

پسرهای جوان و ارزش‌های مردانگی

(پژوهشی در بین دانش‌آموزان متوسطه شهر تهران)

محمدسعید ذکایی، سیدآیت‌اله میرزایی

از دیدگاه سازه‌گرایان، مردانگی سازه‌ای اجتماعی-فرهنگی است که در فرایند اجتماعی شدن به صورت فعالانه کسب می‌شود. بنابراین، مردانگی از ویژگی‌های ذاتی بیولوژیکی، فیزیولوژیکی و یا روان‌شناختی فراتر می‌رود. در این مقاله پاسخ پسرها (مردان جوان) را به ارزش‌های «مردانگی» با مطالعه نگرش‌های آنها نسبت به ارزش‌های یادشده مورد بررسی قرار می‌دهیم. بدین منظور، با اتخاذ رویکردی سازه‌گرایانه و با استفاده از نمونه‌ای معرف دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر تهران، قصد داریم گرایش پسرها را به ارزش‌های مردانه و کلیشه‌های جنسیتی مطالعه نموده و ارتباط پایگاه اجتماعی-اقتصادی و هویت جنسیتی پسران را با این ارزش‌ها مورد توجه قرار دهیم. این پژوهش ضمن اذعان به وجود تنوعی از مردانگی در میان پسرهای دانش‌آموز شهر تهران برخی اختلافات را نیز در زمینه گرایش به ارزش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی در میان آنها نشان می‌دهد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد پسرهایی که نمرات بالاتری در مقیاس مردانگی کسب نموده‌اند نسبت به سایرین گرایش بیشتری به ارزش‌های مردانگی و کلیشه‌های جنسیتی مردانه دارند.

مفاهیم کلیدی: مردانگی، ارزش‌های مردانه، هویت جنسیتی، کلیشه‌های جنسیتی

مقدمه

مردانگی سازه‌ای چندبعدی و بین‌رشته‌ای است که هم مورد توجه ذات‌گرایان^۱ است و هم در

1. essentialists

دهه‌های اخیر با اقبال فراوانی از سوی صاحب‌نظران پارادایم رقیب، یعنی سازه‌گرایان^۱، مواجه شده است. برخلاف ذات‌گرایان که بر ویژگی‌های بیولوژیکی تأکید می‌نمایند، سازه‌گرایان در حوزه‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، مطالعات فرهنگی و مطالعات جنسیت به‌طور عام و مطالعات مردان و پسران به‌طور خاص به این موضوع پرداخته‌اند. از منظر ذات‌گرایان، «مردانگی» معطوف به خصیصه‌های ذاتی جنس مذکر است. این دیدگاه مفهوم «مردانگی» را با «مردی» و «نرینگی» یکی دانسته و اصالت را به «جنس» با مشخصه‌های ذاتی می‌دهد. در دو دهه اخیر، پارادایم سازه‌گرایی با ورود انسان‌شناسان و جامعه‌شناسان و به‌ویژه جامعه‌شناسانی که در سنت مطالعات فرهنگی و بین‌رشته‌ای پژوهش می‌نمایند به عرصه گسترده‌ای برای انواع پژوهش‌ها و مطالعات اجتماعی و فرهنگی پیرامون «مردان» مبدل شده است.

نویسندگان مقاله حاضر - به لحاظ بنیادی - در پی بازگشایی یک عرصه علمی در زمینه «مطالعات مردان» در پاسخ به تحولات اخیر در جامعه ایران به‌ویژه پیرامون موضوع «جنسیت‌ها» هستند. این تحولات، خواسته یا ناخواسته، ما را درگیر موضوعاتی خواهد نمود که طرح آن‌ها پیش از آن چندان مجالی برای چانه‌زنی‌های آکادمیک و علمی به‌دست نمی‌داد. اگر مردان به حکم ضرورت در غرب موضوع مطالعاتی زیر عنوان «مطالعات مردان» قرار می‌گیرند و صیانت از مردانگی و ارزش‌های مرتبط با آن موضوع مورد علاقه‌ای برای گروه‌های «ضد فمینیسم» و هواداران «جنش مردان»^۲ از یک‌سو و انتقاد از مردان و جامعه مردسالار از سوی فمینیست‌ها و هواداران آن‌ها قرار می‌گیرد، این موضوع از منظر محلی‌گرایی (ایران) ممکن است بر چنین زمینه‌ای استوار نباشد، اما با روند جهانی شدن می‌توان طرح این موضوع را در ارتباط با زمینه جهانی‌اش امری ضروری دانست. با وجود این حتی اگر این دلیل تراشی ما چندان مقبول نیفتد، مطالعات انتقادی فمینیست‌ها بهترین دلیل بر مسئله‌مند بودن «مردانگی» است (میدلتون، ۱۹۹۲: ۱۵۹ به نقل از کولیر، ۱۹۹۵: ۷). برخی از صاحب‌نظران حوزه نوپای مطالعات مردان با گرایشی فمینیستی، مناسبات مردان با سایر افراد جامعه را مورد توجه قرار داده‌اند. کریگن^۳ و همکارانش (۱۹۸۵) در این زمینه معتقدند که مردان به‌عنوان افراد در مقوله‌های اقتصادی و اجتماعی و به‌عنوان یک گروه جنسی به لحاظ تاریخی شکل‌یافته به‌طور فزاینده‌ای هم در مورد دیگر مردان و هم به‌ویژه در مورد زنان و کودکان مسئله‌ساز شده‌اند (به نقل از کولیر، ۱۹۹۵: ۷-۸). با این حال باید اذعان داشت که مردان نه تنها درباره مردان دیگر و زنان و کودکان

1. constructionists
3. Carrigan

2. Men's movement

بلکه در مورد خودشان – با توجه به انتظارات اجتماعی و فرهنگی از آن‌ها – نیز مسئله‌ساز شده‌اند. از آنجایی که این مطالعه در پی شناخت مردان و احیاناً تنوعات درون‌گروهی مردان است، به نحوی می‌توان آن را پژوهشی مقدماتی و آغازگر دانست. در این پژوهش، ارزش‌های ذهنی معطوف به مردانگی را در نگرش‌های عینی پسرها، یعنی صورت تحقق‌یافته یا قابل تحقق آن، واکاوی می‌نماییم. با استناد به مطالب پیش‌گفته این پژوهش به دنبال طرح موضوع مردانگی‌ها در مطالعات جنسیتی و تأکید بر مفهوم «جنسیت» در کنار «جنس»، شناسایی تنوع هویت‌های مردانه و شناسایی تفاوت‌های پسران جوان در گرایش به ارزش‌های مردانه می‌باشد.

مبانی نظری

پژوهش درباره مردان قدمتی به اندازه خود دانش دارد، اما تأکید بر مردانگی یا مردان به مثابه افراد صراحتاً جنسیتی شده نسبتاً جدید است (کالترین، ۱۹۹۴: ۴۱). اصطلاح «مردانگی» که از واژه لاتین masculinus مشتق شده است (پیترسن، ۱۹۹۸ به نقل از وایتهد، ۲۰۰۲: ۱۴) – تازه از اواسط سده هجدهم به این طرف کاربرد داشته است. در مقابل، اصطلاحات «مردگونه^۱» و «مردانه بودن» در ادوار پیش‌تر از آن نیز در ادبیات انگلیسی رایج بوده‌اند و برحسب جایگاه طبقاتی و اجتماعی ممکن بود به شکل صفاتی چون «روراستی، سادگی مردانه، صراحت و درستکاری بی‌غل و غش» رخ بنماید و با استقامتی صبورانه و توانایی فکری، «غیرزنانه بودن»، «استقامت در برابر مرگ و شکنجه» (ماس، ۱۹۶۱: ۱۹۵ به نقل از وایتهد، ۲۰۰۲: ۱۴) و در ادبیات فارسی با «شجاعت، دلیری، بهادری، دلاوری، تهور، مردی، جوانمردی، فتوت، بزرگواری، بلند همتی، همت، غیرت، حمیت، گذشت و اغماض» آمیخته و در ارتباط بود (دهخدا، ۱۳۳۷).

اگرچه در اواخر قرن هجدهم شکلی آرمانی از مردانگی – شامل ویژگی‌های جسمانی، بنیه جنسی، پایبندی اخلاقی و التزام به تمدن – به گونه‌ای برجسته ظهور یافته بود (ماس، ۱۹۹۶ به نقل از وایتهد، ۲۰۰۲: ۱۵)، با این حال، هیچ‌وقت تعریف واضح و مطلق از معنای مرد بودن وجود نداشت. در آن دوره نیز، همچون امروز، مفهوم مردانه بودن پیوسته در معرض تصرف کسانی قرار داشت که دارای برنامه کار وسیع‌تر و احتمالاً ایدئولوژیک بودند – کسانی همچون سیاست‌مداران، پیشوایان دینی و نظامی. با وجود این، عموماً چنین برداشت می‌شود که در یک قرن و آندی پیش، مردانه بودن مفهومی کمتر سیال و کمتر پذیرای تفسیر فردی و اساساً چیزی

1. Manly

تلقی می‌شد که برای نیل به آن می‌بایست آشکارا تلاش کرد و از آن به‌عنوان یکی از دستاوردهای بلوغ مردانه استقبال نمود (روپر و تاش، ۱۹۹۱ به نقل از وایتهد، ۲۰۰۲: ۱۵).

با نگاهی به اصطلاحات و تعابیر متعددی که در دوره‌های قبل برای توصیف «مرد» به کار می‌رفته، می‌توان تا حدی به شکل‌پذیری مفهوم مردانگی پی برد. معلوم می‌شود که مفهوم مردانگی به هیچ‌وجه صفت یا خصیصه‌ای ذاتی نیست. بلکه به لحاظ تاریخی متغیر است و هم در درون گروه‌بندی‌های اجتماعی و هم از این گروه‌بندی به آن یکی در معرض تغییر است. مفهوم مردانگی آن‌گونه که وایتهد معتقد است، «حاوی هشدار است به همه نظریه‌پردازان جنسیت، که مفاهیم «مردان و مردانگی» همیشه تا اندازه‌ای به‌مثابه فرآورده‌های آرمانی باقی می‌مانند؛ فرآورده‌هایی که نماینده شرایط اجتماعی زمانه و نیز «حقایق» ایدئولوژیک یا گفتمانی غالب‌اند» (وایتهد، ۲۰۰۲: ۱۶-۱۷).

در قرن بیستم سه رهیافت عمده به «علم مردانگی»^۱ بود. اولی مبتنی بر دانش کلینیکی اخذ شده از روان‌درمانگرها و مبتنی بر آرای فروید بود. رهیافت دوم بر روان‌شناسی اجتماعی و متمرکز بر عقاید عامیانه رایج در خصوص نقش جنسی بود. سومین رهیافت دربرگیرنده تحولات اخیر در انسان‌شناسی، تاریخ و جامعه‌شناسی بود (کانل، ۱۹۹۵: ۷). تا پیش از دهه ۱۹۵۰، مطالب بسیار اندکی – دست‌کم به مفهومی پرسش‌گرانه یا نقادانه و مبتنی بر رهیافت اخیر – راجع به مردان و مردانگی نوشته شده بود. مثلاً مطالعه ترمن و مایلز (۱۹۳۶) در مورد مردان و زنان نشان می‌دهد که در فرهنگ‌های غربی مردان به‌طور کلیشه‌ای پرخاشگر، رقابت‌جو و تأثیرگذار تلقی شده‌اند، در حالی که زنان تأثیرپذیر، مشارکت‌جو و حساس هستند (به نقل از استتس و برک، ۱۹۹۷).

تقریباً از دهه ۱۹۷۰ مردان به این فکر افتادند که هویت خود را مورد سؤال قرار دهند و به پیروی از فمینیست‌ها که وظایف سنتی زن را مورد اعتراض قرار دادند، برخی از مردان نیز در صدد برآمدند که خویشتن را از زیر بار الزامات «توهم مردی» رها سازند (بادانتر، ۱۳۷۷: ۱۴). دو عامل موجب تغییر این روند شد: نخست آن‌که، تفکر فمینیستی، به‌ویژه با تأثیرپذیری از اثر کلاسیک سیمون دوبووار (۱۹۷۳، [۱۹۵۳]) نضج گرفت؛ و ثانیاً، نخستین مراحل «فروپاشی» کاپیتالیزم (لش و اری، ۱۹۸۷) در دنیای صنعتی شده احساس شد. آن‌چه تا آن زمان به‌مثابه امری ایجابی، ثابت و مسلم فهمیده می‌شد – یعنی مردانگی – به سرعت شکل یک معضل را به خود گرفت (وایتهد، ۲۰۰۲: ۲۰).

اما دهه ۱۹۸۰ دوره پراهمیتی برای ظهور «جامعه‌شناسی مردانگی»^۱ بود. در پی تحقیقات صورت گرفته در این دهه بود که چارچوب تئوریک و سیاسی مطرح شده، آغازی برای پژوهش‌های آتی بود (وایتهد، ۲۰۰۲). اختلاف نظرهای رایج در پژوهش‌های مرتبط با مردان و مردان هوادار جنبش زنان در این دوره حاکی از تلاش برای دستیابی به یک مفهوم‌سازی انعطاف‌پذیر و پویاتر برای «مردانگی» است (هرن، ۱۹۸۷؛ کانل، ۱۹۹۵؛ براد و کافمن، ۱۹۹۴؛ کالترین، ۱۹۹۴؛ وایتهد، ۲۰۰۲؛ هیوود و مک‌ان‌گیل، ۲۰۰۳). آن‌ها مردانگی را به‌عنوان یک سازه اجتماعی^۲ مطرح کردند که به‌شدت در بند فعالیت‌های فرهنگی است. در واقع آن‌ها موضوعی را طرح کردند که هم به لحاظ تئوریک و هم در عمل دربرگیرنده مردانگی قوی‌تر و ریشه‌دارتری است که مجموعه‌ای از ارزش‌ها و عقاید رقابتی و همپوش یا «سیاست جنسیتی»^۳، مؤید شیوه‌های مرد بودن را می‌پذیرد. همچنین به‌نظر می‌رسد تغییری مفهومی در حال ظهور است که مردانگی را براساس ساختار فعالی از مناسبات جنسیتی^۴ در موقعیت‌های متفاوت اجتماعی می‌نگرد (فرانک و کهلر، ۲۰۰۰). پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که مردان در عرصه جهانی به درستی برداشت مشترکی از مردانگی ندارند، همان‌طور که انسان‌شناسان بررسی نمودند، مردانگی به لحاظ فرهنگی به شیوه‌های خاصی وضع، تفسیر و تجربه شده است (فرانکلین، ۱۹۸۴؛ گیل‌مور، ۱۹۹۰؛ کورنول و لیندیسفان، ۱۹۹۴ به نقل از باینن، ۲۰۰۲: ۲). بر پایه رویکردهای اخیر، جنس بیولوژیکی تنها عامل تعریف زن بودن یا مرد بودن نیست. بلکه ارزش‌ها و انتظارات اجتماعی و تصورات کلیشه‌ای از نقش‌های جنسیتی حکم‌مذکر به «مردانه بودن» و مؤنث به «زنانه بودن» در یک فرهنگ را تعیین می‌کنند (فرانکلین، ۱۹۸۴؛ لاندین، ۱۹۸۵؛ هاریس، ۱۹۹۴ به نقل از سوگیهارا، ۱۹۹۹). بنابراین، مردان با مردانگی به‌عنوان بخشی از ساختار ژنتیکی‌شان متولد نمی‌شوند، بلکه مردانگی چیزی است که مقارن با فرهنگ‌پذیری و فراگیری قواعد اجتماعی رفتار توسط مردان بازتولید می‌شود (باینن، ۲۰۰۲: ۲). قواعد اجتماعی رفتارهای مردانه (در این‌جا در ارتباط با پسرها) را می‌توان در توجه به آنچه پولاک (۱۹۹۸) آن را «قواعد پسری»^۵ می‌نامد پی‌گرفت. از نظر پولاک قواعد پسری یکسری قواعد نانوشته و ناگفته رفتار است که در طول نسل‌های متمادی به‌وجود آمده‌اند. قواعد می‌گویند پسرها باید پرطاقت و بی‌توجه به درد باشند. به عقیده وی جامعه باعث می‌شود پسرها عواطف‌شان را پنهان کنند. از نظر وی پسرها دارای «ماسکی از مردانگی» برای پنهان کردن

1. Sociology of Masculinity

2. Social Construct

3. Gender Politics

4. Gender Relations

5. Boy code

احساسات، صدمات، شرمندگی‌ها و ضعف‌هایشان هستند (به نقل از پاملا، ۱۹۹۸). مردان پیوسته در توجه به عقاید فرهنگی و عطف به مردانگی پذیرفته شده و مورد انتظار که آن‌ها را به سمت تقویت ویژگی‌های خاص نظیر رفتار کردن به شیوه‌هایی متمایز، اجبار در انتخاب‌های محتوم و حفظ انواع خاصی از مناسبات هدایت می‌کند سنجیده شده‌اند. در مقابل از آن‌ها انتظار می‌رود از ابراز عواطف خاصی خودداری کنند وگرنه ممکن است باعث ناکامی آن‌ها در تناسب با مدل مسلط^۱ مردانگی شود (کوهن، ۲۰۰۱: ۱). بحث از «مدل مسلط» مردانگی اذعان به وجود «مردانگی‌های متعدد» و مشروط به تفوق گونه‌های خاصی از مردانگی بر دیگران است (کانل، ۱۹۹۵؛ کیمل و مسنر، ۱۹۹۸؛ مسنر و اشمیت، ۱۹۹۳ به نقل از کوهن، ۲۰۰۱: ۱). از این دیدگاه، مدل‌های مردانگی به لحاظ فرهنگی هم پویا و هم متغیر هستند. آن‌ها در طی زمان تغییر می‌یابند (کیمل، ۱۹۹۶)، از این سو به آن سو فرق می‌کند (گیلمور، ۱۹۹۰) و در یک زمان و مکان معین با حمایت از دیگر نسخه‌های مردانگی برای فرهنگ مسلط چالشی محسوب شده‌اند (کیمل، ۱۹۹۴ و کانل، ۱۹۹۵ به نقل از کوهن، ۲۰۰۱: ۱).

از این منظر یک شخص مذکر برای منظوره‌های متفاوتی می‌بایست مردانگی کافی داشته باشد تا به‌عنوان عضوی از جامعه از حقوق کامل برخوردار گردد و آنان که قادر به احراز آن نیستند از پی‌آمدهای آن آسیب می‌بینند. افرادی که برخی از معیارهای مردانگی را نداشته باشند، کل صفت مردانگی و جنسیت آن‌ها مورد قضاوت و سؤال قرار می‌گیرد و آن‌ها به‌عنوان یک مرد واقعی شناخته نمی‌شوند (ناک، ۱۳۷۹: ۱۰۶-۱۰۷). در این باره ناک می‌نویسد:

عبارت «مرد باش» که کراراً شنیده می‌شود دلالت بر آن دارد که اولاً مرد بودن بدون بیان و یادآوری آن استمرار نمی‌یابد و [...] مرد بودن مستلزم زحمت است و برای حفظ آن تلاشی نیاز است که زنان برای حفظ زنانگی خود به آن نیاز ندارند. ندرتاً به‌عنوان یک نصیحت عبارت «یک زن باش» شنیده می‌شود در حالی که در اغلب جوامع پسرپسند، پسران نوجوان و حتی مردان بالغ با عبارت «مرد باش» مورد تشویق و نصیحت قرار می‌گیرند (ناک، ۱۳۷۹: ۱۰۸).

بنابر مطالب پیش‌گفته، سازه‌گرایان و به‌ویژه پژوهش‌گران رشته «مطالعات مردان» می‌کوشند تا «ساختارپذیری» آدمی (در این‌جا مردان) را نشان دهند. به اتکای تحقیقات «مردم‌شناسی اجتماعی» و «مردم‌شناسی فرهنگی و پژوهش‌های اخیر تاریخی و جامعه‌شناسی درباره‌

1. predominant model

جنسیت مذکر و جنسیت مؤنث، این محققان تأیید می‌کنند که الگوی واحد فراگیری از جنس مذکر که در همهٔ زمان‌ها و مکان‌ها صادق باشد وجود ندارد (بادنتر، ۱۳۷۷: ۴۷-۴۸). این تفکر مردانگی را ساختاری اجتماعی مجسم می‌کند که مردان را به سمت پذیرش مسئولیت، کار، تولید و عدم وابستگی سوق می‌دهد. وضعیت مردانگی شخص را، علی‌رغم بی‌میلی وی، به سمت توجه و پرداختن به دنیای واقعی هدایت می‌کند. چنین تفکری در مورد جنسیت توجه ما را به این نکته جلب می‌کند که نظام‌های اجتماعی مکرراً تکوین مردانگی را تقویت می‌کنند (ناک، ۱۳۷۹: ۱۱۴). سازه‌گرایان همچنین بر خصلت اجتماعی و تعاملاتی مردانگی در توجه به شیوهٔ زندگی و زمینهٔ اجتماعی تعاملات مردانه تأکید می‌نمایند. دیوید مورگان و وجودیت باتلر با الهام از اندیشهٔ گافمن، ضمن تأکید بر خصلت پویا و تعاملی، مردانگی را «نمایش گافمنی»^۱، یا «مهارت نمایشی»^۲ (کلمن، ۱۹۹۰) و کریستین (۱۹۹۵) آن را «دست‌آورد موقعیتی» می‌داند (به نقل از باینن، ۲۰۰۲: ۱۱).

از این دیدگاه، هویت مستقل یک مرد جوان غالباً با گروه همسالان و از طریق روابط دوستانه و تعاملی و بعدها در رابطه با جنس دیگر تکمیل می‌شود (لاگرانژ، ۲۰۰۱: ۱۶۴ و کاتز، ۱۹۸۶ به نقل از استتس و برک، ۱۹۹۷) و مردانگی فعالیتی عقلانی و حرکتی فعالانه، ارتباطی و در نتیجه آزاد، انعطاف‌پذیر و ناهمگن فرض می‌شود. با این حال در مورد جوانان باید توجه داشت که ویژگی‌های مردانهٔ جوانان را می‌توان با توجه به روش زندگی و جایگاه آن‌ها در بافتی گسترده‌تر بررسی و نقد کرد (فروش و همکاران، ۲۰۰۲). بنابراین، از این دیدگاه مردانگی اشاره به دامنه‌ای از کیفیت‌های فیزیکی، رفتاری و نگرشی دارد که آن‌چه را برای مرد بودن در هر زمینهٔ تاریخی و فرهنگی معنی می‌دهد مشخص می‌کند (*دایرة‌المعارف نظریه‌های فمینیست*، ۲۰۰۲: ۳۲۲-۳۲۳).

بر اساس دیدگاه سازه‌گرایانه، عوامل اجتماعی فرد مذکر را به مرد تبدیل کرده، وی را در همان موقعیت نگاه می‌دارند و در نهایت اثر این‌گونه عوامل قسمتی از هویت مردان می‌گردد. به طوری که در بسیاری از جنبه‌ها و در بیشتر زندگی مردان، نیرویی که وی را مجبور به حفظ مردانگی می‌کند دیگر به صورت فشار خارجی احساس نمی‌شود. بلکه تمایل به عملکرد متناسب با نیازهای صفت مردانگی امری ذاتی به نظر خواهد رسید. به بیان دیگر، کسب و صیانت مردانگی به تمایلی درونی تبدیل می‌شود که مردان تا به انتها پی‌گیر آن خواهند بود (ناک، ۱۳۷۹: ۱۱۴-۱۱۵).

1. Goffmanesque Presentation

2. Dramaturgical Accomplishment

با توجه به مطالب پیش گفته و براساس منطق حاکم بر پدیده‌های اجتماعی، اگر بپذیریم که «پدیده‌های اجتماعی از خصلتی پویا برخوردارند»، و «زنانگی و مردانگی نیز پدیده‌هایی اجتماعی هستند»، آنگاه نتیجه منطقی چنین استدلالی این خواهد بود که «زنانگی و مردانگی پدیده‌های اجتماعی پویایی هستند». بنابراین، آنگونه که دوبار عنوان می‌کند «هیچ‌کس زن متولد نمی‌شود، بلکه تبدیل به زن می‌شود؛... تمدن به‌طور کلی است که این موجود را تولید می‌کند...» (به نقل از سلدن و ویدوسون، ۱۳۷۷: ۲۶۱). اگر زنانگی امری اجتماعی است، پس مردانگی نیز امری اجتماعی تلقی می‌شود. ما نیز می‌توانیم بر همین اساس استدلال نماییم که «هیچ جنس مذکری مرد متولد نمی‌شود، بلکه تبدیل به «مرد» می‌شود و این جامعه است که موجودی با مختصات مردانه به‌وجود می‌آورد». با ابتنا بر استدلال‌های پیش‌گفته، «مردانگی نظامی از الگوهای عاداتی پاسخگویی در زندگی روزمره مردان یا مجموعه‌ای از رفتارهای آموخته و پیامدهای آنهاست، که عناصر سازنده آن در میان مردان یک جامعه خاص مشترک است و از راه آموزش به آنها منتقل می‌شود». و اگر بر ویژگی تکوینی و تصنعی مردانگی تأکید ورزیم، آنگاه «مردانگی شامل همه شیوه‌های رفتاری است که از طریق کنش متقابل ارتباطی و با کمک نظام نمادین، و نه به‌صورت موروثی، به مردان نسل جدید منتقل می‌شود». بنابراین «مردانگی محصول کنش متقابل اجتماعی است و پذیرش مردانگی در ذیل رفتارهای فرهنگی بدان معناست که عادات مردان برحسب الگوهای فرهنگی خاص مردان که از پیش تعیین شده مشخص می‌شود». در مورد نمونه مورد مطالعه ما که انعکاسی از فرهنگ مردانه رایج در جامعه ماست، این الگوهای فرهنگی را می‌توان در قالب نقش‌ها، کلیشه‌ها و ارزش‌های رایج در فرهنگ مردانه ایرانی مشاهده و ملاحظه نمود.

فرضیات پژوهش

همان‌گونه که می‌دانیم، از نظر سازه‌گرایان «جنسیت» (مردانگی/زنانگی) پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. آنها استدلال می‌کنند که ساخت اجتماعی و فرهنگی جامعه هویت جنسیتی افراد آن جامعه را شکل می‌دهد. این بدان معنی است که هویت جنسیتی افراد جامعه متناسب با ساخت اجتماعی و فرهنگی آن جامعه ریشه در باورها، ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها، نقش‌ها و نمادهای خاص آن جامعه دارد که طی فرایند جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری افراد آن جامعه تکوین می‌یابد. بر این اساس، پایگاه اجتماعی-اقتصادی خاص به منزله ساخت اجتماعی و فرهنگی بر سازنده هویت‌های جنسیتی متناسب با آن پایگاه است. بنابراین در این پژوهش انتظار داریم:

۱. بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا تر/پایین تر) و هویت جنسیتی (مردانه/زنانه)^۱ / دو جنسیتی/نامتمایز) رابطه وجود داشته باشد.
- با تعمیم دیدگاه سازه‌گرایان می‌توانیم استدلال نماییم که پایگاه اجتماعی-اقتصادی خاص به‌مثابه ساخت اجتماعی و فرهنگی برگرایش به ارزش‌های جنسیتی خاصی تأثیر می‌گذارد. لذا می‌توان انتظار داشت که پسرهای متعلق به پایگاه‌های اجتماعی-اقتصادی متفاوت، گرایش‌های متفاوتی به ارزش‌های جنسیتی داشته باشند. مطابق با این استدلال فرضیه زیر را مطرح می‌سازیم:
۲. بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا تر/پایین تر) و گرایش به ارزش‌های مردانه رابطه وجود دارد.
- همچنین با تعمیم دیگری، از دیدگاه نظری سازه‌گرا، پایگاه اجتماعی-اقتصادی خاص به‌مثابه ساخت اجتماعی-فرهنگی می‌تواند برگرایش به کلیشه‌های جنسیتی خاصی تأثیر بگذارد. بر این اساس می‌توان انتظار داشت که پسرهای متعلق به پایگاه‌های اجتماعی-اقتصادی متفاوت، گرایش متفاوتی به کلیشه‌های جنسیتی داشته باشند. فرضیه حاصل از گزاره مذکور به شرح زیر است:
۳. بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا تر/پایین تر) و گرایش به کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.
- بر اساس دیدگاه سازه‌گرایی، مردانگی دارای ابعاد متنوعی می‌باشد. ابعاد مشخص یا عناصر دانش مربوط به مردانگی دربرگیرنده ارزش‌ها، نقش‌ها، کلیشه‌ها، نگرش‌ها، رفتارها، صفات و مشاغل مرتبط با تنوع مردانگی‌ها می‌باشد. با استناد به گزاره مذکور می‌توان فرضیات زیر را مطرح نمود:
۴. بین هویت جنسیتی (مردانه/زنانه/دو جنسیتی/نامتمایز) و گرایش به ارزش‌های مردانه رابطه وجود دارد.
۵. بین هویت جنسیتی (مردانه/زنانه/دو جنسیتی/نامتمایز) و گرایش به کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.
۶. بین گرایش به ارزش‌های مردانه و گرایش به کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.

۱. به دلیل نسبت اندک پسرهای با هویت زنانه در نمونه، گروه مذکور را در محاسبات آماری کنار گذاشتیم.

مفاهیم و متغیرهای پژوهش

ارزش‌های مردانه

برای مطالعه ارزش‌های مردانه ناگزیریم به مطالعه نگرش‌های مردانه بپردازیم. تعریف نگرش‌ها و ارزش‌ها به هم وابسته است. چنان‌که «ارزش برگردان عینی نگرش است». و «نگرش بر گردان فردی ارزش اجتماعی است». نگرش تمایلی فردی به واکنش منفی یا مثبت در برابر ارزش اجتماعی معین است. بسیاری از جامعه‌شناسان معتقدند که ارزش‌ها عبارتند از «هر امر داده‌شده‌ای که دارای محتوای تجربی باشد و در دسترس اعضای این یا آن گروه اجتماعی قرار داشته باشد و دارای آن‌چنان معنایی باشد که برحسب آن موضوع عمل قرار گیرد» (گولد و کلب، ۱۳۷۵: ۸۶۴). گیدنز بر این عقیده است که ارزش‌ها عبارتند از «عقایدی که افراد یا گروه‌های انسانی درباره آن‌چه مطلوب، مناسب، خوب یا بد است دارند. ارزش‌های مختلف نمایان‌گر جنبه‌های اساسی تنوعات در فرهنگ انسانی است. آن‌چه را افراد ارج می‌نهند به شدت از فرهنگ ویژه‌ای که در آن زندگی می‌کنند تأثیر می‌پذیرد» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۷۸۷-۷۸۸). بنابراین ارزش‌های مردانه به عقایدی اطلاق می‌شود که مردها و حتی زنان برای مردان مناسب و مطلوب تشخیص می‌دهند و فرهنگ جامعه با در اختیار قرار دادن آن‌ها، ملاک عمل مردان را تعیین می‌کند. در این پژوهش «ارزش‌های مردانه» را به‌عنوان متغیر وابسته تحقیق با استفاده از الگویی که پسران جوان در نگرش نسبت به ابعاد مختلف مفهوم مردانگی نمایش می‌دهند مورد مطالعه قرار داده‌ایم.

بدین منظور، نگرش‌های مردانه پسرها را با استفاده از یک مقیاس ۴۸ گویه‌ای سنجیده‌ایم. گویه‌های مقیاس مذکور از میان تعداد بیشتری گویه‌های دارای اعتبار معیار (برای مثال، ر.ک. بارون، ۱۹۹۶؛ هوفشتمه، ۱۹۹۸؛ استتس و برک، ۱۹۹۷؛ کیمبرل، ۲۰۰۱؛ پاملا، ۱۹۹۸) و سازه استخراج شدند. و پس از چندین بار تغییر با اظهار نظر چند جامعه‌شناس به‌طور مکرر اصلاح و تعدیل شد که از این حیث از اعتبار صوری نیز برخوردار است. با این حال با انجام دادن تست مقدماتی برخی از گویه‌های نامربوط حذف و سرانجام گویه‌های یادشده برای سنجش گرایش پسرهای جوان به ارزش‌های مردانه انتخاب شدند. یادآوری می‌شود که مقیاس مذکور بر روی طیف پنج درجه‌ای لیکرت تنظیم شده بود (برای مطالعه گویه‌های مذکور بنگرید به میرزایی، ۱۳۸۴).

تصورات قالبی جنسیتی^۱

کلیشه‌های جنسیتی مجموعه‌ای سازمان‌یافته از باورها درباره خصوصیات همه اعضای گروهی خاص است. پس کلیشه یا تصور قالبی به معنی مجموعه باورهایی است درباره این‌که

1. gender stereotype

زن یا مرد بودن به چه معناست. کلیشه‌ها دربرگیرنده اطلاعاتی درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل است (اشمور، دل‌بکا و وهلرز، ۱۹۸۶؛ دوو و لویز، ۱۹۸۴؛ هیوستون، ۱۹۸۵ و ۱۹۸۳ به نقل از گولومبوک و فی‌وش، ۱۳۷۸: ۲۶) و اغلب با جنسیت شخص نظیر ابزاری بودن مردان و ابزاری بودن زنان پیوند خورده است (اسپنس و هلمریش، ۱۹۷۸ به نقل از استتس و برک، ۱۹۹۷). در این پژوهش مقیاس سنجش‌گرایش پسرهای جوان به کلیشه‌های جنسیتی را با شانزده صفت متضاد بر روی طیف پنج درجه‌ای برش قطبین تنظیم نمودیم تا پسرها متناسب با نظرشان به آن‌ها پاسخ دهند. چنین مقیاس‌هایی به‌زعم آلرک و ستل، معمولاً برای اندازه‌گیری تصویر ذهنی و فراهم کردن نیمرخ به کار می‌رود (آلرک و ستل، ۱۳۸۰: ۶۲۲).

هویت جنسیتی^۱

متغیر هویت جنسیتی شاخصی است برای سنجش مردانگی، زنانگی و ترکیبات آن دو، یا به‌زعم استتس و برک (۱۹۹۷) هویت جنسیتی، که بر معانی درونی شده مرتبط با نقش مرد/زن در افراد جامعه استوار است. برای سنجش هویت جنسیتی از دهه ۱۹۳۰ به این طرف ابزارهای متعددی ساخته شده است. در این پژوهش به‌منظور سنجش هویت جنسیتی پسران مقطع متوسطه شهر تهران از ابزار نقش جنسی بم^۲ یا BSRI (بم، ۱۹۷۴ و ۱۹۷۷) استفاده شده است، که پس از سال‌ها آزمون و کاربرد اصلاح و تعدیل شده است. نمراتی که براساس مقیاس مذکور به‌دست می‌آید، ابعاد متفاوت مردانگی و زنانگی را سنجیده و به اعتقاد اسپنس و هلمریش (۱۹۷۸) نمرات مذکور هویت جنسیتی کلی فرد را نیز تعریف می‌کنند (به نقل از استتس و برک، ۱۹۹۷). در این پژوهش، برای افزایش اعتبار نسخه فارسی مقیاس مذکور، پس از برگردان، آن را با مقیاس نقش جنسی بم برای کودکان (استرایکرو کوردک، ۱۹۸۲) مطابقت دادیم. سرانجام مقیاس نهایی شده در پرسشنامه گنجانده شد و در تست مقدماتی مورد آزمون قرار گرفت. چنان‌که ضریب آلفای به‌دست آمده (برای گویه‌های مردانگی برابر با ۰/۸۴ و برای گویه‌های زنانگی برابر با ۰/۸۷) نشان از پایایی نسخه فارسی ابزار مذکور دارد. ابزار نقش جنسی بم (BSRI)، شامل بیست خصوصیت مطلوب مردان (مانند: پرخاشگر، رقابت‌جو، سلطه‌گر) و بیست خصوصیت مناسب زنان (مانند: آرام، فهیم، ظریف) و بیست خصوصیت که برای مردها و زنها به‌طور یکسان مطلوب (مانند: وفادار، دوستانه، عرف‌گرا) است. پاسخ‌دهندگان می‌باید

1. gender identity

2. Bem Sex Role Inventory

خود را روی مقیاسی پنج رتبه‌ای درجه‌بندی کنند که از «کاملاً نادرست» شروع و به «کاملاً درست» ختم می‌شود. این فهرست نمره‌ای را برای مقیاس مردانگی و همچنین نمره‌ای را برای مقیاس زنانگی تعیین می‌کند. نمودار شماره ۱ نحوه تفکیک گروه‌های جنسیتی را با توجه به نمرات آن‌ها براساس مقیاس بم نشان می‌دهد. همان‌گونه که در نمودار مشخص شده است، در صورتی که پاسخ‌دهندگان در هر دو مورد - زنانگی و مردانگی - نمره بالایی را کسب کنند، دو جنسیتی‌اند و چنانچه نمره بالایی در مقیاس مردانگی و نمره پایینی در مقیاس زنانگی به دست آورند به منزله مردانگی و اگر در مقیاس زنانگی نمره بالا و در مقیاس مردانگی نمره پایینی کسب کنند به منزله زنانگی است و در صورت پایین بودن هر دو نمره، تمایزناپذیر طبقه‌بندی می‌شوند.

نمره مردانگی بالا

دوجنسیتی‌ها | مردانه

نمره زنانگی پایین

نمره زنانگی بالا

زنانه | نامتمایز

نمره بالای مردانگی و نمره پایین زنانگی = مردانه

نمره بالای زنانگی و نمره پایین مردانگی = زنانه

نمره بالای مردانگی و نمره بالای زنانگی = دوجنسیتی

نمره پایین مردانگی و نمره پایین زنانگی = نامتمایز

نمره مردانگی پایین

نمودار شماره ۱. نحوه تعیین هویت جنسیتی پاسخگویان براساس مقیاس بم

مأخذ: بر، ۱۹۹۸: ۱۲۸

پایگاه اجتماعی-اقتصادی

پایگاه اجتماعی-اقتصادی پسرهای شاخصی است که از ترکیب سه متغیر منزلت شغلی، میزان تحصیلات و درآمد به دست آمده است و نشان‌دهنده وضعیت کنونی فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی است. با توجه به این‌که جمعیت آماری این پژوهش شامل پسرهای جوان است، بنابراین برای محاسبه پایگاه اجتماعی آن‌ها میزان تحصیلات، منزلت شغلی و درآمد پدرشان در نظر گرفته شده است.

علاوه بر متغیرهای اصلی پژوهش، برخی متغیرهای زمینه‌ای نیز وجود دارد که در بخش یافته‌ها به آن‌ها می‌پردازیم. متغیرهای زمینه‌ای ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه را برای پی بردن به تفاوت‌های درون‌گروهی آشکار می‌سازند و شامل سن، حجم بدن^۱، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی، منطقه محل سکونت، بعد خانواده، ترکیب جنسی خانواده و متغیرهای مشابه می‌باشند.

روش‌شناسی و روش تحقیق

نویسندگان این مقاله اذعان دارند که در حوزه مطالعات مردان روش‌های کیفی پرکاربرد هستند، اما همیشه شرایط به گونه‌ای نیست که بتوان این روش‌ها را به کار برد. بنابراین برای انجام دادن این مطالعه، به‌ویژه با توجه به مقدماتی و توصیفی بودن و محدودیت‌های کاربرد روش‌های دیگر، از روش پیمایش استفاده شده است. از آنجایی که این پژوهش تلاش برای سنخ‌شناسی مردان را با توجه به هویت جنسیتی آن‌ها مد نظر دارد و دستیابی به مبانی اولیه‌ای برای بررسی گرایش پسرها (مردان جوان) به ارزش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی را نیز کانون توجه خود قرار داده، لذا کاربرد این روش از این جهت نیز قابل توجه است. بنابراین، واکاوی ارزش‌های مردانه نزد پسرهای جوان از طریق مطالعه نگرش‌های آن‌ها ما را به سمت به‌کارگیری روش پیمایش هدایت نمود. با این حال پیش از به‌کارگیری روش پیمایش، که در زمره روش‌های کمی محسوب می‌شود، از برخی روش‌های کیفی نظیر مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته فردی و گروهی و مشاهده پنهان نیز استفاده شده است. استفاده از مصاحبه‌ها به‌ویژه در طراحی گویه‌های اولیه ابزار پژوهش مؤثر بود.

جمعیت آماری و نمونه آماری

جمعیت آماری این پژوهش «دانش‌آموزان پسر مقاطع متوسطه شهر تهران در سال ۱۳۸۴» است. جمعیت آماری مذکور براساس اطلاعات تنظیم شده توسط سازمان آموزش و پرورش شهر تهران در سال ۱۳۸۳ برابر با ۲۳۰۳۷۶ نفر پسر بوده است که در مقاطع مختلف متوسطه (اول، دوم و سوم) و در رشته‌های متنوع (تجربی، ریاضی، فنی، انسانی) و مدارس مختلف (دولتی و غیرانتفاعی) در ۱۹ منطقه آموزش و پرورش شهر تهران مشغول به تحصیل بوده‌اند. با وجود این، از آنجایی که در این پژوهش سه منطقه ۳، ۱۱ و ۱۹ به‌عنوان مناطق معرف جمعیت

1. Body Mass Index

آماري برگزیده شده‌اند، جمعیت دانش‌آموزان پسر مقاطع متوسطه مناطق مذکور با ۲۲۵۹۲ نفر جایگزین جمعیت آماری گردید. یادآوری این نکته لازم است که با توجه به ویژگی‌های لحاظ شده در محاسبه حجم نمونه مذکور تفاوت چندانی بین حجم نمونه محاسبه شده با لحاظ نمودن کل جمعیت دانش‌آموزان پسر شهر تهران یا جمعیت سه منطقه مذکور نخواهد بود. حجم نمونه این پژوهش برابر با ۳۷۸ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده است. حجم نمونه مذکور با لحاظ نمودن $(N = 22592)$ ، $t = 1/96$ و وقتی که سطح معناداری آزمون برابر با $0/05$ باشد، $d = 0/05$ تقریب در برآورد پارامتر مورد مطالعه و مقادیر p و q هر کدام برابر با $0/5$ برای محاسبه حداکثر حجم نمونه در نظر گرفته شده است. برای انتخاب نمونه‌ها از شیوه نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای استفاده شده است. با آن‌که حجم نمونه به دست آمده برابر با ۳۷۸ نفر بود، ولی به دلیل مخدوش بودن تعدادی از نمونه‌ها عملاً ۳۴۰ نمونه برای تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

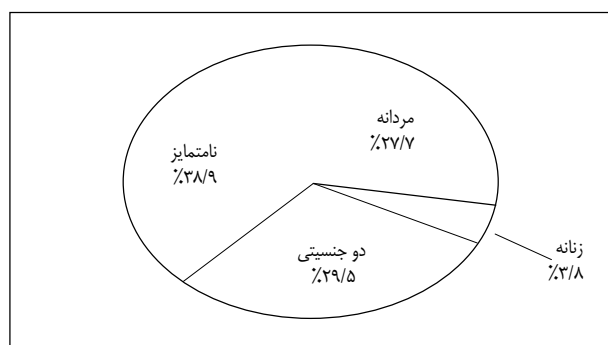
دامنه سنی پسرهای مورد مطالعه ۱۴ تا ۱۹ سال و میانگین، میانه و نمای سنی آن‌ها به ترتیب ۱۷/۵، ۱۶ و ۱۷ بوده است. از نمونه ۳۴۰ نفری یاد شده ۹۹ نفر (۲۹/۱٪) در مقطع اول (دوره عمومی) و ۱۳۱ نفر (۳۸/۵٪) در مقطع دوم و ۱۱۰ نفر (۳۲/۴٪) نیز در مقطع سوم متوسطه و در رشته‌های مختلف (تجربی، ریاضی فیزیک، فنی و حرفه‌ای و علوم انسانی) مشغول به تحصیل بوده‌اند. بعد خانواده ۵۲/۶٪ از این پسرها تا ۴ نفر و ۴۴/۲٪ از آن‌ها نیز در خانواده‌های با بیش از ۵ نفر زندگی می‌کنند. ۳/۲٪ از پسرها نیز پاسخ نداده‌اند. میانگین بعد خانواده پاسخگویان در این پژوهش ۴/۷۱ می‌باشد. با این حال هرچه پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر می‌رود از بعد خانواده کاسته می‌شود. در حالی که متوسط به دست آمده برای بعد خانواده در پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین برابر با ۵/۱۸ نفر است. میانگین بعد خانواده در پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا برابر با ۴/۱۱ است. ضمناً بعد خانواده برای مناطق سه‌گانه ۳، ۱۱ و ۱۹ به ترتیب برابر با ۳/۷۷، ۴/۷۶ و ۵/۶۹ می‌باشد. از نمونه ۳۴۰ نفری، ۷۰ نفر (۲۰/۶٪) بنابر اظهار خودشان سیگار مصرف می‌کنند که از این تعداد ۳۰ نفر (۴۲٪) دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تر و ۴۰ نفر (۵۲٪) دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر هستند. و برحسب منطقه ۳۸/۶٪ از آن‌ها در منطقه ۳، ۴۴/۳٪ از آن‌ها در منطقه ۱۱ و ۱۷/۱٪ نیز در منطقه ۱۹ هستند. از نمونه ۳۴۰ نفری ۱۵۶ نفر (۴۵/۹٪) از پسرها اظهار نموده‌اند که

دوست غیرهمجنس دارند. از این تعداد ۷۶ نفر (۴۹٪) دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر و ۷۹ نفر (۵۱٪) دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تر هستند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد ۵۰/۳٪ از پسرها علاقه‌مند به مشاغل مهندسی (برق، مکانیک، عمران و...) دارند و ۲۷/۴٪ به مشاغل خدماتی و کمتر تخصصی و ۱۳/۳٪ نیز به مشاغل پزشکی، قضاوت، وکالت، استاد دانشگاه و... علاقه‌مند هستند. ۸/۸٪ از پسرها نیز پاسخی ارائه نکرده‌اند. از نمونه ۳۴۰ نفری ۱۸۱ نفر (۵۳/۲٪) عضو باشگاه ورزشی هستند و ۱۵۹ نفر (۴۶/۸٪) نیز بنابر اظهار خودشان عضو هیچ باشگاه ورزشی نیستند. در مورد تمایلات ورزشی نیز یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ۴۸/۲٪ از پسرها به ورزش فوتبال، ۱۹/۳٪ به ورزش‌های رزمی (کشتی، تکواندو و...) و ۳۲/۵٪ نیز به سایر ورزش‌ها علاقه دارند.

از آنجایی که پایگاه اجتماعی-اقتصادی این پسرها از طریق پدرهایشان سنجیده شد، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ۴۸/۹٪ از پدرها دارای مشاغل رده پایین (خدماتی و کمتر تخصصی)، ۲۸/۷٪ دارای مشاغل رده متوسط و ۲۲/۳٪ درصد نیز دارای مشاغل رده بالا و تخصصی بوده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اغلب پدرهای صاحب مشاغل بالا در منطقه ۳ ساکن بودند. میانگین درآمد پدرها برای نمونه آماری این تحقیق برابر با ۴۶۱۶۳۱ تومان بوده است. با این حال میانگین درآمد پدرها در منطقه ۳ برابر با ۸۸۳,۹۷۲ تومان، در منطقه ۱۱ برابر با ۲۷۴,۷۰۲ تومان و در منطقه ۱۹ برابر با ۲۷۷,۱۳۴ تومان بوده است. یافته‌های این تحقیق در خصوص تحصیلات پدرها حاکی از آن است که ۵/۰٪ از پدرها بی‌سواد، ۱۹/۶٪ از پدرها دارای تحصیلات ابتدایی، ۲۲/۳٪ راهنمایی، ۲۲/۰٪ دیپلم، ۸/۳٪ فوق دیپلم، ۱۲/۸٪ لیسانس و ۱۰/۱٪ از پدرها نیز دارای تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر هستند. و اغلب پدرهای دارای تحصیلات بالا در منطقه ۳ ساکن بودند. با مراجعه به نمرات استاندارد در می‌یابیم که از نمونه تحقیق ۱۵۵ نفر (۴۵/۶٪) از پسرها دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا و ۱۸۵ نفر (۵۴/۴٪) نیز دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین هستند، که به ترتیب ۸۰ نفر (۷۶/۲٪) از پسرهای منطقه ۱۹، ۷۵ نفر (۶۷٪) از پسرهای منطقه یازده و ۲۹ نفر (۲۳/۸٪) از پسرهای منطقه ۳ دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین می‌باشند. همچنین ۲۶ نفر (۲۳/۸٪) از پسرهای منطقه ۱۹، ۳۷ نفر (۳۳٪) از پسرهای منطقه ۱۱ و ۹۳ نفر (۷۶/۲٪) از پسرهای منطقه ۳ دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا می‌باشند.

یافته‌های این پژوهش پس از کاربرد ابزار بوم و محاسبه نتایج آن، چهارگروه از پسرها را با هویت‌های جنسیتی مردانه، زنانه، دوجنسیتی و نامتمایز، با توجه به نمودار شماره ۲ از هم تفکیک می‌نماید.



نمودار شماره ۲. تفکیک گروه‌های جنسیتی پسرهای مورد مطالعه

همان‌گونه که نمودار شماره ۲ نشان می‌دهد، ۹۴ نفر (۲۷/۶٪) از پسرها با کسب نمرات بالا در مقیاس مردانگی و نمرات پایین در مقیاس زنانگی دارای هویت مردانه، ۱۳ نفر (۳/۸٪) از پسرها با کسب نمرات پایین در مقیاس مردانگی و نمرات بالا در مقیاس زنانگی دارای هویت زنانه، ۱۰۰ نفر (۲۹/۴٪) از پسرها با کسب نمرات بالا در مقیاس مردانگی و نمرات بالا در مقیاس زنانگی دارای هویت دوجنسیتی و ۳۸/۸٪ از پسرها با کسب نمرات پایین در مقیاس مردانگی و نمرات پایین در مقیاس زنانگی دارای هویت نامتمایز هستند.

در ادامه مبحث یافته‌ها به بررسی روابط متغیرها با یکدیگر می‌پردازیم و برای رعایت اختصار تنها به روابط و اختلافات معنی‌دار و حائز اهمیت در میان متغیرهای پژوهش می‌پردازیم.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از میان متغیرهای ذیل هویت جنسیتی تنها بین متغیرهای هویت مردانه (مردانگی) ($r = ۰/۰۰۵$, $p = ۰/۱۵۲$) و هویت دوجنسیتی با سن ($r = ۰/۱۳۴$, $p = ۰/۰۱۳$) رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این بدان معنی است که درصد بیشتری از پسرهایی که نمرات مردانگی بالا و زنانگی پایین کسب کرده‌اند و دارای هویت مردانه و دوجنسیتی براساس تقسیم‌بندی چهارگانه هستند، به نسبت گروه‌های جنسیتی دیگر در گروه‌های سنی بالاتری قرار دارند.

برای بررسی ارتباط بین محل سکونت پسرها با گرایش آن‌ها به ارزش‌های مردانه از تحلیل واریانس استفاده نمودیم. یافته‌های این پژوهش با توجه به جدول شماره ۱ (آزمون تحلیل واریانس)، مبین معناداری تفاضل در میانگین‌ها برای گروه‌های مختلف پسرها به لحاظ منطقه محل سکونت و گرایش به ارزش‌های مردانه است. و نشان می‌دهد، بین محل

سکونت (اول، دوم و سوم متوسطه) و گرایش به ارزش‌های مردانه رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۱. محل سکونت و گرایش به ارزش‌های مردانه

منبع	مجموع مجذورها	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورها	بهره F	Sig
بین گروه‌ها	۱/۶۳۸	۲	۰/۸۱۹	۶/۴۵۰	۰/۰۰۲
درون گروه‌ها	۴۳/۷۹۱	۳۳۷	۰/۱۲۷		
کل	۴۴/۴۲۹	۳۳۹			

برای تکمیل نتایج تحلیل واریانس صورت‌گرفته آزمون Dunnett's با فرض عدم تشابه واریانس‌ها، برای مقایسه دو به دوی میانگین‌ها اجرا شد. نتایج این آزمون نشان داد، اگرچه بین گروه‌های ساکن در مناطق ۳، ۱۱ و ۱۹ در گرایش به ارزش‌های مردانه اختلاف وجود دارد. با این حال اختلاف عمده بین گروه پسرهای ساکن در منطقه ۳ و ۱۱ است. میزان گرایش پسرها به ارزش‌های مردانه در منطقه ۳ با میانگین ۲/۵۵ و انحراف معیار ۰/۳۷۰ و منطقه ۱۹ با میانگین ۲/۶۴ و انحراف معیار ۰/۳۴۰ است. در حالی‌که میزان گرایش به ارزش‌های مردانه در منطقه ۱۱ با میانگین ۲/۷۲ و انحراف معیار ۰/۳۳۰ است.

یکی از متغیرهای فرعی این پژوهش شاخص حجم بدن بود. برای محاسبه حجم بدن پسرها از دو متغیر وزن برحسب کیلوگرم و قد برحسب متر استفاده نمودیم. این پژوهش نشان می‌دهد متوسط قد پسرهای نمونه این پژوهش برابر با ۱۷۳/۶۴ سانتی‌متر و متوسط وزن آن‌ها برابر ۶۶/۵۷ کیلوگرم می‌باشد. متوسط قد نمونه پسرهای منطقه ۳، ۱۱، ۱۹ به ترتیب ۱۷۴/۸، ۱۷۳/۳۵ و ۱۷۲/۶ سانتی‌متر و متوسط وزن آن‌ها به ترتیب برابر با ۶۷/۸، ۶۵/۷ و ۶۶ کیلوگرم می‌باشد. یافته‌های این پژوهش پس از مقایسه حجم بدن پسرهای نمونه این تحقیق با مقادیر استاندارد حجم بدن برای جوانان نشان می‌دهد که ۱۶/۵٪ از پسرهای مقطع متوسطه شهر تهران دارای حجم بدن پایین (کمتر از ۱۸/۵)، ۵۷/۴٪ نرمال (بین ۱۸/۵ تا ۲۴/۹)، ۱۲/۹٪ بالا (بین ۲۵-۲۹/۹) و ۵/۶٪ نیز دارای حجم بدنی بالغ بر ۳۰ و بالاتر برحسب کیلوگرم بر متر هستند. همچنین آزمون تی نشان می‌دهد که بین دو پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر و پایین‌تر در رابطه با متغیر قد نیز اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($t = -۳/۷۵۷$ ، $df = ۳۱۵$ ، $p = ۰/۰۰۰$) بدین معنی که میانگین قد پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر به‌طور متوسط ۴ سانتی‌متر بیشتر از پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تر است. همچنین وزن

پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر نیز به‌طور متوسط ۳ کیلوگرم بیشتر از پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین‌تر است.

بین ترجیحات و اولویت‌های شغلی پسرها و سایر متغیرها رابطه معنی‌داری مشاهده نشد. تنها رابطه بین دو متغیر ترجیحات شغلی و پایگاه اجتماعی-اقتصادی قابل تأمل است. نتایج بیانگر این است که بین ترجیحات شغلی پسرها و پایگاه اجتماعی-اقتصادی آن‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد ($F = 4/079$ ، $p = 0/018$) یعنی با افزایش و کاهش پایگاه اجتماعی-اقتصادی پسرها تمایلات و ترجیحات شغلی آن‌ها نیز تغییر می‌یابد. این بدان معنی است که پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا بیشتر به مشاغل مهندسی و سایر مشاغل تخصصی عالی دیگرگرایش دارند. در حالی‌که پسرهای متعلق به مناطق پایین‌تر ضمن ابراز تمایل به برخی مشاغل فوق‌الذکر اغلب به مشاغل خدماتی و کمتر تخصصی نیز تمایل نشان داده‌اند.

در این پژوهش ورزش فوتبال را، به دلیل گرایش گسترده (۴۸/۲ درصد از کل) پسرها به آن، از سایر ورزش‌ها منفک نمودیم و ورزش‌های رزمی و سایر ورزش‌ها را نیز گزینه‌های دیگری در نظر گرفتیم. یافته‌های پژوهش ما نشان می‌دهد که بین متغیر وابسته پژوهش یعنی گرایش به ارزش‌های مردانه و گرایش به ورزش فوتبال رابطه معنی‌داری وجود دارد. بدین معنی که پسرهایی که به ورزش فوتبال گرایش دارند، گرایش بیشتری به ارزش‌های مردانه نیز دارند ($F = 4/143$ ، $df = 2$ ، $p = 0/017$) در مورد سایر ورزش‌ها - حتی ورزش‌های رزمی - چنین رابطه‌ای مشاهده نشد. آماره خی‌دو ($X^2 = 34/114$ ، $df = 4$ ، $p = 0/000$) نشان می‌دهد که پسرهای ساکن مناطق مختلف شهر تهران عمدتاً به ورزش‌های خاصی گرایش دارند، در حالی‌که ورزش مورد اقبال پسرهای ساکن مناطق ۱۱ و ۱۹ به لحاظ فراوانی گرایش ابتدا فوتبال که ورزشی جمعی و کم‌هزینه است و سپس ورزش‌های رزمی و سایر ورزش‌ها است. پسرهای ساکن منطقه ۱۹ ابتدا تمایل خود را به سایر ورزش‌ها که عمدتاً انفرادی و هزینه‌بر است نشان داده‌اند و سپس ورزش فوتبال و بعد از آن نیز به ورزش‌های رزمی نشان داده‌اند.

عضویت یا عدم عضویت در باشگاه ورزشی یک متغیر دو ارزشی است که گرچه در زمره متغیرهای اصلی پژوهش ما نیست، ولی رابطه آن را با سایر متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار دادیم. تنها متغیری که با متغیر مذکور رابطه معنی‌داری نشان می‌دهد متغیر کلیشه‌های جنسیتی است ($t = 2/28$ ، $df = 332$ ، $p = 0/023$) بدین معنی که بین دو گروه عضو باشگاه ورزشی با میانگین نمرات ۳/۴۲ درگرایش به کلیشه‌های جنسیتی و گروه فاقد عضویت در باشگاه ورزشی با میانگین نمرات ۳/۲۷ درگرایش به کلیشه‌های جنسیتی اختلاف معنی‌داری مشاهده می‌شود.

چنین استنباط می‌شود که پسرهایی که عضو باشگاه ورزشی هستند، گرایش بیشتری به کلیشه‌های جنسیتی دارند. یافته دیگر نشان می‌دهد که بین متغیر عضویت یا عدم عضویت در باشگاه ورزشی و میانگین نمرات هویت مردانه نیز رابطه معنی‌داری وجود دارد. بدین معنی که میانگین نمرات (۳/۶۴) هویت مردانه پسرهایی که عضو باشگاه هستند، بیشتر از میانگین نمرات هویت مردانه پسرهایی است که عضو باشگاه ورزشی نیستند.

برای بررسی ارتباط بین مقطع تحصیلی پسرها با گرایش آن‌ها به ارزش‌های مردانه از تحلیل واریانس استفاده نمودیم. یافته‌های این پژوهش با توجه به جدول شماره ۲ (آزمون تحلیل واریانس)، مبین معناداری تفاضل در میانگین‌ها برای گروه‌های مختلف پسرها به لحاظ مقطع تحصیلی و در ارتباط با گرایش به ارزش‌های مردانه است. و نشان می‌دهد که بین مقطع تحصیلی (اول، دوم و سوم متوسطه) و گرایش به ارزش‌های مردانه رابطه معنی‌داری وجود دارد. بدین معنی که با افزایش مقطع تحصیلی پسرها، از میزان گرایش آن‌ها به ارزش‌های مردانه کاسته می‌شود.

جدول شماره ۲. رابطه مقطع تحصیلی و گرایش به ارزش‌های مردانه

منبع	مجموع مجذورها	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورها	بهره F	Sig
بین گروه‌ها	۱/۳۰۱	۲	۰/۶۵۱	۳/۰۸۴	۰/۰۰۷
درون گروه‌ها	۴۳/۱۲۷	۳۳۷	۰/۱۲۸		
کل	۴۴/۴۲۹	۳۳۹			

برای تکمیل نتایج تحلیل واریانس صورت گرفته آزمون Dunnett's با فرض عدم تشابه واریانس‌ها برای مقایسه دوه‌دوی میانگین‌ها اجرا شد. نتایج این آزمون نشان داد، اگرچه بین گروه‌های شاغل به تحصیل در مقاطع اول، دوم و سوم متوسطه در گرایش به ارزش‌های مردانه اختلاف وجود دارد. با این حال اختلاف بین گروه‌های شاغل به تحصیل در مقاطع اول با میانگین ۲/۶۹ و انحراف معیار ۰/۴۱۹ و دوم با میانگین ۲/۶۸ و انحراف معیار ۰/۳۵۰ با مقطع سوم متوسطه با میانگین ۲/۵۵ و انحراف معیار ۰/۳۰۱ معنادار بوده و بیشتر قابل توجه است.

نتایج فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا تر/ پایین تر) پسرها و هویت جنسیتی آن‌ها

نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین تعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا تر و پایین تر و هویت جنسیتی پسرها وجود ندارد. اگرچه میانگین نمره پسرهای متعلق به

پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر در مقیاس مردانگی کمی بیشتر از میانگین نمره پسرهای متعلق به پایین‌تر است، اما این اختلاف معنی‌دار نیست. و نشان می‌دهد که هویت‌های چهارگانه (مردانه، دوجنسیتی، نامتمایز و زنانه) دارای توزیع متشابهی در هر پایگاه می‌باشد. این نتیجه می‌تواند حاوی دو نکته باشد: اولاً، موقعیت طبقاتی پسرها در نمونه آماری مذکور براساس موقعیت طبقاتی پدران آن‌ها محاسبه گردید، لذا با توجه به شکاف نسلی رخ داده از یک‌سو و کم‌رنگ شدن نقش پدر در خانواده به نفع متغیرهای تأثیرگذار دیگر مانند رسانه‌ها و نهادهای رسمی و غیررسمی دخیل در جامعه‌پذیری افراد می‌توان همگرایی بیشتری در کسب تجربیات مشترک مرتبط با هویت جنسیتی برای این پسرها تصور نمود. بنابراین، با فرض تعلق طبقاتی خاص - به‌ویژه در مورد جامعه ایران که در دهه‌های اخیر مرزهای طبقاتی آن دستخوش دگرگونی شده و مناسبات تثبیت‌شده‌ای را در این باره نمی‌توان تشخیص داد - نمی‌توان به پیش‌بینی روشنی در این باره رسید. ثانیاً، شاخص‌های محاسبه - غیر مستقیم - طبقه اجتماعی پسرها، تصویر روشنی از وضعیت طبقاتی آن‌ها به‌دست نمی‌دهد. و احتمالاً تجربیات فردی بسیاری در ذیل این شاخص‌ها و در نهایت تعلقات طبقاتی آن‌ها مکتوم می‌ماند. نهایتاً این‌که متغیرهای دیگری را باید در موضوع شکل‌گیری هویت جنسیتی این پسرها لحاظ نمود.

فرضیه دوم: پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا تر / پایین تر) پسرها و گرایش به ارزش‌های مردانه

براساس آزمون تی (t) اختلاف معنی‌داری بین میانگین نمرات مربوط به ارزش‌های مردانه پسرهای متعلق به پایگاه‌های اجتماعی-اقتصادی بالاتر و پایین‌تر مشاهده نشد. فقدان اختلاف در گرایش به ارزش‌های مردانگی در بین پسرهای متعلق به دو پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر و پایین‌تر را می‌توان با استدلال‌های پیش‌گفته تقویت نمود. به‌ویژه می‌توان بر این استدلال اصرار داشت که متغیر طبقه نمی‌تواند متغیر پیش‌بینی‌کننده مؤثری در گرایش به ارزش‌های مردانگی باشد، یا این‌که - حداقل - یگانه متغیر تأثیرگذار تلقی نمی‌شود.

فرضیه سوم: پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا تر / پایین تر) پسرها و گرایش به کلیشه‌های جنسیتی

براساس آزمون تی (t) اختلاف معنی‌داری بین میزان گرایش به کلیشه‌های جنسیتی و پایگاه‌های اجتماعی-اقتصادی (بالا تر / پایین تر) وجود ندارد. با این حال در رابطه با گرایش به کلیشه‌های جنسیتی پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر نمره میانگین بیشتری (۳/۳۴) نسبت به پسرهای متعلق به پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تر با میانگین (۳/۲۷) کسب نموده‌اند. اما همان‌گونه که پیشتر نیز عنوان شد این اختلاف نمرات معنی‌دار نیست. نتیجه

حاصل همان استدلال‌های پیشین در مورد تعلقات طبقاتی پسرها و گرایش آن‌ها به کلیشه‌های جنسیتی را تقویت می‌کند. ضمن این‌که نشان می‌دهد که پایداری و فراگیری کلیشه‌های جنسیتی و همچنین ارزش‌های جنسیتی از مرزهای طبقاتی فراتر می‌رود.

فرضیه چهارم: هویت جنسیتی پسرها و گرایش به ارزش‌های مردانه

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین تیپ‌های چهارگانه جنسیتی و گرایش به ارزش‌های مردانه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. متناهی شدت این رابطه به ترتیب از هویت‌های مردانه ($p = 0/000$ ، $\rho = 0/375$)، دو جنسیتی ($p = 0/000$ ، $\rho = 0/330$)، نامتمایز ($p = 0/000$)، و زنانگی پایینی ($p = 0/292$)، رو به کاهش می‌گذارد. یعنی پسرهایی که نمرات مردانگی بالا و زنانگی پایینی بر اساس مقیاس بک کسب نموده‌اند، گرایش بیشتری به ارزش‌های مردانه دارند و همین‌طور که از دامنه نمرات مردانه به نفع نمرات زنانه کاسته می‌شود از شدت این رابطه نیز کاسته می‌شود. نتایج این پژوهش، با توجه به جدول شماره ۳ (آزمون تحلیل واریانس)، نیز مبین معناداری تفاضل در میانگین‌ها برای گروه‌های مختلف پسرها با توجه به هویت جنسیتی آن‌ها و در ارتباط با گرایش به ارزش‌های مردانه است.

جدول شماره ۳. تفاوت گروه‌های جنسیتی در گرایش به ارزش‌های مردانه

منبع	مجموع مجذورها	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورها	بهره F	Sig
بین گروه‌ها	۵/۵۳۰	۳	۱/۸۴۵	۱۵/۹۰۵	۰/۰۰۰
درون گروه‌ها	۳۸/۸۶۰	۳۲۹	۰/۱۱۶		
کل	۴۴/۳۹۰	۳۳۲			

برای تکمیل تحلیل واریانس صورت‌گرفته آزمون Dunnett's با فرض عدم تشابه واریانس‌ها برای مقایسه دوه‌دوی میانگین‌ها اجرا شد. نتایج این آزمون نشان داد، اگرچه بین گروه‌های جنسیتی (مردانه، دو جنسیتی و نامتمایز) در گرایش به ارزش‌های مردانه اختلاف وجود دارد، با این حال اختلاف بین گروه‌های مردانه و نامتمایز، دو جنسیتی و نامتمایز در گرایش به ارزش‌های مردانه معنی‌دار است و اختلاف بین گروه‌های مردانه و دو جنسیتی در گرایش به ارزش‌های مردانه معنی‌دار نیست. اختلاف در گرایش گروه‌های جنسیتی مختلف به ارزش‌های مردانه تفاوت‌های درون‌گروهی مردان را نشان می‌دهد.

فرضیه پنجم: هویت جنسیتی پسرها و گرایش به کلیشه‌های جنسیتی

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که گرایش پسرها به کلیشه‌های جنسیتی با توجه به هویت جنسیتی آن‌ها متفاوت است. چنان‌که شدت رابطه به ترتیب از هویت مردانه ($p = 0/000$)، $(\rho = 0/292)$ ، دو جنسیتی ($p = 0/000$ ، $\rho = 0/232$)، نامتمايز ($p = 0/003$ ، $\rho = 0/193$) است. این بدان معنی است که پسرهایی که نمرات بالاتری در مقیاس مردانگی کسب کرده‌اند، نسبت به سایر پسرها گرایش بیشتری به کلیشه‌های جنسیتی دارند. نتایج این پژوهش، با توجه به جدول شماره ۴ (آزمون تحلیل واریانس)، نیز مبین معناداری تفاضل در میانگین‌ها برای گروه‌های مختلف پسرها با توجه به هویت جنسیتی آن‌ها و در ارتباط با گرایش به کلیشه‌های جنسیتی است.

جدول شماره ۴. تفاوت گروه‌های جنسیتی در گرایش به کلیشه‌های جنسیتی

منبع	مجموع مجذورها	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورها	بهره F	Sig
بین گروه‌ها	۵/۹۶۶	۳	۱/۹۸۹	۵/۹۸۵	۰/۰۰۱
درون گروه‌ها	۱۰۹/۳۱۵	۳۲۹	۰/۳۳۲		
کل	۱۱۵/۲۸۵	۳۳۲			

برای تکمیل تحلیل واریانس صورت‌گرفته آزمون Dunnett's با فرض عدم تشابه واریانس‌ها برای مقایسه دوه‌دوی میانگین‌ها اجرا شد. نتایج این آزمون نشان داد، اگرچه بین گروه‌های جنسیتی (مردانه، دو جنسیتی و نامتمايز) در گرایش به کلیشه‌های جنسیتی اختلاف وجود دارد. با این حال اختلاف بین گروه‌های مردانه و نامتمايز و دو جنسیتی و نامتمايز در گرایش به کلیشه‌های جنسیتی معنی‌دار است و اختلاف بین گروه‌های جنسیتی مردانه و دو جنسیتی در گرایش به کلیشه‌های جنسیتی معنی‌دار نیست. اختلاف در گرایش گروه‌های جنسیتی مختلف به کلیشه‌های جنسیتی تفاوت‌های درون‌گروهی مردان را نشان می‌دهد.

فرضیه ششم: رابطه گرایش به کلیشه‌های جنسیتی و گرایش به ارزش‌های مردانه

شاخص ضریب همبستگی اسپیرمن وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین دو متغیر مذکور را تأیید می‌کند ($p = 0/000$ ، $\rho = 0/236$). این بدان معنی است که پسرهایی که گرایش بیشتری به کلیشه‌های مردانه دارند، گرایش بیشتری نیز به ارزش‌های مردانه دارند. از آنجایی که شاخص ضریب همبستگی اسپیرمن یک شاخص متقارن است عکس این رابطه نیز صحیح است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، تلاش ما بر این بود تا از دیدگاه سازه‌گرایانه برخی از مفروضات اجتماعی و فرهنگی در باب مردانگی را طرح نماییم. سازه‌گرایان استدلال می‌کنند که ساخت اجتماعی و فرهنگی جامعه هویت جنسیتی افراد آن جامعه را شکل می‌دهد. این بدان معنی است که هویت جنسیتی افراد جامعه متناسب با ساخت اجتماعی و فرهنگی آن جامعه ریشه در باورها، ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها، نقش‌ها و نمادهای خاص مرتبط با جنسیت افراد آن جامعه دارد. بر این اساس، هر پایگاه اجتماعی-اقتصادی خاص به منزله ساخت اجتماعی و فرهنگی برساننده هویت‌های جنسیتی متناسب با آن پایگاه است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا/پایین‌تر) و هویت جنسیتی (مردانه/زنانه/دوجنسیتی/نامتمایز) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. همچنین تفاوت معناداری در پراکندگی هویت‌های جنسیتی در میان پسرهای متعلق به دو پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا و پایین مشاهده نشد. این موضوع احتمالاً ناشی از درجه نزدیکی دو زمینه اجتماعی (در این جا دو پایگاه اجتماعی-اقتصادی) باشد که توضیح‌دهنده درجه نزدیکی و پراکندگی مشابه هویت‌های جنسیتی در هر دو پایگاه است. بنابراین باید به دنبال عوامل اجتماعی و فرهنگی دیگری باشیم که تفاوت‌ها و تشابهات مردانگی و ارزش‌های مردانگی را شکل می‌دهد.

در فرضیه دیگری با تعمیم دیدگاه سازه‌گرایان استدلال نمودیم که هر پایگاه اجتماعی-اقتصادی خاص به‌مثابه ساخت اجتماعی و فرهنگی بر میزان گرایش به ارزش‌های جنسیتی تأثیر می‌گذارد. انتظار داشتیم که میزان گرایش پسرهای متعلق به دو پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا و پایین به ارزش‌های مردانه متفاوت باشد. اما نتایج این پژوهش چنین اختلافی را نشان نداد. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که پسرهای متعلق به هر دو پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا و پایین گرایش یکسانی به کلیشه‌های جنسیتی دارند. با این حال این رابطه غیرمعنی‌دار بدان معنی نیست که کلیشه‌ها منشأ ذاتی دارند. گرایش عمومی پسرهای جوان به کلیشه‌ها و ارزش‌ها مردانه براساس یافته‌های این پژوهش مؤید نظر برخی از صاحب‌نظران نظیر فرانکلین (۱۹۸۴)، لاندین (۱۹۸۵)، هاریس (۱۹۹۴) است که عقیده دارند، جنس بیولوژیکی یگانه عامل تعریف زن بودن یا مرد بودن نیست. بلکه ارزش‌ها و انتظارات اجتماعی و تصورات کلیشه‌ای از نقش‌های جنسیتی حکم‌مذکر به «مردانه بودن» و مؤنث به «زنانه بودن» در یک فرهنگ را تعیین می‌کنند.

از دیگر نتایج این پژوهش ارتباط بین هویت جنسیتی (مردانه/زنانه/دوجنسیتی/نامتمایز) و گرایش به ارزش‌های مردانه است. پسرهایی که دارای هویت مردانه (نمرات مردانگی بالا

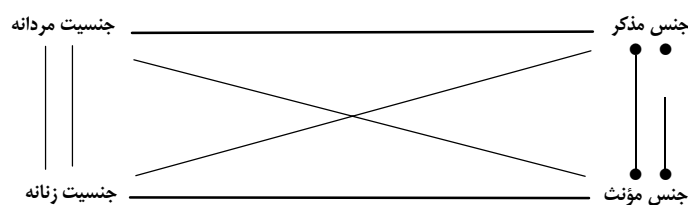
و زنانگی پایین) هستند، گرایش بیشتری به ارزش‌های مردانه نشان می‌دهند. با کاهش نمرات مردانه و میل نمودن نمرات به سمت زنانگی از دامنه گرایش پسرها به ارزش‌های مردانه نیز کاسته می‌شود. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهند که بین هویت مردانه و گرایش به کلیشه‌های جنسیتی نیز رابطه وجود دارد. بدین معنا که پسرهایی که نمرات بالایی در مقیاس مردانگی کسب نموده‌اند، نمرات بالایی نیز در مقیاس گرایش به کلیشه‌های جنسیتی به دست آورده‌اند. به همان سان پسرهایی که گرایش بیشتری به کلیشه‌های جنسیتی مردانه دارند، گرایش بیشتری نیز به ارزش‌های مردانه دارند. نتیجه هم‌تغییری پیش‌گفته این است که پسرهای دارای هویت مردانه و دوجنسیتی به نسبت پسرهای دارای هویت جنسیتی نامتمایز و زنانه گرایش بیشتری ارزش‌ها و کلیشه‌های مردانه دارند. با این حال باید یادآوری نماییم پسرهای دارای هویت دوجنسیتی در میان گروه‌های چهارگانه انعطاف‌پذیرترین گروه در برابر نقش‌های مردانه و زنانه به لحاظ کسب بالاترین نمرات از هر دو مقیاس مردانگی و زنانگی برحسب ابزار بـم هستند.

یکی دیگر از نتایج این پژوهش براساس هم‌تغییری یاد شده این است که پیش‌بینی هرکدام از متغیرهای مذکور را براساس دیگری میسر می‌سازد. مثلاً با پیش‌بینی نمرات هویت مردانه پسرها می‌توان به گرایش آن‌ها به ارزش‌های مردانه و کلیشه‌های جنسیتی پی برد. این هم‌تغییری در مورد پاسخ‌های ذیل گویه‌های مشابه در مورد هر متغیر نیز قابل توجه بود.

یکی از مشکلات این پژوهش این بود که در اغلب مطالعات دو مفهوم جنس (sex) و جنسیت (gender) سهواً به جای هم به کار رفته و می‌رود، اتکای تعریف جنسیت بر جنس و بالعکس نیز امری است رایج که به ضعف و آشفتگی‌هایی در مفهوم‌پردازی و نهایتاً تئوری‌پردازی در این حوزه مطالعاتی منجر شده است. بنابراین، تشخیص و تمایز دو مفهوم جنس و جنسیت، ارائه تعاریف و پی‌ریزی مبنای مفهوم‌سازی دقیق پیرامون موضوع مورد مطالعه حائز اهمیت و ضروری است. پرهیز از التباس و اشتباه بین دو مفهوم جنس و جنسیت مستلزم ارائه تعریف دقیق از امر ذاتی و امر عرضی مثلاً در مورد مردی بیولوژیکی و مردانگی به‌عنوان سازه‌ای فرهنگی است تا بتوان وجوه ممیزه قاطع این دو را آشکار نمود و بعضاً یکی به جای دیگری قرار نگیرد. بنابراین، در تأیید استدلال لاگرانژ (۲۰۰۰) که هویت را چیزی فراتر از بدن فیزیولوژیکی (جنس) دانسته و لزوم نوعی بازنگری اساسی در نظم نمادین^۱ را ضروری می‌داند، پیشنهاد می‌شود متغیر جنسیت به‌عنوان یک متغیر تأثیرگذار به‌طور جدی در مطالعات

1. symbolic order

اجتماعی وارد شده و تنها به متغیر جنس بسنده نشود. معمولاً در مقایسه مردان و زنان تنها به جنس آن‌ها که یک متغیر دوشقی است، توجه می‌شود و از متغیر جنسیت که متغیری چند شقی است کمتر استفاده می‌شود. این بدان معنی است که مطابق با دیدگاه سنتی مردان و زنان به‌عنوان مفاهیمی یکپارچه صرفاً با یکدیگر قابل مقایسه هستند و تفاوت‌های درون‌گروهی مردان و زنان در مطالعات اجتماعی کمتر به حساب می‌آیند. به کمک نمودار شماره ۳ سعی نموده‌ایم تا حدودی سردرگمی‌های روابط بین جنس و جنسیت و تقابل‌های زن/مرد و امر زنانه/امر مردانه را بازنمایی و تصریح نماییم.



نمودار شماره ۳. مفاهیم جنس و جنسیت و تقابل‌های دوگانه متضاد از آن‌ها

نکته پایانی این‌که نگرش واحد و یکپارچه به مردان، به‌ویژه در امر جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری، سبب نادیده انگاشتن تمایزات جنسیتی آن‌ها خواهد شد. توجه به هویت جنسیتی مردان علاوه بر هویت جنسی آن‌ها سبب می‌شود افراد متناسب با هویت‌های جنسیت‌شان در مناسبات اجتماعی مشارکت جسته و در موقعیت‌های اجتماعی قرار گیرند. توجه به متغیر جنسیت به‌ویژه در سیاست‌گذاری نهادهای تربیتی، ورزش، نظامی و موارد مشابه می‌تواند ثمربخش باشد.

منابع

آلرک، پاملا. ال، و رابرت بی. ستل (۱۳۸۰) *درسنامه پژوهش پیمایشی: رهنمودها و استراتژی‌هایی برای انجام دادن پیمایش*، ترجمه مه‌راندخت نظام‌شهدی، اردشیر امیدوی صحنه و محمود متحد، تهران: آگه. بادنتر، الیزابت (۱۳۷۷) *زن و مرد*، ترجمه سرور شیوا رضوی، تهران: انتشارات دستان و هاشمی (به‌طور مشترک).

دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۷) *لغت‌نامه*، زیر نظر محمد معین، چاپخانه دولتی ایران. سازمان آموزش و پرورش شهر تهران (۱۳۸۳) *آمار اجمالی و استخراجی عوامل آموزشی و اداری*، سال تحصیلی ۱۳۸۲-۸۳، معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و منابع انسانی، گروه طرح و برنامه. سلدن، رامن و پیتر ویدوسون (۱۳۷۷) *راهنمای نظریه ادبی معاصر*، ترجمه عباس مخبر، تهران: طرح نو.

- گولد، جولیس و ویلیام ل. کولب (۱۳۷۵) *فرهنگ علوم اجتماعی*، ویراستار محمدجواد زاهدی مازندرانی، تهران: مازیار.
- گولومبوک، سوزان و رابین فیوش (۱۳۷۸) *رشد جنسیت*، ترجمه مهرناز شهرآرای، تهران: ققنوس.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- معاونت برنامه‌ریزی و منابع انسانی وزارت آموزش و پرورش (۱۳۸۳) خلاصه‌ای از: آمار آموزشگاه‌ها، کلاس‌ها، دانش‌آموزان و کارکنان در دوره‌های مختلف تحصیلی سال تحصیلی ۱۳۸۲-۸۳، دفتر طرح و برنامه.
- ناک، استیون (۱۳۷۹) *از دواج در زندگی مردان*، ترجمه سعید غفاری، تهران: ساحل.
- Baron, J. (1996) Measurement of gender-role attitudes, beliefs, and principles. <http://www.sas.upenn.edu/~baron/pp/htm>.
- Beynon, J. (2002). *Masculinities And Culture*. Bukingham: Open University Press.
- Brod, H. & Kaufman, M. (eds), (1994) *Theorizing Masculinities*. Thousand oaks, Calif: Sage.
- Burr, V. (1998) *Gender and Social Psychology*. London Routledge.
- Collier, R. (1995) *Masculinity, Low and the Family*. Newyork: Routledge.
- Cohen, F.T. (2001) *Men & masculinity: a text reader*, Ohio Wesleyan University: WadsWorth.
- Coltrane, S. (1994) *Theorizing Masculinities in Contemporary Social Science*, in: H. Brod and M. Kaufman (eds), *Theorizing Masculinities*, Thosand Oaks, Calif: Sage.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Berkley, CA: The University of California Press.
- Corraine, C.(eds), (2002) *Encyclopedia of Feminist Theories*. USA & Canad: Routledge.
- Frank, W.B & Kehler, D.M. (2004) *Boys and Masculinities: Negotiating the Contradictions and tensions of the practice of masculinities in schooling*. <http://www.hiceducation.org>
- Frosh, S., Phoenix, A. & Pattman, R. (2002) *Young Masculinities: Understanding Boys in contemporary Society*. Palgrave.
- Hearn, J. (1987) *The Gender Of Oppression: Men, Masculinity And The Critique of Marxism*, Brigjton: Harvester Wheatsheaf.
- Haywood, C. & Mac an Ghail, M. (2003) *Men and Masculinities*. Open University Press.
- Hofstede, Geert, editor. (1998). *Masculinity and Femininity: The Taboo Dimension of National Cultures*. London: Sage.
- Kimbrell, A. (2001) *What is a Man*. by The Men's Resource Network, Inc./The Men's Center.com/<http://www.mensightmagazine.com/library/whatsman.htm>.
- Lagrange, H. (2000). *The construction of male identity and its vicissitudes*. International

- Marketing Review. 17, 3: 155-168.
- Pamela, K.H. (1998). Society and Boys: Are Boys Treated Differently Than Girls. <http://www.clearinghouse.mwsc.edu/manuscripts/228.asp>
- Stets, J.E & peter J.burke. (1997). Femininity/Masculinity. pp. 997-1005 In edgar F. Borgatta & rhonda J.V. Montgomery (eds), Encyclopedia of sociology revised edition. New york: macmillan.
- Stericker, A.B. & Kurdek, L.A. (1982) Dimentions and correlates of children's sex role self consept. Sex Roles, 8, 915-929.
- Sugihara, Y. (1999) Masculinity and Femininity in Japanese Culture: a pilot study. Sex Roles: A Journal of Research, April.
- Whitehead, S.M.(2002) *Men and Masculinity: Key Themes and New Directions*. Cambridge: Polity press.

محمدسعید ذکائی استادیار جامعه‌شناسی و مدیر گروه مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی است. علائق پژوهشی او مطالعات جوانان، شهروندی و تحولات جدید فرهنگ روزمره است. مقالات زیادی در زمینه‌های فوق از ایشان به چاپ رسیده است.

سیدآیت‌اله میرزایی کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی از دانشگاه علامه طباطبایی است. از ایشان مقالاتی در مجلات داخلی به چاپ رسیده است. حوزه‌های علایق وی در زمینه جامعه‌شناسی تاریخی، مطالعات اقوام ایرانی و مطالعات مردان می‌باشد. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد این جانب زیرعنوان «بررسی گرایش پسرهای جوان به ارزش‌های مردانگی» است.