱ | ضریب همبستگی اسپیرمن |
| ۰/۰۰۱ | - | سطح معناداری دوطرفه |
| ۶۶۷ | ۶۶۷ | تعداد |

** . Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed).

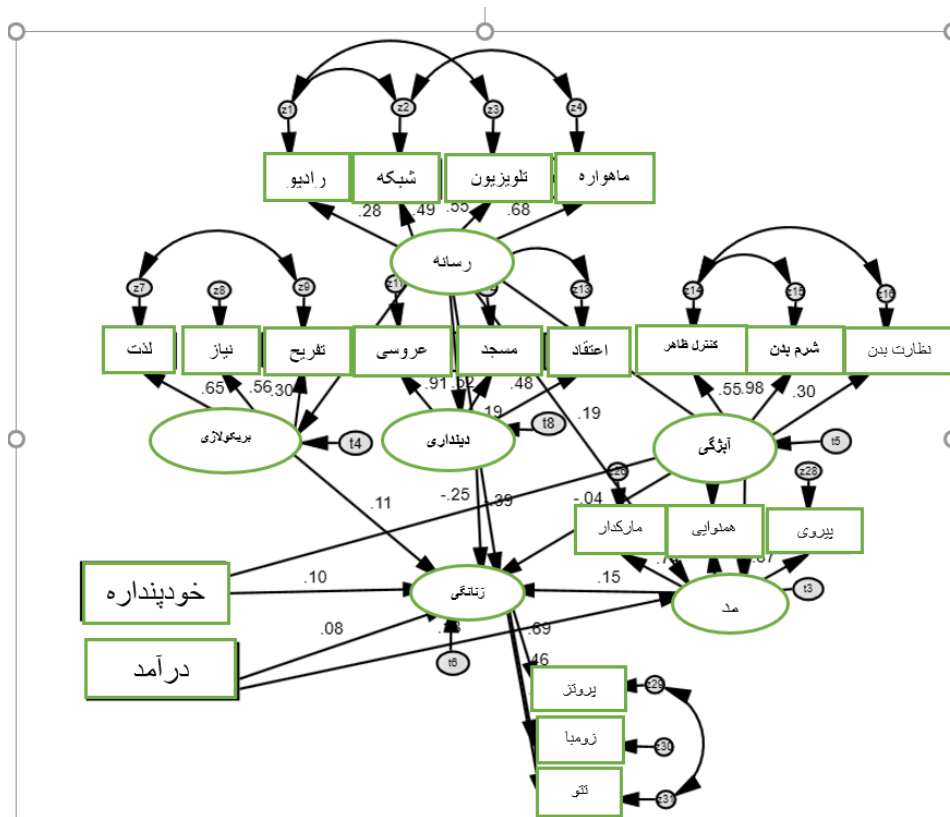
برای آزمون وجود رابطه بین متغیر میزان درآمد و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید (جدول ۸)، با توجه به نتایج این آزمون (مقدار $r=0/192$ و سطح معناداری $=0/001$)، می‌توان بیان نمود که بین این دو متغیر رابطه مستقیم و مثبت و البته با شدت ضریب پایین برقرار می‌باشد.

مدل تجربی تحقیق در قالب یک مدل معادله ساختاری

این قسمت از آزمون به اعتبار سازه‌ای (وسیله اندازه‌گیری) و آزمون نیکویی برازش ساختار موردنظر با استفاده از نرم‌افزار Amos با در اختیار داشتن داده‌های مربوط به متغیرهای برگرفته شده از فرضیه‌ها پرداخته می‌شود. نرم‌افزار Amos یک برنامه کامپیوتری بسیار پیچیده و انعطاف‌پذیر است که با آن می‌توان انواع مختلف روابط متغیرها را تحلیل و مطالعه کرد. به تعبیر خاص‌تر، با Amos می‌توان روابط موجود (۱) متغیرهای پنهان با آشکار (۲) متغیرهای پنهان با پنهان را مطالعه کرد. دسته اول تحت عنوان (مدل اندازه‌گیری) و دسته دوم تحت عنوان (مدل ساختاری) بررسی می‌شود. متغیرهای آشکار جلوه‌های مشاهده شده متغیرهای پنهان تلقی می‌شوند، به سخن دیگر متغیرهای آشکار که مشاهده شده‌اند به عنوان متغیرهای تجربی متغیرهای پنهان که مشاهده نشده‌اند فرض می‌شوند. برای آنکه متغیرهای آشکار از متغیرهای پنهان متمایز باشند، در بیان تصویری مدل‌ها متغیرهای آشکار با مستطیل با و مدل‌های پنهان با لوزی نشان داده شده است. پس از اجرای برنامه، مدل برازش شده فرضیه‌ها و روابط عنوان شده در تحقیق به شرح ذیل نمایان گردید.

جدول ۹: معیارهای برازش مدل و تفسیر برازش قابل قبول

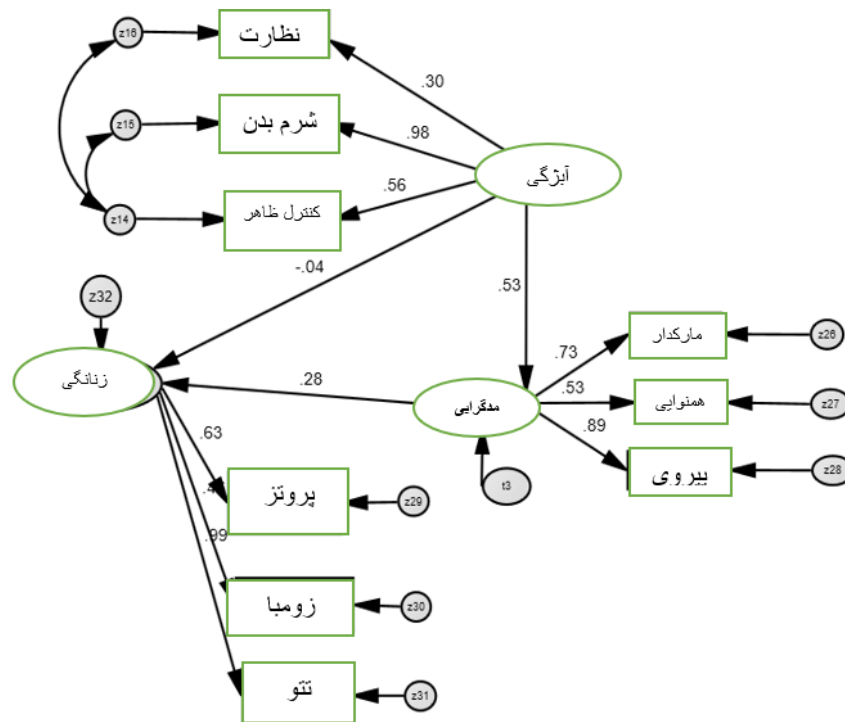
| حد پذیرش | میزان حاصل | تفسیر | سطح قابل قبول | معیار برازش مدل |
|-----------|------------|--|---|---|
| قابل قبول | ۴۵۴/۲۷ | کای اسکوئر به دست آمده با کای اسکوئر جدول برای یک درجه آزادی مشخص مقایسه می‌شود. | مقدار کای اسکوئر جدول | کای اسکوئر (CMIN) |
| قابل قبول | ۲/۶۷۸ | مقدار کمتر از ۱ نشان دهنده ضعف برازش و مقدار بیشتر از ۵ منعکس کننده نیاز به بهبود است. | از ۱ تا ۵ قابل پذیرش ولی بین ۲ تا ۳ خوب | کای اسکوئر نسبی (CMIN/DF) |
| قابل قبول | ۰/۹۴ | مقدار نزدیک به ۰/۹۵ منعکس کننده یک برازش مطلوب است. | (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل) | نیکیوی برازش (GFI) |
| برازش خوب | ۰/۰۵۰ | پایین تر از ۰/۰۸ قابل قبول و مقدار کمتر از ۰/۰۵ یک برازش خوب را نشان می‌دهد. | کوچک تر از ۰/۰۸ | ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) |
| قابل قبول | ۰/۹۳ | تلاش می‌کند تا نقطه ضعف شاخص بنتلر-بونت (NFI) در به حساب نیاوردن جریمه شاخص برای افزودن پارامتر را مرتفع کند | (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل) | توکر لوئیس (TLI) |
| قابل قبول | ۰/۹۴ | بر اساس مدل تدوین شده یا مفروض با مدل استقلال | (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل) | شاخص تطبیقی IFI |
| قابل قبول | ۰/۷۳ | از حاصل ضرب نسبت اقتصاد مدل در شاخص برازش هنجار شده حاصل می‌شود | بالاتر از ۰/۵۰ یا ۰/۶۰ | شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI) |
| قابل قبول | ۰/۷۶ | هرچه مدل به یک اشباع شده نزدیک تر باشد بیشتر جریمه می‌شود | بالاتر از ۰/۵۰ یا ۰/۶۰ | شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI) |



شکل ۳: ضرایب استاندارد (standard) مدل معادله ساختاری تحقیق

در شکل (۳) مدل به آزمون اعتبار سازه‌های نشانه‌های زنانگی و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه‌گیری همچنان که از مدل برمی‌آید بیشتر معرف-های متغیرهای مکنون به‌طور نسبتاً مناسب روی آن‌ها بار شده‌اند و البته متغیرهایی که بار گویه‌ی پایینی داشته‌اند از معادله خارج شده‌اند. بخش ساختاری مدل حاکی از آن است که متغیرهای گرایش مذهبی (-۰/۳۹) و مصرف رسانه (۰/۱۹) بیشترین مقدار واریانس نشانه‌های زنانگی را تبیین کرده‌اند. شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح‌شده با داده‌های مشاهده‌شده و اعتبار سازه‌ای وسیله‌ی اندازه‌گیری موردبحث را نشان می‌دهد. چنانچه کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آن‌ها است. از آنجاکه معیارهای $GFI=0/94$ ، $TLI=0/93$ و $IFI=0/94$ نزدیک به یک می‌باشند، حاکی از برازش نسبتاً زیاد مدل و معیار

RMSEA= ۰/۰۵۰، حاکی از عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در مدل است (البته از آنجاکه 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 نیست).



شکل ۴: مدل معادلات ساختاری اثر متغیر آیزگی جنسی بر نشانه‌های زنانگی زنان با میانجی‌گری متغیر مدگرایی

جدول ۱۰: برآورد شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

| | | برازش مقتصد | | | برازش تطبیقی | | برازش مطلق | شاخص |
|----|-------|----------------|------|------|-----------------|------|---------------|-------|
| DF | RMSEA | CMIN/DF | PCFI | CFI | TLI | GFI | CMIN | |
| ۲۲ | ۰/۰۶ | ۳/۴۰ | ۰/۵۹ | ۰/۹۹ | ۰/۹۵ | ۰/۹۷ | ۷۴/۸۸ | مقدار |

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با در نظر گرفتن دامنه مطلوب این شاخص‌ها نشان می‌دهد که داده‌های پژوهش، مدل مفروض تدوین شده را حمایت می‌کنند و در نتیجه برازش داده‌ها به مدل برقرار است و شاخص‌ها مطلوبیت مدل معادله ساختاری را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

مسئله این است که تحت چه شرایطی یک واقعیت اجتماعی نسبت به قبل متمایز شده و به واقعیت اجتماعی متفاوتی تبدیل می‌شود؟ در اینجا واقعیت اجتماعی مدنظر، زیبایی و زنانگی است. یعنی زیبایی که زمانی ذاتی بود تحت چه شرایطی به پدیده‌ای ساختگی تبدیل شده است؟ در پاسخ به این سؤال با استفاده از یافته‌ها و اطلاعات (مفاهیم و مقوله‌ها) استخراج‌شده‌ی پژوهش اخیر می‌توان گفت فرهنگ غرب و فرهنگ سرمایه‌داری با تجهیز خود به هژمونی فرهنگی سمت‌وسوی افکار و اذهان را به‌دست گرفته و دائماً در حال متقاعد کردن افراد به سوی ایدئال‌های ساختگی خود است؛ از این لحاظ که با رواج بدن‌های بی‌عیب و نقص و حتی زیبایی‌های جنسی شده دائماً افراد را به بهانه‌گیری از جسم و فیزیک خود و دیگران سوق می‌دهد.

نتایج بخش کیفی

برای این منظور ابتدا مصاحبه‌هایی عمیقی با مصاحبه‌کنندگان انجام گرفته است، بعد از به اشباع رسیدن نمونه‌گیری از مصاحبه‌شوندگان، مصاحبه‌ها با توجه به نگاه محوری نظریه زمینه‌ای با سه مرحله کدگذاری، تجزیه و تحلیل گردید. ابتدا مصاحبه‌ها به صورت لغت به لغت پیاده شده و چندین بار توسط محقق خوانده و بازخوانی شد تا درک عمیقی از آن حاصل شود. در مرحله بعد مصاحبه‌ها به صورت سطر به سطر و کدگذاری که دارای مراحل مختلفی است، انجام شده است. در مرحله اول برچسب‌گذاری یا کدگذاری مفهومی که زیرشاخه کدگذاری اولیه است، انجام شده است. که به هر یک از جملات کد اختصاص داده شد. بعد از الصاق مفهومی به کدگذاری‌های باز، هر کدام از این مفاهیم که ارتباط نزدیک‌تری با هم داشتند در یک دسته کلی‌تر قرار گرفت. در مرحله بعد نیز مقوله‌های مرتبط باز هم در یک دسته‌بندی کلی‌تر قرار گرفتند و عنوانی به هر یک اختصاص یافت به نحوی که بتواند همه خرده مقولات و مقولات عمده حاصل از کدگذاری اولیه را که در جداول با عنوان کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی نام برده شده، در برگیرد. حاصل استخراج یافته‌ها به طریق ذکرشده، مقوله اصلی و خرده مقولات بود. مقوله اصلی دلالت‌های زنانگی زنان می‌باشد، مقولات محوری به‌دست‌آمده در قالب: ۱- شرایط علمی در قالب مقوله محوری هژمونی فرهنگی غرب (مقوله هسته و محوری)؛ ۲- صنعت فرهنگ، هویت بریکولاژ و سهولت داشتن اعمال و جراحی‌های زیبایی سه مقوله محوری و تشکیل‌دهنده شرایط مداخله‌گر؛ ۳- مسئله-مندی بستر اجتماعی در امر زیبایی و جنسی به‌عنوان مهم‌ترین مقوله محوری بستر ساز

استخراج شد؛ ۴- در بحث از راهکارهایی که زنان در دلالت‌های زنانگی به کار می‌گیرند می‌توان از مقوله محوری فانتزی‌های جنسی سخن گفت. در واقع زنان از چهار دسته کنش‌ها استفاده کرده‌اند که عبارتند از چهار دسته مفاهیم متمرکز: کنش‌های آرایشی و تتو، جراحی‌های زیبایی، (کنش‌های بهداشتی) اپیلاسیون و کنش‌های ورزشی و رقص؛ پیامدهای دلالت‌های زنانگی در دو مقوله محوری خودپنداره و افزایش عطش جنسی دنبال بیان شد که در نهایت زنانگی ریزوماتیک به‌عنوان هسته مرکزی به‌دست آمد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنانگی برساخته‌ای اجتماعی است، زیرا روایت واحد و ثابتی از آن وجود ندارد و زنان متناسب با فرایند جامعه‌پذیری خویش در زمان‌ها و مکان‌های مختلف تعابیر متعددی از آن ارائه می‌دهند. به‌عبارت‌دیگر زنانگی دالی است که مدلول‌های متفاوتی دارد.

نتایج بخش کمی

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که زنان متناسب با فرآیند جامعه‌پذیری خویش در موقعیت‌های گوناگون نشانه‌های متنوعی از زنانگی خود ارائه می‌دهند. به تعبیر دیگر بر اساس نظریه دلوز زنانگی دالیست که مدلول‌های متفاوتی دارد. نشانه‌هایی که با توجه به پرسشنامه‌ها با تکیه بر گسترش شبکه‌های روابط اجتماعی، هویت بریکولاژ، خودپنداره، مدگرایی، گرایش مذهبی متوسط تا ضعیف، آبژگی جنسی همراه با جامعه‌پذیری زنان، افزایش تحصیلات، اشتغال زنان و گسترش جنبش فمینیستی همراه با عاملیت زنان، تغییر در قدرت خانواده (کاهش قدرت مردان) با مدلول‌های متفاوتی به میدان می‌آید و الگوهای سنتی خانواده ایرانی را به چالش می‌کشد. چنانچه در این راستا جامعه‌شناسی فمینیستی نیز نشان می‌دهد که زنان به گونه‌ای جامعه‌پذیر می‌شوند که خود را از چشم مردها ببینند. آن‌ها فرامی‌گیرند که به‌عنوان ابژه دیده میشوند و توسط ظاهر مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. یافته‌های این تحقیق نیز گویای آنست که زنان جامعه ما به گونه‌ای جامعه‌پذیر میشوند که فرامی‌گیرند بدن‌هایشان باید به‌عنوان ابزاری برای جذب دیگران استفاده شود.

و در پایان لازم به ذکر است بازتولید این نشانه‌ها و گفتمان‌های جنسی که نتیجه تأثیرپذیری از تبلیغات رسانه‌هاست، همراه با موج مدگرایی و ترویج آبژگی جنسی در جامعه همراه با روند نیاز به پذیرش اجتماعی شکلی ناهمگون با فرهنگ متعارف جامعه پیدا کرده است. چنانچه این موج می‌تواند زنگ خطر جدی افزایش تنوع‌طلبی آقایان، خیانت زناشویی،

خشونت خانگی، سردی روابط زناشویی و ... را برای کانون گرم خانواده و سلامت جامعه به صدا درآورد.

از حیث نظری در این پژوهش تلاش شد با استفاده از نظریه‌پردازان در زمینه مطالعات فرهنگی، زمینه تئوریک منسجمی برای تبیین بازتولید نشانه‌های زنانگی فراهم آید. چنانچه مدل مفهومی نیز مبتنی بر این نظریه‌ها تدوین گردید.

از حیث روش‌شناختی، این پژوهش به دنبال این بود تا با پرهیز از به‌کارگیری روش‌های کیفی یا کمی صرف، با استفاده از روش تحقیق تلفیقی تلاش کند به درک عمیق‌تری از وضعیت بازتولید نشانه‌های زنانگی دست یابد.

به لحاظ عملی نیز، امید است که نتایج این پژوهش که منعکس‌کننده‌ی نظرات و نگرش زنان اصفهانی است، مورداستفاده نهادهای مرتبط با خانواده و مطالعات زنان قرار گیرد، تا عوامل اجرایی بتوانند در زمینه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اقدامات مؤثری انجام دهند.

تبیین فرضیات تحقیق

(۱) بین سن و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد.

سطح معناداری (۰/۵۸۷) آزمون فرضیه رابطه بین سن و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان بیانگر عدم تأیید فرضیه می‌باشد؛ به عبارتی بین سن و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه‌ای برقرار نیست.

(۲) بین میزان تحصیلات و بازتولید بدن زنان رابطه وجود دارد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه رابطه بین متغیر میزان تحصیلات و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان بیانگر آن بود که در فاصله اطمینان ۹۹ درصد (مقدار $t=0/127$ و سطح معناداری $=0/001$) می‌باشد که با توجه به اطلاعات فوق می‌توان گفت که بین این دو متغیر رابطه مستقیم و مثبت و البته با شدت ضریب پایین برقرار می‌باشد. براساس نتیجه به‌دست‌آمده می‌توان گفت زنان تحصیل‌کرده به‌طور معناداری بدن خود را بیشتر مورد ارزیابی و نظارت قرار می‌دهند و درباره چگونگی نمود بیرونی بدن‌شان و بازتولید نشانه‌های زنانگی حساسیت بیشتری دارند.

(۳) بین میزان درآمد پاسخگویان و دلالت‌های زنانگی رابطه وجود دارد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه رابطه بین متغیر میزان درآمد و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان بیانگر آن بود که در فاصله اطمینان ۹۹ درصد (مقدار $t=0/192$ و سطح معناداری $=0/001$) می‌باشد که با توجه به اطلاعات فوق می‌توان گفت که بین این دو متغیر رابطه مستقیم و مثبت و البته با شدت ضریب پایین برقرار می‌باشد. براساس نتیجه

به دست آمده می‌توان گفت، از آنجاکه انجام اعمال زیبایی مستلزم داشتن شرایط مالی مناسب می‌باشد بدیهی است هرچه درآمد زنان بیشتر باشد بیشتر مایل‌اند دست به چنین اعمالی بزنند.

۴) بین محل سکونت و بازتولید نشانه‌های زنانگی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه تفاوت میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب منطقه محل سکونت بیانگر این (مقدار $F=3/194$ و سطح معناداری $=0/000$) است که واریانس درون-گروهی و بین گروهی میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب منطقه محل سکونت متفاوت است؛ با مقایسه میانگین‌ها در بین گروه‌ها این تفاوت را در بین مناطق محل سکونت مشاهده می‌کنیم؛ به عبارتی بازتولید نشانه‌های زنانگی زنان منطقه ۳ بیشتر از بازتولید نشانه‌های زنانگی مناطق (۲، ۴، ۷، ۸، ۹، ۱۲) می‌باشد؛ منطقه ۵ و ۱۰ بیشتر از مناطق (۸ و ۱۲)؛ منطقه ۶ بیشتر از مناطق (۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۵) و منطقه ۱۴ بیشتر از مناطق (۱، ۲، ۴، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۵) بوده است. به عبارتی فرضیه مبنی بر وجود تفاوت بازتولید نشانه‌های زنانگی در بین مناطق محل سکونت زنان معنادار بوده است که سطح معناداری مؤید همین نکته است.

۵) بین وضعیت تأهل و بازتولید نشانه‌های زنانگی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه بیانگر عدم تفاوت میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب وضعیت تأهل می‌باشد. با توجه به (مقدار $F=0/543$ و سطح معناداری $=0/744$) می‌توان نتیجه گرفت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب وضعیت تأهل متفاوت نیست؛ به عبارتی فرضیه مبنی بر تفاوت بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب وضعیت تأهل در بین زنان شهر اصفهان تأیید نمی‌شود.

۶) بین وضعیت اشتغال و بازتولید نشانه‌های زنانگی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه بیانگر تفاوت میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب وضعیت اشتغال می‌باشد. با توجه به (مقدار $F=3/448$ و سطح معناداری $=0/032$) می‌توان نتیجه گرفت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب وضعیت اشتغال متفاوت است؛ به عبارتی بازتولید نشانه‌های زنانگی در بین زنان شاغل بیشتر از زنانی است که در دسته‌بندی غیرشاغل قرار گرفته‌اند؛ لذا فرضیه مبنی بر تفاوت بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب وضعیت اشتغال در بین زنان شهر اصفهان تأیید می‌شود. می‌توان نتیجه گرفت که زنان شاغل که بیرون از منزل مشغول به کار هستند، بیشتر فضای جنسی حاکم بر روابط بین شخصی را ادراک می‌کنند و همچنین تحت تأثیر نمایش رفتارهای خاص

از طرف همکاران و دوستانشان و ارزیابی از طرف جنس مخالف، گرایش به نشانه‌های زنانگی و بازتولید بدن در آن‌ها بیشتر است.

۷) بین نوع شغل و بازتولید نشانه‌های زنانگی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه بیانگر تفاوت میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب نوع شغل نمی‌باشد. با توجه به (مقدار $F=1/479$ و سطح معناداری $=0/162$) می‌توان نتیجه گرفت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب نوع شغل متفاوت نیست؛ به عبارتی فرضیه مبنی بر تفاوت بازتولید نشانه‌های زنانگی برحسب نوع شغل در بین زنان شهر اصفهان تأیید نمی‌شود.

۸) بین مصرف رسانه و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد. به‌منظور بررسی این فرضیه با توجه به چارچوب نظری ذکر شده در فصل دوم پژوهش، بین بازتولید بدن که برگرفته از نظریات کلارک /چانی /نک ریکی و کوریگان؛ بدن یک ابژه زیبایی‌شناختی از معنای اجتماعی پیچیده است که لباس بر آن پوشانده می‌شود، نقاشی می‌شود، اصلاح می‌شود، عریان می‌شود، سوراخ می‌شود و خالکوبی می‌شود؛ بدن یک ابژه‌ی سیاسی است که آموزش داده شده و نظم‌پذیر می‌شود، شکنجه شده و یا ناقص می‌شود و یا زندانی می‌شود؛ بدن یک ابژه اقتصادی است که پرورش داده شده، از آن بهره‌برداری و بازتولید می‌شود و بالاخره بدن یک ابژه‌ی جنسی است که اغوا می‌کند و اغوا می‌شود. مصرف رسانه برگرفته از نظریات رایزمن؛ رهبری رسانه‌ها، این رسانه‌ها مدام برای ما "استانداردسازی" می‌کنند که یکی از آن‌ها هم "بدن استاندارد" است. براساس نظر زونن؛ رسانه‌ها وسیله‌ی آبرگی جنسی زنان هستند و زن را به‌عنوان منظره‌ای برای لذت بصری معرفی می‌کنند و یک هژمونی فرهنگی از طریق دگرگون کردن جامعه‌ی مصرفی و رسانه‌ای به «جامعه‌ی نمایش» به دست می‌آید. به‌نوعی در این جامعه اشخاص جهانی را که توسط دیگران و نه توسط خودشان، ساخته شده است، مصرف می‌کنند. با توجه به این مباحث این فرضیه مطرح می‌شود که هرچه میزان استفاده از رسانه بیشتر باشد، گرایش بیشتری به بازتولید نشانه‌های زنانگی وجود دارد و بالعکس. چنانچه نتیجه حاصل از آزمون همبستگی پیرسون بین این دو متغیر حاکی از عدم ارتباط معنادار بین این دو متغیر می‌باشد بعد از آزمون فرضیه فوق به این نتیجه دست یافته شد که در فاصله اطمینان ۹۹ درصد، مقدار ضریب همبستگی و سطح معناداری (مقدار $r= 0/345$ و سطح معناداری $=0/000$)، وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر را با شدت ضریب متوسط، تأیید نموده است؛ به عبارتی مصرف رسانه بر بازتولید نشانه‌های زنانگی با در نظر گرفتن رابطه مستقیم، تأثیرگذار می‌باشد.

۹) بین مدگرایی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد. مدگرایی برگرفته از نظریات زیمل/لیپووتسکی است؛ در جوامع توده‌ای امروز مد، زبان و نمایش ظاهری هویت محسوب می‌شود، مخصوصاً در شهرها که به عقیده زیمل، با سلطه حس بصری بر سایر حواس، مشخص می‌گردد. مد هم بر تمایز و فردگرایی هم بر هم‌رنگی تکیه دارد. چنانچه بعد از آزمون فرضیه فوق به این نتیجه دست یازیده شد که در فاصله اطمینان ۹۹ درصد، مقدار ضریب همبستگی و سطح معناداری (مقدار $r=0/227$ و سطح معناداری $=0/000$) وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر را با شدت ضریب متوسط، تأیید نموده است؛ به عبارتی مدگرایی بر بازتولید نشانه‌های زنانگی با در نظر گرفتن رابطه مستقیم، تأثیرگذار می‌باشد. میل به تمایز از یک طرف و فشار اجتماعی برای هم‌رنگی، تأیید و نیاز به پذیرش در گروه از طرف دیگر زنان را به سمت مدگرایی تحت تأثیر آبرگی جنسی و در نتیجه بازتولید نشانه‌های زنانگی می‌کشاند.

۱۰) بین خودپنداره و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد. خودپنداره برگرفته از نظریات مید، کولی و راجرز است. مصرف کالاها برای حفظ ارتباط و انسجام، جذب حمایت دیگران، و ابراز مهربانی کردن لازم‌اند و این امر درباره فقیر و غنی صدق می‌کند. مصرف کالاها نقشی مستمر در راه بقا و برقرار ساختن خطوط ارتباط دارند. بعد از آزمون فرضیه فوق به این نتیجه دست یازیده شد که در فاصله اطمینان ۹۵ درصد، مقدار ضریب همبستگی و سطح معناداری (مقدار $r=0/091$ و سطح معناداری $=0/018$) وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر را با شدت ضریب ضعیف، تأیید نموده است؛ به عبارتی خودپنداره بر بازتولید نشانه‌های زنانگی با در نظر گرفتن رابطه مستقیم، تأثیرگذار می‌باشد. خودپنداره دارای دو بعد منفی و مثبت است. از نظر راجرز خود دارای دو مفهوم خود واقعی و خود ایده‌آل است وقتی بین خود واقعی یعنی آنچه هست و خود ایده‌آل یعنی آنچه می‌خواهد به آن دست یابد، فاصله ایجاد شود خودپنداره منفی شکل می‌گیرد که این خود می‌تواند زمینه شکل‌گیری خودشیفتگی ناسازگارانه را در پی داشته باشد. در این راستا چنانچه قبلاً هم اشاره شد، بارتکی در مقاله «خودشیفتگی، زنانگی و بیگانگی» تلاش می‌کند بین مفهوم بیگانگی مارکس و شیء‌انگاری جنسی زنان پیوندی برقرار کند. از یک طرف او تنها بدن است و بندرت اجازه داده می‌شود چیز دیگری باشد و از سوی دیگر وی همواره در یک فاصله دائمی با خود فیزیکی‌اش زندگی می‌کند. تمام تصاویر زیبای زنان تصویر چیزی هستند که زنان نیستند و همه در این نکته مشترکند، در واقع این مفهوم بیگانگی جنسی است. بر این اساس در ادامه راه خود زن می‌تواند یک شیء جنسی برای خود باشد، با نگاه

کردن به خود از دیدگاه یک مرد. او ابزارهای رضایت شهوانی را در چهره فیزیکی خود قرار می‌دهد و بدن خود را به‌عنوان یک ابزار زیبا به خود ارائه می‌کند. در این فرآیند زن، خود، از چشم مرد به خود نگاه می‌کند و از خود لذت می‌برد که این فرآیند را بارتکی نوعی خودشیفتگی زنانه می‌داند. بدیهی است این «خودشیفتگی زنانه» می‌تواند زنان را به سمت جلوه‌گری و ظاهرآرایی، برهنگی، گرایش‌های خرده فرهنگی با استفاده از نشانه‌های زنانگی مانند، تتو، پرسینگ، زومبا، انواع پروتز برای بزرگ کردن اندام جنسی و ... سوق دهد.

(۱۱) بین آبرژگی جنسی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان با میانجی‌گری مدگرایی رابطه وجود دارد.

آبرژگی جنسی برگرفته از نظریات فمینیستی است. این گروه از نظریه‌پردازان معتقدند اسطوره زیبایی زن اساساً نوعی ایدئولوژی مردسالار است که به کالا شدن زن منجر می‌شود. آن‌ها استدلال می‌کنند که نیاز به آرایش و زیبایی را زمانه به ما تحمیل کرده است. از دید این دسته متفکرین آرایش و نیاز به زیبا به نظر رسیدن نمود زندگی ناسالم سرمایه‌داری است. آن‌ها در تحلیل‌های خود به این نتیجه می‌رسند که سرمایه‌داری با توسل به تولید احساس نیاز و مدگرایی، شرایط تولید انبوه را برای خود دست‌وپا می‌کند. بعد از آزمون فرضیه فوق به این نتیجه دست یازیده شد که در فاصله اطمینان ۹۵ درصد، مقدار ضریب همبستگی و سطح معناداری (مقدار $r=0/094$ و سطح معناداری $=0/015$) وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر را با شدت ضریب ضعیف، تأیید نموده است؛ به عبارتی آبرژگی جنسی بر بازتولید نشانه‌های زنانگی با در نظر گرفتن رابطه مستقیم، تأثیرگذار می‌باشد.

(۱۲) بین گرایش مذهبی و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد. براساس گرایش مذهبی برگرفته از نظریات فرانکل، دین تکاپوی بشر برای یافتن معنایی غایی یا نهایی در زندگی است. رفتن به سمت دین برخاسته از درون فرد است و او به‌سوی انتخاب دین حرکت می‌کند نه اینکه چیزی او را به این امر واداشته باشد. چنانچه نمره گرایش مذهبی متوسط رو به پایین به‌دست آمد، می‌توان یک نوع خلأ معنا و احساس پوچی را در بین زنان مشاهده نمود. بعد از آزمون فرضیه فوق به این نتیجه دست یازیده شد که در فاصله اطمینان ۹۵ درصد، مقدار ضریب همبستگی و سطح معناداری (مقدار $r=0/416$ و سطح معناداری $=0/000$) وجود رابطه معکوس بین دو متغیر را با شدت ضریب متوسط، تأیید نموده است؛ به عبارتی گرایش مذهبی بر بازتولید نشانه‌های زنانگی با در نظر گرفتن رابطه معکوس، تأثیرگذار می‌باشد.

(۱۳) بین هویت بریکولاژ و بازتولید (نشانه‌های زنانگی) بدن زنان رابطه وجود دارد.

هویت بریکولاژ برگرفته از نظریات هبداچ /لال/رایمر/هانرز/ بارکر، است. افراد برای تثبیت هویت در زندگی خودشان یا جذب توجه دیگران و... سراغ فعالیت‌های خرده فرهنگی می‌روند. در ایران رفتارهای خرده فرهنگی، محلی برای چانه‌زنی بر سر هویت شخصی و اجتماعی است. بعد از آزمون فرضیه فوق به این نتیجه دست یازیده شد که در فاصله اطمینان ۹۵ درصد، مقدار ضریب همبستگی و سطح معناداری (مقدار $r=0/081$ و سطح معناداری $=0/۰۳۶$) وجود رابطه مستقیم بین دو متغیر را با شدت ضریب ضعیف، تأیید نموده است؛ به عبارتی هویت بریکولاژ بر بازتولید نشانه‌های زنانگی با در نظر گرفتن رابطه مستقیم، تأثیرگذار می‌باشد. چنانچه مفهوم بریکولاژ از بین بردن اشیاء، از محل سنتی موجود و تخصیص معانی جدید به جای معانی قدیمی است، می‌تواند محلی برای چانه‌زنی بر سر هویت شخصی و اجتماعی به وسیله بازتولید نشانه‌های زنانگی باشد.

نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری در بخش فرضیه‌های ساختاری، حاکی از آن است که متغیرهای گرایش مذهبی ($0/۳۹$) و مصرف رسانه ($0/۱۹$) بیشترین مقدار واریانس نشانه‌های زنانگی را تبیین کرده‌اند. کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل مقادیر بالاتر از $0/۹۰$ را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آن‌ها است. از آنجا که معیارهای $GFI=0/۹۴$ ، $TLI=0/۹۳$ و $IFI=0/۹۴$ نزدیک به یک می‌باشند، حاکی از برازش نسبتاً زیاد مدل و معیار $RMSEA=0/۰۵۰$ ، حاکی از عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در مدل است.

در مجموع با استفاده از یافته‌ها و اطلاعات (مفاهیم و مقوله‌ها) استخراج شده پژوهش اخیر می‌توان گفت فرهنگ غرب و فرهنگ سرمایه‌داری با تجهیز خود به هژمونی فرهنگی سمت‌وسوی افکار و اذهان را به دست گرفته و دائماً در حال متقاعد کردن افراد به‌سوی ایدئال‌های ساختگی خود است، از این لحاظ که با رواج بدن‌های بی‌عیب و نقص و حتی زیبایی‌های جنسی شده دائماً افراد را به بهانه‌گیری از جسم و فیزیک خود و دیگران سوق می‌دهند.

منابع

- امین شکروی، فرخنده؛ حیدرنیا، علیرضا؛ اسلامی، محمد؛ حیدرزاده، آبتین و مطلق، محمداسماعیل. (۱۳۸۹). «طراحی و تعیین روایی و پایایی پرسش‌نامه تأثیر مدل اعتقاد بهداشتی در استفاده‌کنندگان از دو روش تنظیم خانواده قرص و کاندوم»، *مجله پزشکی ارومیه*، سال بیست و یکم شماره ۵، ۳۸۲-۳۹۰.
- پیشگاهی فرد، زهرا و قدسی، امیر. (۱۳۸۹). «نظریه‌های فرهنگی فمینیسم و دلالت‌های آن بر جامعه‌ی ایران»، *نشریه پژوهش زنان*، ۱(۳)، ۱۰۹-۱۳۲.
- جلالوند، انسیه و توسلی، افسانه. (۱۳۹۴). *تأملی بر نقش جنسیت در سبک مدیریت بدن زنان و مردان*، سومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، تهران: موسسه اطلاع‌رسانی نارکیش.
- مطالعه کیفی دلالت‌های معنایی مدیریت بدن (جراحی زیبایی) در میان زنان سنندج، خزایی، سارا؛ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه کردستان - پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی. استاد راهنما: قادرزاده، امید و خالق‌پناه، کمال. (۱۳۹۲).
- دلوز، ژیل. (۱۳۸۸). *ژیل دلوز از فلسفه می‌گوید* (مصاحبه با ژانت کلومبل)، ماهنامه کتاب مه فلسفه، ترجمه ارشیا تهرانی، خانه کتاب، شماره ۲۰، ص ۳.
- رفعت‌جاه، مریم و رهبری، لادن. (۱۳۹۳). «گونه‌شناسی اکتشافی برداشت از مفهوم زنانگی»، *مطالعات انتشارات تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۳، شماره ۲، ۳۳۴-۳۱۱.
- سجادی، سید مهدی؛ ایمانزاده، علی. (۱۳۸۶). «چالش‌های اساسی تربیت دینی در فضای ریزوماتیک»، *علوم تربیتی*، شماره ۸۲، ۱-۲۰.
- شهابی، محمود. (۱۳۸۹). *صنعت - فرهنگ ظاهرآرایی و زیباسازی بدن در ایران*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- شهابی، محمود. (۱۳۹۲). «جهانی‌شدن جوانی، خرده فرهنگ‌های جوانان در عصر جهانی‌شدن»، *فصلنامه مطالعات جوانان (سازمان ملی جوانان)*، شماره ۵، ۲-۲۲.
- قادرزاده، امید؛ خالق‌پناه، کمال؛ خزایی، سارا. (۱۳۹۳). «تحلیل تجربه‌های زنان از جراحی زیبایی (مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی)»، *نشریه زن در توسعه و سیاست*، دوره ۱۲، شماره ۱، ۱-۲۰.
- کاستلز، مانوئل (ج). (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات*، تهران: طرح نو.
- کرسول، جان دبلیو. (۱۳۹۶). *طرح پژوهش رویکردهای کمی، کیفی و ترکیبی*. (ترجمه علیرضاکیامانش و مریم دانای طوس). تهران: انتشارات جهاددانشگاهی واحد علامه طباطبائی.
- ممینی، ایمان. (۱۳۸۶). «زنانگی و مردانگی، بر ساخته‌های فرهنگی»، *روزنامه سرمایه*، شماره ۵۲۶، صفحه ۱۲ (اقتصاد زنان).
- منادی، مرتضی؛ فرشی صبح خیز، فاطمه. (۱۳۸۹). بررسی نقش هویت مادران در شکل‌گیری هویت جنسیتی دختران نوجوان شهر تهران، *پژوهشنامه علوم اجتماعی*، ۴(۴)، ۷-۳۲.

ناعمی، علیمحمد. (۱۳۹۵). رابطه‌ی خودشیء‌انگاری با تابآوری و خوددلسوزی دانشجویان دختر (مطالعه‌ی موردی: دانشگاه آزاد اسلامی سبزوار)، مجله زن در توسعه و سیاست، دوره چهاردهم - شماره ۱، ۱۲۵-۱۳۹.

یعقوبی، علی و مقدس یزدی، هانیه. (۱۳۹۵). «دختران دانشجو و سنخ‌شناسی زنانگی»، فصلنامه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۱۴، شماره ۴، ۵۱۳-۵۳۳.

الیوت، آنتونی. (۲۰۱۱). «بدن‌های پلاستیکی، تأثیر فرهنگ شهرت بر افزایش جراحی‌های زیبایی»، فرهنگ و اجتماع، شماره ۱۰۸.

Deleuze, G. and Félix, G. (1980). *A Thousand Plateaus*. Trans. Brian Massumi. London and New York:

Haywood, C. & Macan Ghail, M. (2003). *Men and Masculinities: Theory, Research and Social Practice* 1st Edition open university press.

Turner, B. S. (2008). *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. London: Sage.