

دختران جوان و ارزشهای زنانگی (پژوهشی در میان دانش آموزان دوره متوسطه شهر تهران)

معصومه قاراخانی *

چکیده

سازگرای به عنوان مکتبی انتقادی با به چالش کشیدن دیدگاه ذات‌گرایی بر آن است که هویت جنسیتی، برساخته‌ای اجتماعی است. از این دیدگاه «زنانگی» فراتر از ویژگیهای ذات‌گرایانه و متفاوت از «زنی» و «مادینگی» است. این پژوهش ضمن توجه به تنوع هویت‌های جنسیتی در میان زنان (در اینجا دختران) الزامات این تنوع در نگرش به ارزشها و کلیشه‌ها، اهمیت مفهوم جنسیت و کاربرد آن در مطالعات زنان و دختران را یادآوری کرده و بر مفهوم «زنانگیها» به مثابه مفهومی کلیدی در مطالعات جنسیت و مطالعات زنان توجه می‌نماید. در این پژوهش با انجام پیمایش و استفاده از نمونه‌ای معرف دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه شهر تهران، هویت جنسیتی دختران و نیز نگرش آنان به ارزشهای زنانه و رابطه آن با پایگاه اجتماعی - اقتصادی را مورد مطالعه قرار داده‌ایم. نتایج این پژوهش ضمن اذعان به وجود تنوعی از هویت‌های زنانه در میان دخترهای دانش‌آموز شهر تهران، برخی اختلافات را در زمینه نگرش به ارزشهای زنانه نشان می‌دهد. بر این اساس دختران متعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر پای‌بندی کمتری به ارزشهای زنانه دارند، در حالی که پای‌بندی دختران متعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر به ارزشهای زنانه بیشتر است. یافته دیگر این پژوهش حاکی از آن است که رابطه معناداری بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت جنسیتی دختران وجود ندارد و در هر دو پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر و پایین‌تر توزیع مشابهی از هویت‌های جنسیتی چهارگانه (زنانه، مردانه، دوجنسیتی و نامتمایز) وجود دارد.

واژگان کلیدی: جنس، جنسیت، هویت جنسیتی، کلیشه‌های جنسیتی، زنانگی، ارزشهای زنانه، مطالعات زنان، مطالعات دختران.

مقدمه

تمایزگذاری میان دو مفهوم جنس و جنسیت، به ویژه با ظهور موج دوم جنبش فمینیستی، اندیشه‌ورزی مبتنی بر دو رویکرد ذات‌گرایی و سازه‌گرایی را پیش کشید و عرصه را برای ارائه مباحث نظری در سه سطح زیستی، روان‌شناختی و اجتماعی - فرهنگی درباره جنس (مادینه/ نرینه) و جنسیت (زنانگی/ مردانگی) باز نمود. این رویکردهای متفاوت و بعضاً متناقض که پیرامون هویت جنسیتی وجود دارند، زمینه را برای پژوهش‌های مختلف درباره این موضوع و به ویژه مفهوم زنانگی فراهم کرده است.

واقفیم که «واقعیت‌های اجتماعی نیاز به علمی جامعه‌شناختی دارند تا درک شوند» (همیلتون، ۱۳۸۰: ۱۸۰) و زنانگی نیز به مثابه واقعیتی اجتماعی از این امر مستثنی نیست. مطالعه زنانگی به عنوان امر اجتماعی سبب توجه به اشکال خاص دانش درباره زنان می‌شود. در واقع عینیت‌بخشی به تجربه‌های زنانه در پرتو مطالعه زنانگی برای فهم بهتر مناسبات اجتماعی - روابط بین گروهی مردان و زنان، روابط درون گروهی در میان زنان و انواع زنانگی ضرورت می‌یابد. علاوه بر این، اهمیت این موضوع را نباید تنها در فهم تفاوت‌های میان زنان و مردان دانست، بلکه شناخت موقعیت زنان در سطوح اجتماعی و نقش آنها نیز حائز اهمیت است. از این رو، پژوهش درباره زنان و به زعم فریدمن (۱۳۸۱) در وضعیت «درهم ریختگی جنسیتی» به عنوان یک موضوع قابل مطالعه در عرصه مطالعات اجتماعی در قالب موضوع زنانگی یا دقیق‌تر «زنانگیها»، دانش ما را به سطح عالی‌تری درباره زنان ارتقاء خواهد داد.

البته هدف از این پژوهش تدوین یک دیدگاه کامل در زمینه مطالعه زنانگی نیست؛ بلکه صرف‌نظر از علایق شخصی، توجه به «مطالعات دختران»^۱ به عنوان یکی از شاخه‌های حوزه مطالعات جنسیت است، زیرا چنین استنباط می‌شود که درباره هویت جنسیتی دختران مطالعات کمتری صورت گرفته است. لذا حوزه نوپای «مطالعات دختران» به صورت تجربی ذیل عنوان زنانگی تا حدودی مغفول مانده است. این مقاله ضمن توجه به نگرشها، نقشها و تمایلات نقشی و ارزشی دختران، زنانگی را در میان آنها مورد توجه قرار می‌دهد.

در سطح نظری، این پژوهش به مسئله زنانگی و ارائه بعضی دیدگاه‌های مرتبط با آن می‌پردازد و در سطح تجربی با اجرای مقیاس استاندارد BSRI^۲ و فراهم آوردن گونه‌ای سنخ‌شناسی از هویت جنسیتی دختران مقطع متوسطه شهر تهران به دنبال آن است تا دریابد نگرش دختران جوان به ارزشهای زنانه با توجه به این سنخ‌شناسی چیست؟ و اینکه آیا اختلاف در پایگاه اجتماعی - اقتصادی، تفاوت در

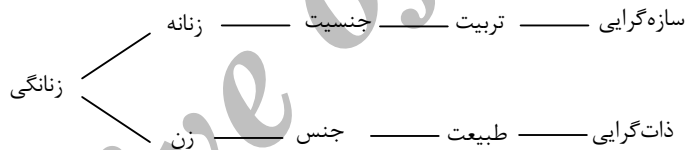
1. girls studies

2. Bem Sex Role Inventory

هویتهای جنسیتی را به همراه دارد؟ لذا در جهت تدقیق کار پژوهش و حصول به مقصود، برشی نسلی از دختران جوان را در بحبوحه فراگیری ارزشها، نقشها و کلیشه‌های زنانه گزینش کرده‌ایم.

ملاحظات نظری پژوهش

تصورات کنونی در مورد بیولوژی و فرهنگ بخشی از مباحثی است که به دلیل تغییر در روابط بین دو جنس و همچنین شاید نتایج حاصل از تحقیقات عصب‌شناختی، غددشناختی و کردارشناختی، درباره آن اجماع نظر اندکی وجود دارد (لاگرانژ، ۲۰۰۰: ۱۵۹). پس می‌توان گفت، هنوز اشاره‌هایی درباره بحث طبیعت - تربیت وجود دارد (روزالدو، ۱۹۷۴: ۳۰). اینکه مشخصه‌های زنانگی چیست؟ با دو رویکرد پاسخ داده می‌شود. رویکردی که پاسخ این سؤال را بر مبنای آناتومی و فیزیولوژی زنان قرار می‌دهد (رویکرد ذات‌گرایان) و پاسخ دیگر رویکردی مبتنی بر شیوه‌های رفتاری، ارتباطی و تجربی زنان (رویکرد سازه‌گرایان) است (نک: شکل ۱).



شکل ۱ طبیعت - تربیت و زنانگی

این رویکردها سبب ارائه تصاویر متفاوت و بعضاً ضد و نقیضی از هویت جنسیتی زنانه (زنانگی) شده است. رویکرد ذات‌گرایی مبتنی بر تبیین‌های زیست‌شناختی، تفاوت زن و مرد را یک امر بیولوژیک می‌داند. در این رویکرد که تأثیر موقعیتهای ساختاری اجتماعی نادیده انگاشته می‌شود، زنانگی به عنوان واقعیتی بیولوژیک با «زنی» و «مادینگی» یکی دانسته شده و اصالت به جنس داده می‌شود. آرا و نظریه‌های فیلسوفان کلاسیک - از افلاطون تا روسو - در تعریف زنانگی که همواره آمیخته با نگرشی کلیشه‌ای درباره طبیعت زن و مبتنی بر نگرشهای مردسالارانه بوده است، مبتنی بر دیدگاه ذات‌گرایانه است (لوید، ۱۳۸۱ و آکین، ۱۳۸۳). چنان‌که، اغلب در تعریف از زنانگی بحث از حالت انتزاعی خارج شده و از ماهیت یا ویژگیهای متفاوت زنان و مردان که ریشه‌ای فیزیولوژیک دارند، سخن به میان

می‌آید؛ لذا تعریف از زنانگی در خلال تفاوتها و در چارچوب ساختارها ارائه شده است.^۱ همین موضوع سبب شده تا زنانگی همواره پیچیده با رمز و راز تصور شود (گرت، ۱۳۸۱). ذات‌گرایان بر این باورند، چیزی تحت عنوان «طبیعت انسان» وجود دارد که پایدار است و رفتار و عمل انسان تحت‌تأثیر آن قرار دارد. این رهیافت، وجود یا ساخت درون اشخاص را به منظور تبیین رفتارشان جستجو کرده (بر، ۱۹۹۸) و اسطوره‌های فرهنگی و تاریخی درباره زنان را به واقعیتهای بیولوژیکی یا روان‌شناختی تقلیل داده است. در نتیجه موقعیتهای ساخت‌یافته اجتماعی را نادیده می‌انگارد (کالترین، ۱۹۹۴). ذات‌گرایی در این معنا که همه جلوده‌های تفاوت جنسیتی را ذاتی، فرافرهنگی و تاریخی می‌داند، همواره به تفاوت‌های بیولوژیکی بین دو جنس توجه دارد (بیلچر و ولهان، ۲۰۰۵: ۴۱). لذا چیزی که به شدت جافتاده این واقعیت است که عقاید فرهنگی درباره زنان اغلب پیرامون ویژگیهای بیولوژیکی و طبیعی از جمله باروری، مادری، هم‌خوابگی، عادت ماهانه سوق داده شده است و زنان به عنوان مادران، جادوگران، قابله‌ها، راهبه‌ها یا فاحشه‌ها فقط در شرایط کارکردهای جنسی‌شان تعریف می‌شوند (روزالدو، ۱۹۷۴: ۳۱). با این حال با وجود پیچیدگی زنانگی، در باور عامه و نیز در نظر برخی اندیشمندان، زنانگی با دو تعریف بسیار متداول روبه‌روست: «زنانگی، اهمیت دادن به دیگران، نقش خانه‌داری، خانواده، ازدواج و به سر و وضع خود رسیدن است. تعریف دیگر، در زنانگی، دگر جنس‌گرا، زنان دل‌مشغول پیدا کردن مرد و ناتوان از ادامه زندگی سعادتمندانه بدون او تصویر می‌شوند» (گرت، ۱۳۸۰: ۴۴). بنابر تعریف حاضر «زنانگی اصطلاحی برای توصیف «مؤنث بودن» است که در جامعه ساخته و پرداخته می‌شود و بار معنایی آن داشتن جاذبه جنسی برای جلب مردان است» (آبوت و والاس، ۱۳۸۰: ۳۱۷). چنان‌که به تعبیر لایت (۱۳۸۲) این زنانگی به نحوی پایان‌ناپذیر زنان را محکوم به بازنمایی جنسیت می‌سازد.

اما باید در نظر داشت، فروکاستن جنسیت به مجموعه ثابتی از خصصتهای روان‌شناختی یا به متغیری واحد، مانع مطالعه جدی شیوه‌هایی می‌شود که با استفاده از جنسیت به حوزه‌های متفاوت تجربه اجتماعی ساختار می‌بخشد (وست و زمیمن، ۱۹۹۱: ۱۵)؛ لذا هویتها، نقشها، خلق‌و‌خواها و ویژگیهای مرتبط با جنسیت متفاوت، که نمی‌توانست به طرز تفکیک‌ناپذیر با جنس بیولوژیکی پیوند بخورد (بیلچر و ولهان، ۲۰۰۴) راه را برای طرح رویکرد سازه‌گرایانه هموار ساخت. براساس رویکرد سازه‌گرایی اجتماعی ما واقعیت را مستقیماً تجربه نمی‌کنیم، بلکه معانی رویدادهای محیطی را براساس تجارب و زمینه‌های قبلی خودمان فعال می‌سازیم (هاید، ۱۳۸۴: ۱۰۷). فرایندهایی که با جنسیت

۱. معانی موجود درباره «زن» در فرهنگ لغت نیز برخاسته از طبیعت زنانه و ویژگیهای طبیعی او ارائه می‌شود. چنان‌که «واژه لاتینی مؤنث یا مادینه یعنی mulier و واژه mollitia یعنی نرمی و رخوت و انعطاف‌پذیری و چالاکي و تردستی از یک ریشه‌اند» (ستاری، ۱۳۷۳، ص ۲۴۰).

ارتباط نزدیک دارند دارای ساخت اجتماعی نیز هستند (هال و داوسون، ۱۹۸۹ به نقل از هاید، ۱۳۸۴: ۱۰۷) و جنسیت عملکردی ذاتی و موقعیتی از پیش تعیین شده نیست (کد، ۲۰۰۲: ۳۹۱)، بلکه ناشی از تفاوت‌های اکتسابی فرهنگی بین زنان و مردان است (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۲۷۵). براساس این رویکرد، روابط مبتنی بر جنسیت نیز معنایی ساختگی می‌یابند. لذا، جنس فرد تنها ملاک احراز هویت جنسیتی او نخواهد بود و نقشهای جنسیتی متأثر از ساخت اجتماعی و تحت‌تأثیر هنجارهای فرهنگی نیز در این امر دخیل‌اند. به عقیده جولی: «ما با عمل نمودن مطابق با جنس خود آن را نشان داده و ثابت می‌کنیم، تنها داشتن جنس زنانه یا مردانه کافی نیست، بلکه با پیروی از هنجارهایی که در فرهنگهای رفتاری وجود دارد - مثل نداشتن رفتارهای سبک‌سرنانه برای دختران - و تظاهر به آن رفتارها، جنسیت خود را اثبات می‌نماییم» (جولی، ۲۰۰۲: ۱۰).

کورنول و لیندیس فارن نیز با اتخاذ رویکردی سازه‌گرایانه بر این موضوع‌اند که مرد و زن، واقعیت بیولوژیکی ذاتی ندارند و توصیف‌کننده‌های هم‌خانواده (یعنی مردان، زینگی و مردانگی) ضرورتاً با یکدیگر هماهنگ نیستند. چرا که به‌راستی در مورد «زنان»، «مادینگی»^۱ و «زنانگی»^۲ نیز این هماهنگی وجود ندارد، و هرکدام دارای معانی چندگانه هستند و می‌توانند حتی ابعاد متناقضی را توصیف نمایند (کورنول و لیندیس فارن، ۱۹۹۸: ۳۷)؛ لذا اگر هویت به عنوان انعکاس رابطه میان ساختار و فرد نگریسته می‌شود (سورنسون، ۲۰۰۳: ۳) هویت جنسیتی نیز می‌تواند محصول این رابطه باشد. آنگاه زنانگی همان‌گونه که میل (۱۸۹۶) آن را در کتاب **انقیاد زنانه** به عنوان «طبیعت زنانه» به پرسش می‌کشد، حاصل منطقی یک وضعیت تاریخی، فرهنگی و اجتماعی مشخص است (بلوتی، ۱۳۷۷ و میل، ۱۳۷۹). رابطه مذکور در تعریف پر (۱۹۹۸) از هویت جنسیتی - زنانگی و مردانگی - به‌خوبی مشهود است:

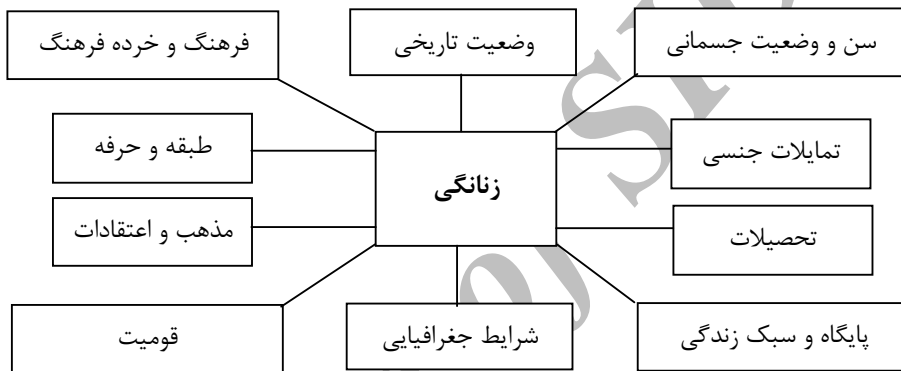
زنانگی و مردانگی راجع به انتظارات اجتماعی و فرهنگیست که در آن قید شده است، زن یا مرد چگونه باشند. چرا که زنانگی و مردانگی از لحاظ اجتماعی ساخته شده و رشد می‌یابد و این فرایند همه جنبه‌های اندیشه، رفتار، خواسته‌ها، نمونها و نظایر آن را پوشش می‌دهد. منشهای مردانگی و زنانگی توسط مردمی که فرهنگ مشترک دارند تولید و بازتولید می‌شود. زنانگی و مردانگی بر حسب زمان و مکان تغییر می‌کند و ثابت نیست (پر، ۱۹۹۸: ۱۲).

بر مبنای دیدگاه سازه‌گرایانه، مهارتهایی که نشان از نقشهای زنانه یا زنانگی دارند، تحت‌تأثیر ساخت اجتماعی که زنان در آن قرار دارند، ملکه ذهن آنان شده و «ساختمان ذهنی»^۳ آنان را شکل می‌دهد. این

1. women
2. females
3. feminity

۴. این مفهوم را از بورديو گرفته‌ايم.

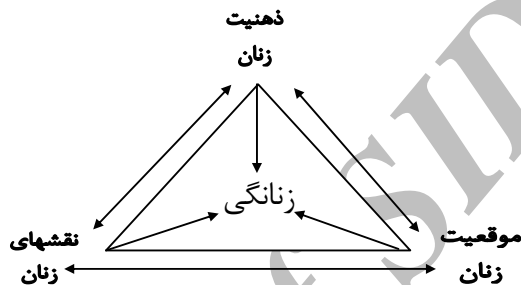
ساختارها که منعکس‌کننده وضعیت تاریخی، ویژگی‌های طبقاتی، قومی و فرهنگی، سن و... است، جایگاه افراد را در اجتماع مشخص ساخته و هویت جنسیتی زنان و زنانگی را شکل می‌دهد. در واقع عوامل مختلفی جنسیت زنان را تحت تأثیر قرار داده و زنانگی را به عنوان سازه‌ای اجتماعی تعیین می‌کند. با اقتباس از الگوی باینن (۲۰۰۲) در باب مردانگی، عوامل مندرج در شکل (۲) را می‌توان در شکل‌گیری زنانگی مورد توجه قرار داد.



شکل ۲. برخی عوامل کلیدی شکل‌دهنده زنانگی

با توجه به مفروضات سازه‌گرایان، چنین برداشت می‌شود که ساختمان ذهنی زنان متأثر از موقعیتشان در جامعه شکل گرفته و عملکرد آنها را در ایفای نقشهای جنسیتی‌شان تحت تأثیر قرار می‌دهد. بدین نحو، زنانگی در ارتباطی سه‌گانه میان ذهنیت، موقعیت (شامل موقعیت فیزیکی، اجتماعی و روانی زنان) و نقشهای زنان تعریف می‌شود (شکل شماره ۳ این ارتباط را به تصویر می‌کشد). از آنجایی که این موقعیتهای اجتماعی متفاوت هستند، ساختمانهای ذهنی نیز متفاوت خواهند بود و به تبع آن از زنانگی یک تعریف ویژه خواهیم داشت و از هویتهای زنانه یا «زنانگیها» صحبت به میان خواهد آمد. گویا، زنانگی متأثر از ساختمان ذهنی انتقال‌پذیر است، اما زنان در جایگاه عاملان فرهنگ زنانه فقط باورها، قواعد و ارزشهای زنانگی را دربر نمی‌گیرند تا براساس آنها رفتارشان را شکل دهند؛ بلکه از طریق عمل آنهاست که فرهنگ زنانه (زنانگی‌شان) بازتولید می‌شود (ر.ک.: ذکایی و قاراخانی، ۱۳۸۶). چنان‌که زنانگی در برخی فرهنگها براساس «مادر بودن» تعریف می‌شود و در واقع مادری خمیرمایه اساسی زنانگی دانسته می‌شود، اما این تعریف در برخی موارد از سوی عاملان اجتماعی فرهنگ زنانه - یعنی زنان - مورد مناقشه قرار گرفته و از زنانگی تعاریف دیگری ارائه می‌گردد.

بنابراین زنانگی به طور متفاوتی در مکانها و زمانهای مختلف تجربه شده و تجلی می‌یابد؛ لذا در تعریفی کلی‌تر از هیوود و مکان‌گیل «زنانگی به شیوه‌های فرهنگی و جنسیتی کننده برای زن بودن و زن شدن در یک فرهنگ خاص اطلاق می‌شود» (هیوود و مکان‌گیل، ۲۰۰۳: ۱۵۳).



شکل ۳ ارتباط زنانگی با سه عنصر ذهنیت، موقعیت و نقش‌ها

فرضیات پژوهش

با توجه به رویکرد سازه‌گرایانه درمی‌یابیم که باورها، ارزشها، نگرشها و نقش‌های جنسیتی عموماً مرتبط با جنس، که زن و مرد از طریق فرایند جامعه‌پذیری کسب می‌نمایند، در ساخت هویت جنسیتی آنان مؤثر است؛ لذا سازه‌های اجتماعی از جمله زنانگی و مردانگی تحت تأثیر ساخت اجتماعی - فرهنگی جامعه قرار گرفته و اعتباری تلقی می‌شوند. با تعمیم این رویکرد مبنی بر توجه به تعاملات پیچیده میان فرد و دنیای اجتماعی در تعیین هویت جنسیتی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی به مثابه یک ساخت اجتماعی در ارتباط با هویت جنسیتی و ارزشهای جنسیتی خواهد بود. در پی این دیدگاه به نظر می‌رسد:

۱. بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی (بالاتر یا پایین‌تر) و هویت جنسیتی (زنانه یا مردانه یا دوجنسیتی یا نامتمايز) رابطه وجود دارد.
۲. بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی (بالاتر یا پایین‌تر) و نگرش نسبت به ارزشهای زنانه رابطه وجود دارد.
۳. بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی (بالا یا پایین) و نگرش نسبت به نقش‌های جنسیتی (مردانه یا زنانه) رابطه وجود دارد.
۴. بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی (بالا یا پایین) و نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.
۵. بین هویت جنسیتی (زنانه یا مردانه یا دوجنسیتی یا نامتمايز) و نگرش نسبت به ارزشهای زنانه رابطه وجود دارد.

۶. بین هویت جنسیتی (مردانه یا زنانه یا دوجنسیتی یا نامتمایز) و نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی (مردانه یا زنانه) رابطه وجود دارد.

۷. بین هویت جنسیتی (زنانه یا مردانه یا دوجنسیتی یا نامتمایز) و نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.

مفاهیم و متغیرهای پژوهش

ارزشهای زنانه

ارزشها معیارهایی هستند که افراد دربارهٔ کنشهای خود و کنشهای دیگران با مقایسه از طریق آن قضاوت می‌کنند (شارون، ۱۳۸۰: ۱۹۴). مراد از ارزش در علوم اجتماعی در کلی‌ترین کاربرد، هر موضوعی است که مورد نیاز، نگرش یا آرزویی باشد (گولد و کولب، ۱۳۷۵: ۴۷). یا به زعم وای. توماس و ف. زنانیکی ارزشها عمل متقابل همراه با نگرش تعریف می‌شوند (همان: ۴۸). در واقع وابستگی تعریف نگرشها و ارزشها و تعریف ارزش به عنوان «برگردان عینی نگرش» و بنابراین «نگرش، برگردان فردی ارزش اجتماعی» (همان: ۸۶۴) ما را بر آن می‌دارد تا در مطالعهٔ ارزشهای زنانه به بررسی نگرشهای آنان بپردازیم. بنابراین «ارزشهای زنانه» نیز با توجه به فرهنگها، به عقایدی اطلاق می‌شود که مطابق آنها اعضا جامعه اعم از مردان و زنان مورد قضاوت قرار می‌گیرند و با مقایسهٔ شرافت‌مندانه بودن یا شرم‌آور بودنشان آنها را معیار عمل زنان قرار می‌دهند. با استدلالی که دربارهٔ پیوند میان ارزشها و نگرشها مطرح کردیم، می‌توان با بررسی «نگرشهای زنانه» به مطالعهٔ «ارزشهای زنانه» و جایگاه آنها نزد دختران پی برد.

نگرشهای جنسیتی زنانه

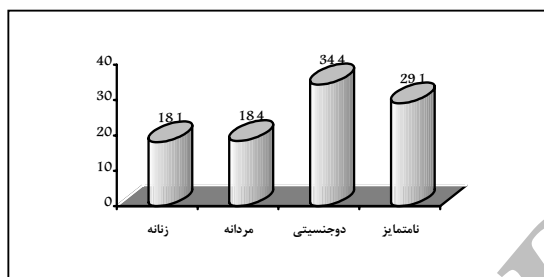
نگرش سازمان‌یابی فرایندهای روانی در فرد است، آن‌سان که از رفتار او می‌توان به آن رسید. سازمان‌یابی مذکور با جنبه‌ای از جهان سروکار دارد که خود آن را از جنبه‌های دیگر جدا می‌کند. نگرش بیانگر بازماندهٔ تجربهٔ گذشتهٔ فرد است که وی به کمک آن با هر موقعیت بعدی از جمله همان جنبهٔ مورد نظر روبه‌رو می‌شود و ضمن تأثیرپذیری از عوامل ناشی از موقعیت فعلی، رفتار خویش را در جهان تعیین می‌کند (گولد و کولب، ۱۳۷۵: ۸۶۴). از این‌رو نگرش تمایلات، شخصیتی پایدار و نیز درونی‌تر را تشکیل می‌دهد (روش بلاو، ۱۳۷۲: ۱۶۵). نگرش متشکل از سه جزء است: ۱) تمایلات: که ممکن است نسبت به شخص یا موضوع مورد بحث موافق، مخالف یا خنثی باشد. تمایلات ما را به داوری (ارزیابی) مثبت یا منفی نسبت به یک شخص یا موضوع رهنمون می‌کند. ۲) شناخت یا باور: آنچه دربارهٔ شخص یا موضوع مورد نظر می‌دانیم و می‌شناسیم یا به آن باور داریم. ۳) رفتار: آیا به شخص یا موضوع مورد نظر گرایش داریم یا از آن دوری می‌کنیم (گیل و آدمز، ۱۳۸۴: ۲۶۱-۲۶۲).

بنابر تعاریفی که از مفهوم نگرش ارائه شد، نگرش جنسیتی زنانه به تمایلات، شناختها و رفتارهایی که دربرگیرنده ویژگیهای مرتبط با زنانگی است، اطلاق می‌گردد. در این پژوهش به منظور سنجش نگرشهای جنسیتی زنانه در سه بعد تمایلی، شناختی و رفتاری و در اصل بررسی ارزشهای زنانگی تعداد ۵۱ گویه طرح شده است. مقیاس مذکور در قالب یک طیف رتبه‌ای پنج درجه‌ای به ترتیب از «کاملاً نادرست = ۱، نادرست = ۲، بینابین = ۳، درست = ۴، کاملاً درست = ۵» که حداکثر نمرات مقیاس مذکور ۲۵۵ و حداقل آن ۵۱ بود، تنظیم شد. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای پایایی این مقیاس ۰/۸۱ است.

هویت جنسیتی

از آنجایی که جنسیت مبنایی فرهنگی دارد، هویت جنسیتی نیز متشابهاً در فهم فرهنگی آنچه که مردانه یا زنانه بودن معنی می‌دهد، ریشه دارد (فیرات، ۱۹۹۱؛ لرنر، ۱۹۸۶ به نقل از پالان، ۲۰۰۱). هویت جنسیتی رشد روانی - جنسی، نقشهای اجتماعی یادگیری شده و ترجیحات جنسی شکل یافته را دربر می‌گیرد (لاربر و فارل، ۱۹۹۱: ۷). این متغیر به عنوان شاخصی برای سنجش زنانگی و مردانگی «بر ویژگیهای اجتماعی از قبیل تفاوت در سبک مو، لباس، نقشهای شغلی و سایر فعالیتها و خصوصیات اکتسابی فرهنگی دلالت دارد» (رابرتسون، ۱۳۷۷). بنابراین از طریق سنجش نقشهای جنسیتی می‌توان به هویت جنسیتی پی برد. برای سنجش نقشهای جنسیتی و به تبع آن هویت جنسیتی از ابزار نقش جنسی بَم یا BSRI (بم، ۱۹۷۴ و ۱۹۷۷) که شامل بیست خصوصیت که برای مردان مطلوب‌ترند (پرخاشگر، رقابت‌جو، سلطه‌گر) و بیست خصوصیت مناسب زنان (آرام، فهمیده، ظریف) و بیست خصوصیت که برای مردها و زنها به طور یکسان مطلوب (وفادار، دوستانه، همدوست) است، استفاده کردیم. پاسخ‌دهندگان می‌باید خود را روی مقیاس پنج‌رتبه‌ای درجه‌بندی کنند که از «کاملاً نادرست» شروع و به «کاملاً درست» ختم می‌شود. این فهرست نمره‌ای را برای مقیاس زنانگی و همچنین نمره‌ای را برای مقیاس مردانگی تعیین می‌کند. در صورتی که پاسخ‌دهندگان در هر دو مورد - زنانگی و مردانگی - نمره بالاتری را کسب کنند «دوجنسیتی» و چنانچه نمره بالاتری در مقیاس مردانگی و نمره پایین‌تری در مقیاس زنانگی به دست آورند به منزله دارا بودن هویت «مردانه» و اگر در مقیاس زنانگی نمره بالاتر و در مقیاس مردانگی نمره پایین‌تری کسب کنند به منزله دارا بودن هویت «زنانه» است و در صورت پایین بودن هر دو نمره آنها در هر دو مقیاس زنانگی و مردانگی، آنها در گروه «تمایزناپذیر» طبقه‌بندی می‌شوند (برای مطالعه نحوه محاسبه نمرات بر حسب این مقیاس ر.ک.: بم، ۱۹۷۴).

یافته‌های این پژوهش پس از کاربرد ابزار بم و محاسبه نتایج آن، چهار گروه عمده از هویت‌های جنسیتی دختران را در نمونه آماری مورد مطالعه مشخص کرد. این گروهها با هویت‌های مردانه، زنانه، دوجنسیتی و نامتمایز نشان دهنده وجود طیفی از انواع هویت‌های زنانه است.



نمودار ۱ گروههای چهارگانه دختران

نمودار شماره ۱، فراوانی نمونه آماری را در هریک از گروههای مذکور نشان می‌دهد. به این ترتیب که ۱۸/۱ درصد با کسب نمرات بالا در مقیاس زنانگی دارای هویت زنانه، ۱۸/۴ درصد با کسب نمرات بالا در مقیاس مردانگی دارای هویت مردانه، ۳۴/۴ درصد (معادل ۱۲۹ نفر) با کسب امتیاز بالا در دو مقیاس مردانگی و زنانگی دارای هویت دوجنسیتی و ۲۹/۱ درصد (معادل ۱۰۹ نفر) با کسب امتیاز پایین در هر دو مقیاس زنانگی و مردانگی دارای هویت نامتمایز هستند. توزیع دختران به ترتیب در گروههای دوجنسیتی و نامتمایز بیش از دو گروه دیگر است.

نقشهای جنسیتی

نقش جنسیتی شامل رفتارها و نگرشهایی است که برای مردان و زنان، در فرهنگی خاص مناسب قلمداد می‌شود (گولومبوک و فی‌وش، ۱۳۷۸: ۱۱). مفهوم نقش نزد پارسونز گرایشی دوگانه دارد. نقشها را ضمن ماندن در سطح تعامل، می‌توان هم متعلق به نظام اجتماعی و هم متعلق به شخصیت دانست (روش‌بلاو، ۱۳۷۲: ۱۱۴). نقشهای جنسیتی به شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی وابسته‌اند و از این‌رو معمولاً منحصر به یک زمان و مکان معین هستند. این نقشها می‌توانند بسته به سن، نژاد و قومیت تغییر کنند. نقشهای جنسیتی آموخته می‌شوند و در [درون] یک فرهنگ و یا از فرهنگی به فرهنگ دیگر بسیار متفاوت‌اند. نقشها و روابط جنسیتی میزان دسترسی زنان به حقوق، منابع و فرصتها را در زندگی عمومی و خصوصی تعیین می‌کنند (بندک، ۱۳۸۳: ۱۷۹).

برای بررسی میزان نگرش دخترها نسبت به نقشهای جنسیتی ۱۱ گویه طرح شده است. ۷ گویه تمایل به نقشهای زنانه و ۴ گویه تمایل به نقشهای مردانه را می‌سنجد. مقیاس سنجش نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی بر روی یک طیف رتبه‌ای پنج درجه‌ای به ترتیب از «همیشه = ۱، اکثر مواقع = ۲، برخی مواقع = ۳، به ندرت = ۴، هیچ‌وقت = ۵» تنظیم شده است. حداکثر نمرات مقیاس نقشهای زنانه و

مردانه به ترتیب ۳۵ و ۱۵ و حداقل آن ۷ و ۴ است. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده جهت پایایی این مقیاس برای نقشهای زنانه ۰/۸۳ و برای نقشهای مردانه ۰/۵۵ است.

کلیشه‌های جنسیتی^۱ (تصورات قالبی جنسیتی)

کلیشه‌های جنسیتی، مجموعه‌ای از باورهای مشترک فرهنگی درباره رفتار، صفات شخصیتی و سایر ویژگیهای مردان و زنان هستند (روزن کرانتز و همکاران، ۱۹۶۸؛ روبل، ۱۹۸۳ به نقل از هاید، ۱۳۸۴: ۱۱۷). صرف شناخت اینکه یک فرد زن است این معنی ضمنی را دارد که آن فرد خصوصیات جسمانی خاص (صدای آرام و ظریف و زیبا) و صفات روانی خاص (مهروروز، وابسته، ضعیف و عاطفی) خواهد داشت و به فعالیتهای خاص (مراقبت از کودک، آشپزی، باغبانی) خواهد پرداخت (دوو و لویز، ۱۹۸۳ به نقل از گولومبوک و فی‌وش، ۱۳۷۸: ۲۶). به منظور سنجش کلیشه‌های جنسیتی یک مقیاس پنج درجه‌ای افتراق معنایی با چهارده زوج صفت متضاد را طرح کردیم. حداکثر نمرات مقیاس مذکور ۷۰ و حداقل آن ۱۴ است.

پایگاه اجتماعی - اقتصادی

در این پژوهش پایگاه اجتماعی - اقتصادی دختران را براساس ترکیب سه متغیر منزلت شغلی، میزان درآمد و تحصیلات پدرشان محاسبه کرده‌ایم. سپس با ترکیب متغیر درآمد با دو متغیر منزلت شغلی (منزلت شغلی بالا و منزلت شغلی پایین) و تحصیلات پدر، آن را از سطح رتبه‌ای به سطح فاصله‌ای تغییر دادیم. در نهایت جهت تعیین پایگاه اجتماعی - اقتصادی پاسخگویان، نمرات خامی را که به دست آمده بود به نمرات استاندارد تبدیل کردیم و با محاسبه نمرات استاندارد، دو پایگاه بالاتر و پایین‌تر را از هم تفکیک نمودیم. به این ترتیب، تعداد ۱۷۸ نفر برابر با ۵۸/۴ درصد از دختران نمونه آماری دارای پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر و تعداد ۱۲۷ نفر برابر ۴۶/۶ درصد دارای پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر هستند. آماره مربع خیدو ارتباط معناداری بین منطقه محل سکونت و پایگاه اجتماعی - اقتصادی را نشان می‌دهد ($\chi^2=26/95$, $df=12$, $p=0/000$). به این معنی که اغلب دختران ساکن در منطقه ۳ پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر و اغلب دختران ساکن در منطقه ۱۹ پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر داشتند.

روش‌شناسی و روش تحقیق

اطلاعات این پژوهش با استفاده از روش کمی و تکنیک پیمایش و ابزار پرسشنامه گردآوری شده است. ضرورت کاربرد روش پیمایش از این‌رو است که «نگرشها غالباً موضوع پیمایش هستند» (البرک و ستل، ۱۳۸۰: ۵۰). این روش با تمرکز بر «نگرشها و عقاید، پاره‌ای اطلاعات درباره شرایط زندگی و

1. gender stereotypes

مقولاتی که افراد را معین و متمایز می‌گرداند» (بیکر، ۱۳۷۷: ۲۴)، یافته‌های لازم درباره موضوع را در اختیار ما قرار می‌دهد.

جمعیت آماری و نمونه آماری

جمعیت آماری این پژوهش کلیه دانش‌آموزان دختر مقاطع متوسطه شهر تهران در سال تحصیلی ۸۵-۱۳۸۴ مدارس دولتی و غیرانتفاعی؛ پایه‌های اول، دوم و سوم رشته‌های نظری، ریاضی-فیزیک، تجربی، علوم انسانی، فنی و حرفه‌ای و کاردانش با دامنه سنی ۱۴ تا ۱۹ سال است. طبق آخرین آمار موجود در اداره آموزش و پرورش شهر تهران، جمعیت دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه براساس اطلاعات تنظیم شده در سال ۸۴-۱۳۸۳ برابر با ۲۲۵۸۴۲ نفر بوده است و جمعیت دانش‌آموزان مدارس دولتی و غیرانتفاعی مناطق ۳، ۱۱ و ۱۹ که مناطق معرف جامعه آماری هستند در همین محدوده زمانی برابر با ۲۲۵۹۵ نفر بوده است؛ لذا با ملاک قرار دادن جمعیت فوق و با لحاظ نمودن $(t=1/96)$ با ضریب اطمینان ۹۵ درصد، و $(d=\%5)$ دقت احتمالی مطلوب، $(N=22595)$ و مقادیر p و q هرکدام برابر با ۰/۵، حجم نمونه در این پژوهش برابر با ۳۷۹ نفر محاسبه شده است. که به ترتیب منطقه ۳، ۳۸/۱ درصد معادل ۱۴۳ نفر، منطقه ۱۱، ۲۸/۵ درصد معادل ۱۰۷ نفر و منطقه ۱۹، ۳۳/۳ درصد معادل ۱۲۵ نفر از حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. نمونه‌گیری این پژوهش احتمالی و روش آن چندمرحله‌ای تصادفی بوده است.

آزمون فرضیات پژوهش

رابطه پایگاه اجتماعی - اقتصادی با هویت جنسیتی

نتیجه آزمون مربع خردی دو برای تعیین رابطه میان پایگاه اجتماعی - اقتصادی و چهار گروه هویت جنسیتی در میان دختران تفاوت معناداری را نشان نمی‌دهد $(\chi^2=4/105, df=3, p=0/250)$. به این معنی که بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی دختران و هویت جنسیتی آنها رابطه‌ای وجود ندارد. از آنجایی که نمرات گروه‌های چهارگانه هویتی حاصل ترکیب نمرات در مقیاس زنانگی و مردانگی براساس تعاریف نظری و عملیاتی مطرح شده است؛ لذا در اینجا به طرح یک فرضیه فرعی براساس نمرات زنانگی و مردانگی در مقیاس بم و ارتباط آن با پایگاه اجتماعی - اقتصادی پرداختیم (منظور مقیاس مردانگی و زنانگی در سطح فاصله‌ای است و نه گروه‌های چهارگانه که یک مقیاس تقلیل یافته اسمی است). بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و میانگین نمرات دختران در مقیاس زنانگی و مردانگی رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون t نشان می‌دهد بین پایگاه

اجتماعی-اقتصادی و نمرات دختران نمونه آماری در مقیاس زنانگی رابطه معناداری وجود ندارد ($p=0/412$), اما بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نمرات دختران در مقیاس مردانگی رابطه معناداری وجود دارد ($t=0/821$, $df=303$), به این ترتیب که دختران متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر در مقایسه با دختران متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تر، میانگین نمرات بیشتری در مقیاس مردانگی کسب کرده‌اند.

رابطه پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نگرش نسبت به ارزشهای زنانگی

آن‌گونه که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، نتیجه آزمون t تفاوت معناداری را بین تعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نگرش نسبت به ارزشهای زنانه را در بین دختران نمونه آماری نشان می‌دهد ($t=3/571$, $df=238$, $p=0/050$). به این معنی که در نگرش نسبت به ارزشهای زنانه، بین دختران متعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر و پایین‌تر اختلاف وجود دارد. میانگین نمره نگرش به ارزشهای زنانه، نزد دختران متعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر بیشتر است. در مقایسه، دخترانی که به پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر تعلق دارند، گرایش کمتری به ارزشهای زنانه نشان می‌دهند. این یافته با کسب نمرات مردانه در مقیاس سنجش مردانگی در میان دختران با پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر همسویی دارد.

جدول ۱ آزمون تفاوت میانگین ارزشهای زنانگی بر حسب پایگاه اجتماعی - اقتصادی

سطح معناداری	درجه آزادی	t	میانگین	پایگاه اجتماعی - اقتصادی	ارزشهای زنانگی
۰/۰۰۰	۲۳۸	۳/۵۷۱	۱۵۶/۱۵ ۱۶۴/۱۱	پایگاه بالاتر پایگاه پایین‌تر	

رابطه پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی

نتیجه آزمون t نشان می‌دهد، دختران متعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر و پایین‌تر در نمونه آماری نگرش یکسانی به نقشهای جنسیتی اعم از نقشهای زنانه و نقشهای مردانه دارند. میانگینهای به دست آمده نشان می‌دهد که آنان به تفکیک کار خانگی توجه داشته و گرایش خود را بر مبنای این تفکیک مشخص ساخته‌اند. به نحوی که گرایش آنان به نقشهای زنانه در مقایسه با نقشهای مردانه بیشتر است؛ اما میزان این گرایش بین دختران متعلق به دو پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر و پایین‌تر تفاوتی ندارد و هر دو گروه به یک میزان به نقشهای زنانه مبتنی بر تقسیم کار خانگی گرایش دارند. جدول شماره ۲ نتایج آزمون اختلاف میانگینهای هر دو گروه را در نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی نشان می‌دهد.

جدول ۲ آزمون تفاوت میانگینهای نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی بر حسب پایگاه اجتماعی - اقتصادی

نقش جنسیتی	پایگاه اجتماعی - اقتصادی	میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری
نقش زنانه	پایگاه بالاتر	۲۴/۳۷	۱/۵۳۳	۳۰۱	۰/۳۹۰
	پایگاه پایین تر	۲۵/۴۷			
نقش مردانه	پایگاه بالاتر	۵/۰۰	۰/۶۷۵	۲۹۸	۰/۳۰۹
	پایگاه پایین تر	۵/۱۶			

رابطه پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی

نتیجه آزمون t برای سنجش رابطه میان پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی، تفاوت معناداری را نشان نمی‌دهد ($t=1/245, df=285, p=0/214$)؛ و بیانگر آن است که بین تعلق دختران به پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر و یا به پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین تر و نگرش آنان نسبت به کلیشه‌های جنسیتی تفاوت معناداری وجود ندارد. اگرچه در میانگینها اختلاف دیده می‌شود، اما این اختلاف محسوس نبوده و نشان می‌دهد پایگاه اجتماعی - اقتصادی هیچ نقشی بر نگرش دختران نسبت به کلیشه‌های جنسیتی ندارد.

رابطه هویت جنسیتی و نگرش نسبت به ارزشهای زنانه

نتایج آزمون تحلیل واریانس، اختلاف معناداری بین گروههای هویتی چهارگانه در نگرش نسبت به ارزشهای زنانه نشان می‌دهد ($F=4/755, df=3, p=0/003$). به این معنی که بین هویت جنسیتی دختران در نمونه آماری و نگرش آنان نسبت به ارزشهای زنانه تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به منظور تکمیل آزمون تحلیل واریانس و دریافت این موضوع که بین کدامیک از گروههای چهارگانه اختلاف وجود دارد از آزمون Dunnett's استفاده شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۳ آمده است، نتیجه این آزمون نشان می‌دهد بین گروههای مردانه و زنانه، مردانه و دوجنسیتی تفاوت معناداری در نگرش نسبت به ارزشهای زنانه وجود دارد و بین گروههای زنانه و دوجنسیتی، زنانه و نامتمايز و نیز مردانه و نامتمايز تفاوت معناداری وجود ندارد. اختلاف گروههای جنسیتی مختلف در نگرش نسبت به ارزشهای زنانه، تفاوتی درون گروهی در دختران را نشان می‌دهد.

جدول ۳ تفاوت بین گروههای چهارگانه جنسیتی در نگرش نسبت به ارزشهای زنانه

انحراف استاندارد	تفاوت میانگین (I - J)	هویت (J)	هویت (I)
۳/۲۶	۱۰/۱۶*	مردانه	زنانه
۲/۸۹	۰/۲۹	دوجنسیتی	زنانه
۳/۰۵	۲/۵۳	نامتمایز	زنانه
۳/۲۶	-۱۰/۱۶*	زنانه	مردانه
۲/۸۲	-۹/۸۷*	دوجنسیتی	مردانه
۲/۹۹	-۷/۶۳	نامتمایز	مردانه
۲/۸۹	-۰/۲۹	زنانه	دوجنسیتی
۲/۸۲	۹/۸۷*	مردانه	دوجنسیتی
۲/۵۸	۲/۲۴	نامتمایز	دوجنسیتی
۳/۰۵	-۲/۵۳	زنانه	نامتمایز
۲/۹۹	۷/۶۳	مردانه	نامتمایز
۲/۵۸	-۲/۲۴	دوجنسیتی	نامتمایز

* اختلاف میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

رابطه هویت جنسیتی و نگرش نسبت به نقش های جنسیتی

نتایج آزمون تحلیل واریانس میان گروههای چهارگانه دختران در نگرش آنها نسبت به نقشهای جنسیتی (زنانه و مردانه) اختلاف معناداری را نشان نمی‌دهد. به طوری که اختلاف معناداری بین گروههای چهارگانه در تمایل به نقشهای زنانه وجود ندارد ($f=۱/۰۸۹$, $df=۶$, $p=۰/۳۶۸$). همچنین اختلاف معناداری بین گروههای چهارگانه در تمایل به نقشهای مردانه وجود ندارد ($df=۶$, $p=۰/۱۸۱$). ($f=۱/۴۸۸$)

رابطه هویت جنسیتی و نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی

نتایج آزمون تحلیل واریانس تفاوت معناداری میان گروههای چهارگانه دختران در نگرش آنها نسبت به کلیشه‌های جنسیتی نشان می‌دهد ($f=۴/۳۸۷$, $df=۳$, $p=۰/۰۰۵$)؛ اما از آنجایی که آزمون تحلیل واریانس به تنهایی قادر نیست تا نشان دهد بین کدامیک از گروههای چهارگانه (زنانه، مردانه، دوجنسیتی و نامتمایز) در نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی اختلاف وجود دارد، لذا به منظور

تکمیل آزمون تحلیل واریانس از آزمون Dunnett's استفاده کردیم. این آزمون با فرض عدم تشابه واریانسها برای مقایسه دو به دوی میانگینها انجام شد.

نتایج آزمون نشان می‌دهد بین گروههای دوجنسیتی و مردانه، نامتمایز و مردانه در نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی اختلاف وجود دارد؛ و بین گروههای زنانه و مردانه، زنانه و دوجنسیتی و نیز زنانه و نامتمایز اختلاف وجود ندارد. جدول شماره ۴ نتایج آزمون تفاوت بین گروههای چهارگانه در نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی را نشان می‌دهد. اختلاف در نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی تفاوت‌های بین گروهی گروههای چهارگانه دختران را نشان می‌دهد. به این معنی که دختران با هویت‌های جنسیتی مردانه، نامتمایز، زنانه و دوجنسیتی به ترتیب گرایش به رد کلیشه‌های رایج در مورد زنان را دارند. مجموع اظهارنظر دختران به کلیشه‌های جنسیتی نشان می‌دهد آنان با صفات پست‌تری نظیر (ضعیف، ترسو، وابسته و...) که در تصور رایج به زنان نسبت داده می‌شود مخالفت کرده و صفاتی که در تصور رایج به مردان نسبت داده می‌شود نظیر (شجاع، با اراده، مستقل و...) را مختص به زنان نیز می‌دانند.

جدول ۴ تفاوت بین گروه‌های چهارگانه جنسیتی در نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی

انحراف استاندارد	تفاوت میانگین (I - J)	هویت (I) / هویت (J)	
۱/۰۸	-۲/۲۵	مردانه	زنانه
۰/۹۴	۰/۸۸	دوجنسیتی	
۰/۹۷	-۱/۲۶	نامتمایز	
۱/۰۸	۲/۲۵	زنانه	مردانه
۰/۹۵	۳/۱۳*	دوجنسیتی	
۰/۹۸	۰/۹۹	نامتمایز	
۰/۹۴	-۰/۸۸	زنانه	دوجنسیتی
۰/۹۵	-۳/۱۳*	مردانه	
۰/۸۳	-۲/۱۴*	نامتمایز	
۰/۹۷	۱/۲۶	زنانه	نامتمایز
۰/۹۸	-۰/۹۹	مردانه	
۰/۸۳	۲/۱۴*	دوجنسیتی	

* اختلاف میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

نتیجه‌گیری

یکی از یافته‌های مهم این پژوهش توجه به تنوعات درون گروهی زنان بر مبنای مفهوم جنسیت است. گویا تصور رایج بر این است که همه افراد جنس مؤنث دارای یک هویت زنانه هستند، اما نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، دختران علیرغم هویت جنسی‌شان، دارای هویت‌های جنسیتی (زنانه، مردانه، دوجنسیتی و نامتمایز) هستند که گویای انعطاف‌پذیری و تکثر درون جنسی و وجود طیفی از زنانگی‌هاست که ذیل مفهوم زن از لحاظ بیولوژیکی مغفول می‌ماند. این پژوهش نتایج پژوهش میرزایی (۱۳۸۴) در حوزه مطالعات مردان را نیز تقویت می‌کند. پژوهش مذکور مردانگیها را برساخته‌ای اجتماعی دانسته و تنوعی از هویت‌های جنسیتی مردانه را در میان پسران نشان می‌دهد. بر این اساس طرح مفهوم «زنانگیها» نیز قابل توجه خواهد بود. چرا که تفاوت دختران در ابراز زنانگی و تنوع در عمل به رفتارها و نمادهای نقش جنسی‌شان، برداشت رایج از زنانگی را به عنوان مقوله‌ای ایستا تأیید نمی‌نماید. از این جهت یافته‌های این پژوهش تأییدی بر نسخه‌های ارائه شده از هویت جنسیتی کورنول و لیندس فارن (۱۹۹۸) و ادعای سازه‌گرایی از جمله مورگان (ر.ک.: پیلچر و ویلهان، ۲۰۰۵) است.

یکی از عوامل مرتبط با موقعیت اجتماعی و مؤثر بر شکل‌گیری هویت جنسیتی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی است. بر مبنای رویکرد سازه‌گرایی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی به منزله یک ساخت اجتماعی بر شکل‌گیری هویت جنسیتی مؤثر است؛ لذا در این پژوهش بر آن شدیم تا به بررسی رابطه پایگاه اجتماعی - اقتصادی با هویت جنسیتی دختران جوان بپردازیم. نتایج این پژوهش نشان داد بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی (بالا تر و پایین تر) و هویت جنسیتی (زنانگی، مردانگی، دوجنسیتی و نامتمایز) آن گونه که از رویکرد سازه‌گرایی استنباط می‌شود، رابطه‌ای وجود ندارد و توزیع یکسانی از گروه‌های هویتی چهارگانه در هر دو پایگاه به چشم می‌خورد.

علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد پایگاه اجتماعی - اقتصادی به عنوان یکی از عوامل مفروض شکل‌دهنده زنانگی با هویت جنسیتی دختران رابطه‌ای ندارد و توزیع یکسانی از گروه‌های هویتی چهارگانه در هر دو پایگاه به چشم می‌خورد؛ اما رابطه بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نمرات مردانگی و زنانگی (منظور مقیاس مردانگی و زنانگی در سطح فاصله‌ای) محسوس است. شاید یکی از دلایل وجود چنین رابطه‌ای این است که دختران با خاستگاه طبقاتی بالاتر کمتر تحت تأثیر فرایندهای جامعه‌پذیری سنتی قرار دارند و لذا تمایل آنها به شکستن مرزهای جنسیتی و عدول از مرزهای زنانگی بیشتر است. علاوه بر این، نتایج پژوهش مبتنی بر دیدگاه سازه‌گرایی نشان می‌دهد که دختران با پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر پای‌بندی بیشتری به ارزشهای زنانگی نشان می‌دهند. در تأیید این موضوع، نتایج یک پژوهش در میان دانشجویان نشان داد، افرادی که از پایگاه اجتماعی - اقتصادی

بالتری برخوردار هستند به دلیل خرده فرهنگ خاصی که به آن تعلق دارند گرایش بیشتری به فاصله‌گیری از ارزشها و نقشهای سنتی دارند (رک: سراجزاده و جواهری، ۱۳۸۵). این استنباط می‌تواند زمینه را برای جستجوی الزامات و عوامل اجتماعی متعددی که سبب ایجاد این نگرش در میان این گروه از دختران شده است، فراهم کند.

انتظار داشتیم متناسب با اختلاف در پایگاه اجتماعی - اقتصادی، نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی مردانه و زنانه در میان این دو گروه دختران تغییر کند؛ اما چنین نتیجه‌ای حاصل نشد. به نظر می‌رسد با وجود تغییر در ساختارهای اقتصادی و فرهنگی خانواده‌های شهری، تمایل دختران به انجام کارهای خانگی کمتر شده و آنها اوقات بیشتری را برای پرداختن به درسها، برنامه‌های تفریحی و آموزشی خود اختصاص می‌دهند. صرف نظر از پایگاه اجتماعی - اقتصادی، نه تنها تمایل دختران به انجام نقشهای خانگی مردانه (نظیر خرید مایحتاج خانه، انجام برخی تعمیرات جزئی در خانه و...) کم است، بلکه آنها تمایل چندانی به انجام نقشهای خانگی زنانه (شستن ظرفها، جارو زدن و گردگیری و...) نیز ندارند. همچنین این تفاوت در نگرش نسبت به نقشهای جنسیتی در میان دختران با هویت‌های جنسیتی متفاوت نیز وجود ندارد.

همچنین دریافتیم تصویری که دختران از خود دارند متفاوت از کلیشه‌های رایج است. احتمالاً عدم موافقت آنها با کلیشه‌های رایج و ارائه تصویری متفاوت از کلیشه‌های رایج در مورد زنان به این دلیل است که در کلیشه‌های رایج، مردان با ویژگیها و صفات برتر و زنان با صفات پست‌تر معرفی می‌شوند و دختران صرف نظر از پایگاه اجتماعی - اقتصادی که در آن قرار دارند با این تصور قالبی مخالفت می‌کنند. از سوی دیگر بین نگرش دختران با هویت جنسیتی چهارگانه (زنانه، مردانه، دوجنسیتی و نامتمایز) نسبت به کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد؛ اما این به معنای گرایش دختران به کلیشه‌های رایج نیست؛ بلکه آنان تصویری متفاوت از تصور رایج درباره کلیشه‌های جنسیتی دارند. نکته جالب توجه در این بخش از پژوهش آن است که دخترانی با هویت جنسیتی مردانه، دوجنسیتی و نامتمایز ساختار کلیشه‌های رایج را درهم شکسته و زنان و مردان را در دو طیف متفاوت دسته‌بندی نمی‌نمایند. در واقع برخی دختران نمونه آماری با گرایش به هویت‌های مردانه و شکستن کلیشه‌های رایج دارای پتانسیل عبور از مرزهای جنسیتی هستند. نتایج این پژوهش در مورد پای‌بندی دختران به کلیشه‌های جنسیتی با یافته‌های پژوهش حجازی و همکاران (۱۳۸۰) و پژوهش ظهره‌وند (۱۳۸۳) همسویی ندارد. چنان‌که پژوهشهای مذکور نشان می‌دهد دختران به کلیشه‌های جنسیتی زنانه پای‌بند هستند.

با توجه به مطالعات اندک در زمینه دختران، نتایج پژوهش حاضر می‌تواند برخی چشم‌اندازهای مهم در این حوزه از دانش فراهم نماید. از جمله: (۱) ایجاد زمینه‌ای برای مطالعات گسترده و متنوع در

حوزه مغفول مانده مطالعات دختران؛ ۲) مفهوم‌پردازی جامعه‌شناختی و انجام مطالعات فرهنگی در این زمینه و توجه بیشتر به مفاهیم کلیدی این حوزه؛ ۳) توجه به تنوع زنانگیها در پژوهشهای حوزه مطالعات زنان؛ ۴) ایجاد زمینه‌ای برای کاربرد روشهای متنوع پژوهش در حوزه مطالعات زنان؛ ۵) توجه به انباشت علمی در حوزه مطالعات زنان در ایران.

Archive of SID

پیوستها

جدول ۱ میانگین پاسخهای دختران به ارزشهای زنانه

انحراف معیار	میانگین	گویه	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱/۳۹	۲/۷۱	۲. دختران نباید لباسهای پسرانه بپوشند.	۱/۱۸	۳/۵۱	۱. به نظر زیبایی برای یک دختر از همه چیز مهم تر است.
۱/۴۵	۳/۰۸	۴. دخترها در بعضی ورزشها از پسرها ضعیف ترند.	۱/۳۸	۳/۰۳	۳. دخترها نمی توانند احساسات خود را کنترل کنند.
۱/۳۹	۳/۸۷	۶. دخترها باید یاد بگیرند مانند پسرها محکم باشند.	۱/۰۰	۱/۵۹	۵. دخترها در کارهای فکری از پسرها ضعیف ترند.
۱/۰۵	۴/۳۴	۸. دخترها بیشتر از پسرها به خانواده توجه می کنند.	۱/۳۹	۳/۸۳	۷. دخترها بیشتر از پسرها به حمایت نیاز دارند.
۱/۳۳	۲/۴۴	۱۰. به نظر من مسئولیت کار بیرون فقط با مردها است.	۱/۰۷	۴/۰۲	۹. ارتباط اجتماعی دخترها با دیگران بهتر از پسرها است.
۱/۱۳	۱/۹۱	۱۲. به نظر من اندام زن مانع پیشرفت اوست.	۱/۰۴	۱/۹۶	۱۱. به نظر من مسئولیت نگهداری از بچه ها فقط بر عهده زنان است.
۱/۳۴	۳/۱۹	۱۴. هر دختری باید مادر خود را الگو قرار دهد.	۱/۳۵	۳/۳۰	۱۳. عاشق شدن جزء ویژگیهای اصلی شخصیت زن است.
۱/۲۹	۳/۶۸	۱۶. امتحان دادن برای دختران اضطراب آورتر از پسران است.	۱/۲۰	۳/۷۹	۱۵. زنان در مشاغلی مثل پرستاری موفق ترند.
۱/۲۳	۲/۱۳	۱۸. موفقیت تحصیلی دختران به شانس آنان بستگی دارد.	۱/۴۰	۲/۹۵	۱۷. به نظر من پیشرفت در جامعه بیشتر برای مردها مهیا است.
۱/۳۸	۲/۹۲	۲۰. یک دختر نباید کارهای پسرانه انجام دهد.	۱/۳۶	۲/۹۵	۱۹. شخصیت یک زن با ازدواجش شکل می گیرد.
۱/۲۶	۲/۴۷	۲۲. به نظر من زنان سطحی نگر هستند.	۱/۲۲	۴/۰۳	۲۱. به نظر من زن نباید خود را به مادر بودن محدود کند.
۱/۲۸	۲/۶۷	۲۴. همیشه نسبت به تواناییهای خود شک دارم.	۱/۳۳	۳/۲۸	۲۳. وقتی با مشکلی مواجه می شوم، گریه می کنم.

میانگین زن	میانگین مرد	گویه	میانگین زن	میانگین مرد	گویه
۴/۱۴	۰/۹۶	۲۵. موفقیت شغلی برای من بیشتر از هر چیزی اهمیت دارد.	۲/۳۹	۱/۲۷	۲۶. وقتی آرایش می‌کنم احساس می‌کنم زنانه می‌شوم.
۲/۳۰	۱/۲۲	۲۷. از این که پسری به من ابراز علاقه کند احساس ترس می‌کنم.	۳/۸۸	۱/۲۹	۲۸. به خواندن داستانهای عاشقانه علاقه‌مندم.
۳/۶۶	۱/۴۰	۲۹. عاشق شدن را دوست دارم.	۲/۷۲	۱/۶۱	۳۰. دوست دارم یک پسر بودم.
۳/۷۸	۱/۲۸	۳۱. اشکالی ندارد دخترها هم ورزشهای مردانه انجام دهند.	۳/۵۶	۱/۳۳	۳۲. دوست داشتم مانند پسرها قوی بودم.
۳/۳۷	۱/۳۹	۳۳. دختر هرچه جذاب‌تر باشد محبوب‌تر است.	۳/۹۹	۱/۲۵	۳۴. پسران به ظاهر ما بیشتر توجه می‌کنند.
۲/۳۵	۱/۲۶	۳۵. به نظر من اشتباه است که دختر به ازدواج فکر کند.	۲/۹۶	۱/۲۹	۳۶. به نظرم دختران به طور واقعی به ازدواج فکر نمی‌کنند.
۳/۶۱	۱/۳۵	۳۷. به نظر من پسرها قابل اعتماد نیستند.	۳/۳۲	۱/۳۶	۳۸. یک دختر نباید به مسائل جنسی فکر کند.
۳/۳۶	۱/۴۵	۳۹. به نظر من دختر نباید به پسری بگوید دوستش دارد.	۴/۲۳	۱/۲۲	۴۰. اینکه دختر با کسی رابطه جنسی نداشته باشد برایش یک اعتبار است.
۲/۳۸	۱/۳۹	۴۱. به نظر من اگر دختری به پسری بگوید دوستش دارد، دختر خوبی نیست.	۲/۴۹	۱/۱۵	۴۲. اغلب اوقات تصمیماتم را شانس می‌گیرم.
۴/۱۰	۱/۰۱	۴۳. در شرایط دشوار سعی می‌کنم، محکم باشم.	۳/۶۵	۱/۴۷	۴۴. زنها باید مانند مردها وارد نیروی نظامی شوند.
۳/۹۱	۱/۳۶	۴۵. از اینکه در آینده فقط خانه‌داری و بچه‌داری کنم، بیزارم.	۱/۵۴	۱/۰۴	۴۶. به نظر من دختر آخرش ازدواج می‌کند پس تحصیل برای او فایده ندارد.
۲/۷۰	۱/۴۶	۴۷. ترجیح می‌دهم لباسهای پسرانه و کفش اسپرت بپوشم.	۳/۳۱	۱/۳۲	۴۸. در کارهایم بیشتر از مادرم الگو می‌گیرم.

انحراف معیار	میانگین	گویه	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱/۳۹	۲/۹۵	۵۰. اگر بعد از گرفتن دیپلم فرصت ازدواج برایم فراهم شد ازدواج می‌کنم.	۱/۴۶	۳/۱۷	۴۹. دختر نباید بلند بچندد.
			۱/۰۵	۱/۸۴	۵۱. معمولاً مثل هنرپیشه‌ها لباس می‌پوشم و آرایش می‌کنم.

جدول ۲ نگرش دختران نسبت به نقشهای جنسیتی

انحراف معیار	میانگین	تعداد	نقشهای جنسیتی
۱/۰۵	۲/۹۱	۳۷۵	شستن و خشک کردن ظرفها
۰/۹۸	۲/۰۹	۳۷۵	پخت و پز
۰/۹۳	۱/۷۲	۳۷۲	خرید مایحتاج خانه
۰/۹۶	۱/۶۹	۳۷۴	انجام تعمیرات خانگی کوچک
۱/۱۰	۳/۷۰	۳۷۴	پذیرایی از میهمان
۱/۰۰	۱/۶۶	۳۷۳	بیرون گذاشتن کیسه زباله
۱/۱۴	۳/۱۲	۳۷۴	جارو کردن و گردگیری منزل
۱/۲۹	۳/۵۱	۳۷۵	مرتب کردن رختخواب
۱/۲۱	۳/۸۳	۳۷۵	اتو کردن
۱/۲۳	۲/۳۹	۳۷۴	پاک کردن
۱/۱۷	۳/۴۹	۳۷۵	مرتب کردن خانه

جدول ۳ میانگین پاسخ دختران به مقیاس سنجش هویت زنانه براساس ابزار بی

ردیف	صفت	تعداد	میانگین	انحراف معیار
۱	تسلیم‌پذیر	۳۷۴	۲/۱۸	۱/۰۶
۲	بشاش و خوش‌رو	۳۷۴	۴/۱۵	۰/۹۳
۳	خجالتی	۳۷۲	۲/۵۱	۱/۱۹
۴	مهربان	۳۷۳	۴/۳۱	۰/۸۴
۵	تملق‌پذیر	۳۶۷	۲/۵۰	۱/۱۵
۶	وفادار	۳۷۳	۴/۴۳	۰/۷۸
۷	دارای صفات زنانه	۳۷۲	۲/۶۴	۱/۲۵
۸	همدرد	۳۷۴	۴/۴۳	۰/۸۳
۹	حساس به خواسته‌ها و نیازهای دیگران	۳۷۱	۳/۵۸	۱/۰۹
۱۰	فهمیم	۳۶۷	۴/۰۵	۰/۸۲
۱۱	دل‌سوز	۳۷۵	۴/۳۸	۰/۸۳
۱۲	تسلیمی‌بخش درد و رنج دیگران	۳۷۰	۴/۰۰	۰/۹۸
۱۳	خوش‌بین	۳۷۵	۳/۹۰	۰/۹۴
۱۴	خون‌گرم	۳۷۲	۴/۰۷	۰/۹۹
۱۵	دل‌نازک	۳۷۰	۴/۰۳	۱/۰۷
۱۶	ساده‌لوح	۳۷۲	۴/۸۵	۱/۳۷
۱۷	بچه‌گانه رفتار کردن	۳۷۰	۲/۱۵	۱/۱۶
۱۸	دارای عفت کلام	۳۷۰	۳/۹۷	۰/۹۶
۱۹	دوستدار بچه	۳۷۱	۳/۶۳	۱/۴۵
۲۰	آرام و ملایم	۳۷۲	۳/۷۳	۱/۱۰

جدول ۴ میانگین پاسخ دختران به مقیاس سنجش هویت مردانه براساس ابزار بی

ردیف	صفت	تعداد	میانگین	انحراف معیار
۱	متکی به خود	۳۷۴	۳/۷۷	۰/۶۷
۲	پای حرف خود ایستادن	۳۷۲	۴/۱۴	۰/۸۶
۳	مستقل	۳۷۱	۳/۵۰	۱/۰۸
۴	دارای خوی ورزشکاری	۳۷۴	۳/۵۸	۱/۲۱
۵	دارای اعتماد به نفس	۳۷۱	۳/۷۴	۱/۱۳
۶	دارای شخصیت قوی	۳۷۵	۳/۹۷	۰/۹۳
۷	قوی بنیه و نیرومند	۳۷۲	۳/۵۶	۱/۱۲
۸	نکته‌سنج	۳۶۷	۳/۹۱	۰/۹۸
۹	توانایی هدایت دیگران	۳۶۶	۳/۸۲	۰/۹۲
۱۰	ریسک‌پذیر	۳۷۱	۳/۴۲	۱/۱۷
۱۱	راحت تصمیم گرفتن	۳۷۴	۳/۳۸	۱/۱۸
۱۲	خودکفا	۳۷۱	۳/۶۱	۱/۰۰
۱۳	سلطه‌گر	۳۶۸	۲/۵۳	۱/۱۸
۱۴	دارای صفات مردانه	۳۷۰	۲/۱۰	۱/۲۴
۱۵	قادر به موضع‌گیری سریع	۳۶۸	۳/۳۹	۱/۱۱
۱۶	پرخاشگر	۳۷۱	۲/۸۷	۱/۱۷
۱۷	رهبرمنش	۳۶۵	۲/۹۲	۱/۳۰
۱۸	خود برای خود تصمیم گرفتن	۳۶۸	۳/۶۹	۱/۰۳
۱۹	رقابت‌جو	۳۷۲	۳/۵۵	۱/۲۰
۲۰	بلندپرواز	۳۷۴	۳/۵۱	۱/۳۰

جدول ۵ میانگین نگرش دختران نسبت به کلیشه‌های جنسیتی

انحراف معیار	میانگین	تعداد	زوج صفات
۱/۱۵	۳/۷۳	۳۶۹	مصمم - مردد
۰/۹۶	۴/۲۴	۳۷۳	زشت - زیبا
۱/۱۵	۳/۶۴	۳۷۲	ضعیف - قوی
۱/۱۱	۳/۷۵	۳۷۳	سریع - کند
۱/۰۴	۴/۰۷	۳۷۱	فعال - منفعل
۱/۰۰	۴/۰۷	۳۷۳	زرنگ - تئبل
۱/۴۴	۳/۰۸	۳۷۵	وابسته - مستقل
۱/۰۸	۴/۰۲	۳۷۴	بالاراده - بی‌اراده
۱/۲۶	۳/۴۵	۳۷۵	ترسو - شجاع
۱/۱۸	۳/۷۷	۳۷۴	غیرمنطقی - منطقی
۰/۹۴	۴/۲۰	۳۷۴	باهوش - کم‌هوش
۱/۱۶	۲/۱۲	۳۷۵	خشن - ملایم
۱/۲۷	۳/۲۱	۳۷۴	پررو - کمرو
۱/۲۹	۳/۸۷	۳۷۵	احساسی - خونسرد

منابع

- آبوت، پاملا، کلروالاس (۱۳۸۰)، *جامعه‌شناسی زنان*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.
- آکین، سوزان مولر (۱۳۸۳)، *زن از دیدگاه فلسفه سیاسی غرب*، ترجمه و تألیف ن - نوری‌زاده، تهران: قصیده‌سرا و انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- ال‌رک، پاملا ال. و رابرت بی. ستل (۱۳۸۰)، *درسنامه پژوهش پیمایشی: رهنمودها و استراتژی‌هایی برای انجام دادن پیمایش*، ترجمه مه‌راندخت نظام شهیدی و دیگران، تهران: انتشارات آگه.
- بلوتی، النا جانینی (۱۳۷۷)، *اگر فرزند دختر دارید...* (جامعه‌شناسی و روان‌شناسی شکل‌گیری شخصیت در دخترها)، ترجمه محمدجعفر پوینده، تهران: نشرنی.
- بندک، وولفگانگ (بهار ۱۳۸۳)، «از زن تا جنسیت: تغییر در دیدگاه ذهنی جنسیت و روابط مبتنی بر جنسیت»، ترجمه لیلا عنصری، *فصلنامه فرهنگی پژوهشی مرکز امور مشارکت زنان*، شماره ۶.
- بیکر، ترزال (۱۳۷۷)، *نحوه انجام تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: انتشارات روش.
- حجازی و همکاران (۱۳۸۰)، *باورهای جنسیتی دانش‌آموزان شهر تهران، رابطه آن با رضایت‌مندی روانی اجتماعی*، تهران: دفتر توسعه و برنامه‌ریزی وزارت آموزش و پرورش.
- ستاری، جلال (۱۳۷۳)، *سیمای زن در فرهنگ ایران*، تهران: نشر مرکز.
- سراج‌زاده، سیدحسین و فاطمه جواهری (۱۳۸۵)، «برابری‌گرایی جنسیتی در میان دانشجویان و متغیرهای زمینه‌ای و نگرشی مرتبط با آن»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفتم، شماره ۲.
- شارون، جوئل (۱۳۸۰)، *ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- ذکایی، محمدسعید و معصومه قاراخانی (۱۳۸۶)، «دختران جوان و تجربه زنانگی»، *فصلنامه پژوهش زنان*، دوره پنجم، شماره ۱.
- رابرتسون، یان (۱۳۷۲)، *درآمدی بر جامعه*، ترجمه حسین بهروان، مشهد: آستان قدس رضوی.
- روش بلاو، آن ماری. اسپنله (۱۳۷۲)، *مفهوم نقش در روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه ابوالحسن سروقدمقدم، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- ظهوروند، راضیه (۱۳۸۳)، «رابطه ادراک از نقشهای جنسیتی و رضایت از جنس»، *پژوهش زنان*، دوره دوم، شماره ۲.
- فریدمن، جین (۱۳۸۱)، *فمینیسم*، ترجمه فیروزه مهاجر، تهران: انتشارات آشیان.
- گرت، استفانی (۱۳۸۰)، *جامعه‌شناسی جنسیت*، ترجمه کتابیون بقایی، تهران: دیگر.
- گرنر، تونی (۱۳۸۱)، *زن بودن*، ترجمه فروزان گنجی‌زاده، تهران: نشر ورجاوند.
- گولومبوک، سوزان؛ رابین فی‌وش (۱۳۷۸)، *رشد جنسیت*، ترجمه مه‌رناز شهرآرای، تهران: انتشارات ققنوس.
- گولد، جولویوس و ویلیام ل. کولب (۱۳۷۶)، *فرهنگ علوم اجتماعی*، ترجمه جمعی از مترجمان، ویراستار محمدجواد زاهدی مازندرانی، تهران: انتشارات مازیار.

گیل، دیوید و بریجت آدمز (۱۳۸۴)، *الفبای ارتباطات*، ترجمه رامین کریمیان، مهرا م مهاجر و محمد نبوی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

لوید، ژنویو (۱۳۸۱)، *عقل مذکر: زنانگی و مردانگی در فلسفه غرب*، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران: نشر نی.

لایت، آلیسون (۱۳۸۲)، «بازگشت به ماندولی»، در *زن و ادبیات (سلسله پژوهش‌های نظری درباره مسائل زنان)*، گزینش و ترجمه منیژه نجم‌عراقی، مرسده صالح‌پور و نسترن موسوی، تهران: نشر چشمه.

میرزایی، سیدآیت‌الله (۱۳۸۴)، بررسی گرایش پسرهای جوان به ارزشهای مردانگی، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی*، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

میل، جان استوارت (۱۳۷۹)، *انقیاد زنان*، ترجمه علاءالدین طباطبایی، تهران: انتشارات هرمس.

نجم‌عراقی، منیژه (۱۳۸۲)، *زن و ادبیات (سلسله پژوهش‌های نظری درباره مسائل زنان)*، گزینش و ترجمه منیژه نجم‌عراقی، مرسده صالح‌پور و نسترن موسوی، تهران: نشر چشمه.

هاید، جانث شیبلی (۱۳۸۴)، *روانشناسی زنان (سهم زنان در تجربه بشری)*، ترجمه اکرم خمسه، تهران: انتشارات آگه، ارجمند.

همیلتون، پیتر (۱۳۸۰)، *شناخت و ساختار اجتماعی*، ترجمه حسن شمس‌آوری، تهران: نشر مرکز.

- Bem, S.L. (1947), "the Measurement of Psychological Androgyny", *Jurnal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155 – 62.
- Beynon, J. (2002), *Masculinities and Culture*, Bukingham: Open University Press.
- Burr, V. (1998), *Gender and Social Psychology*, London: Routledge.
- Cod, Lorraine (eds) (2002), *Encyclopedia of Feminis, Theories*, USA and Canad: Routledge.
- Coltrane, S. (1994), Theorizing Masculinities in Contemporary Social Science, in : H. Brod and M. Kaufman (eds), *Theorizing Masculinities*, Thosand Oaks, Calif: Sage.
- Jolly, Susie (2002), *Gender and Cultural Chenge*, Institutete of Development Studies.
- Haywood, C. and M. Mac an Ghail (2003), *Men and Masculinities*, Open University Press.
- Lagrange, H. (2000), The Construction of Male Identity and its Vicisitudes, *International Marketing Review*, 17, 3: 155-168.
- Lorber, J. and Susan A. Farrell (1991), "Principles of Gender Construction", in Lorber, J. and Susan A. Farrell, *The social construction of Gender*, London; New Delhi.
- Sorensen, Anne. Scott (2003), *Becoming; Studies in Boys, Men and Masculinity*, Young: Volume 8, Number 4.
- Palan, K. M. (2001), "Gender Identity in Consumer Behavior Reserch: A Litrature Review and Research Agenda", *Academy of Marketing Science Review*, [online] 2001 (10) Available: //WWW.amsreview.org/articles/palan 10- 2001.pdf.
- Pilcher, Jane and Imelda Whelehan (2005), *Fifty key Consept in Gender Studies*, SAGE Publication London; Thousand O ask; New Delhi.

Rozaldo, Michelle Zimbalist (1974), "Woman Cultural, and Sociaty: A Theoretical Overniw" , in: *Michelle Zimbalist and Louise Lamphere, Woman, Cultureal, and Sociaty*, Standford Universlty Press.

West, C. and D.H.Zimmerman (2001), *Doing Gender*, In: Lorber J. and S.A. Farrell (eds), *The social construction of gender*, London; New Delhi.

Archive of SID