

## Semantic Analysis of Masculinity and Femininity from the Perspective of Ilami Women

Sakine Raisi\*  
Yar Mohammad Ghasemi\*\*  
Behrooz Sepidnameh\*\*\*

### Abstract

Research has demonstrated that the cultural and social constructions of masculinity and femininity vary across different societies, regions, cultures, and cultural contexts. This study aimed to conduct a semantic analysis of masculinity and femininity from the perspective of Ilami women, employing a qualitative paradigm and a phenomenological method. The target population comprised all Ilami women in 2022. Participants were selected through purposive sampling, and the sample size was determined based on theoretical sampling until theoretical saturation was achieved, resulting in 25 participants. In-depth interviews were used for data collection. The findings revealed that Ilami women did not hold a uniform narrative of masculinity and femininity. According to their accounts, these concepts are defined along two dimensions: positive (desirable) and negative (undesirable). A desirable (positive) man was described as family-oriented, emotional, sociable, and of adequate economic status, whereas an ill-tempered man who is indifferent to his family and weak-minded was considered an undesirable (negative) man. Furthermore, some Ilami women characterized a desirable (positive) woman as progressive, purposeful, social, and independent, while non-independent, husband-centered, and traditional women were viewed as undesirable (negative). In contrast, other women described traits such as husband-centeredness, domesticity, adherence to traditions, and patriarchal social norms as desirable (positive), deeming alternative attributes undesirable (negative). In conclusion, Ilami women's perception of femininity and masculinity reflects an asymmetrical understanding that oscillates between traditional and modern values.

**Keywords:** Femininity, Ilam, Masculinity, Semantic Analysis, Women

**Introduction:** Sex refers to biological characteristics, whereas gender encompasses the beliefs and behaviors associated with being a woman or a man—commonly termed femininity and masculinity. Femininity and masculinity are products of cultural and social structures, leading to diverse constructions across different contexts. Ilam province, located in western Iran, is home to multiple ethnic groups (Kurds, Lors, Laks, Persians, and Arabs), with a predominantly Shia population. Despite significant social and cultural changes,

---

\* MA in Cultural Studies, Department of Sociology and Cultural Studies, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran, [s.raeisi0250@gmail.com](mailto:s.raeisi0250@gmail.com)

\*\* Professor of Sociology, Department of Sociology and Cultural Studies, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran, [Y.ghasemi@ilam.ac.ir](mailto:Y.ghasemi@ilam.ac.ir)

\*\*\* Associate Professor of Sociology, Department of Sociology and Cultural Studies, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran, (Corresponding Author), [b.sepidnameh@ilam.ac.ir](mailto:b.sepidnameh@ilam.ac.ir)

Received: 18/03/2024, Accepted: 28/08/2024

the tribal structure of Ilam has persisted, resulting in traditional attitudes coexisting with modern influences. This has given rise to conflicting perceptions of gender among men and women. The existing research gap in this area motivated the present study, which addresses the following question: What is the meaning of femininity and masculinity from the perspective of women in Ilam city?

### **Materials & Methods**

Adopting a qualitative paradigm and an interpretive phenomenological approach, this study explored the lived experiences of Ilami women regarding femininity and masculinity. The target population comprised all Ilami women in 2023. A purposive sampling method was used, and theoretical saturation was achieved with 25 participants. Data were collected through in-depth interviews. Credibility was ensured through prolonged engagement in the research field and rigorous procedural accuracy. Transferability was supported by comparing findings with previous research, aligning with the conceptual framework, and maintaining detailed memos.

### **Discussion & Result**

Ilami women did not hold a uniform narrative of masculinity and femininity. A desirable (positive) man was described as family-oriented, emotional, sociable, and economically stable, whereas an ill-tempered, family-indifferent, and weak-minded man was considered undesirable (negative). Regarding women, two contrasting perspectives emerged: from a modern viewpoint, a desirable woman is progressive, purposeful, social, and independent, while submissive, husband-centered, and traditional women are seen as undesirable. Conversely, from a traditional viewpoint, attributes such as husband-centeredness, domesticity, adherence to traditions, and patriarchal norms are considered desirable, with other traits deemed undesirable. Although the breadwinner/housewife model remains prevalent in Ilam, a substantial portion of Ilami women criticized this model as an obstacle to gender equality and women's development.

### **Conclusion**

Ilami women's perceptions of masculinity and femininity are diverse, attributing both positive and negative traits to each gender. The findings reflect Ilam's ongoing transition from a traditional tribal society (mechanical solidarity) to a modern one (organic solidarity), leading to fragmented cultural narratives. While traditional beliefs persist, the spread of modern values has given rise to modern narratives of femininity (e.g., independent, capable, purposeful women) and masculinity (e.g., ethics-oriented, appearance-oriented, idea-oriented, material-oriented). Ilami women's society can be characterized as a traditional-modern bipolar society in which modernity is growing. Their perception of femininity is increasingly aligning with global values, suggesting a globalization of family norms. In contrast, their perception of masculinity remains relatively static, not fully grounded in modern discourse. This asymmetry creates new challenges within the family.

### **Bibliography**

Altunkaya, Özgür. E.S. (2022). *The effect of the dimension of cultural masculinity/ femininity in communication in multinational projects*. Master Thesis in Engineering Management. Jonkoping University. May 19<sup>th</sup>.

Alters, Sandra; Schiff, Wendy (2009). *Essential Concepts for Healthy Living*. Jones & Bartlett Publishers. p. 143.

Arabi, S. M., & Bodlai, H. (2011), Phenomenology Research Strategy. *Humanities Methodology of Social Science and Humanities Journal*. 17(68), 31-58. [In Persian].

Bartky, (1990) *Femininity and Domination*. Routledge, New York

Baudrillard, J. (2010), *The Consumer Society: Myths and Structures*, Translated by P. Izadi, first edition, Tehran: Thaleth.[ In Persian].

Berger, P. & Lokman, T. (2017). *Social Construction of Reality*, Translated by F. Majidi. Tehran: Scientific and Cultural Publishing. [In Persian].

- Chafetz, J. S, & Jacqueline. H (1996). The Gender Division of Labor and Family Change in Industrial Societies: A Theoretical Accounting. *Journal of Comparative Family Studies*. Vol. 27, No. 2, 25<sup>TH</sup>. pp. 187-219.
- Drydakis, N; Sidiropoulou, K; Patnaik, S; Selmanovic, S; & Bozani, V. (2017). Masculine vs Feminine Personality Traits and Women's Employment Outcomes in Britain: A Field Experiment. *GLO Discussion Paper*, No. 152. 1-22. <http://hdl.handle.net/10419/171928>.
- Giddens, A. (2016). *Sociology*. Translated by Manouchehr S. Tehran: Nei. [In Persian].
- Grogan, Sarah (2010), *Femininity and Body Image: Promoting Positive Body Image in the 'Culture of Slenderness'*. In: Hörschelmann K., Colls R. (eds) *Contested Bodies of Childhood and Youth*. Palgrave Macmillan, London. pp 41-52.
- Hofstede, G. (1986). Cultural differences in teaching and learning. *International Journal of Intercultural Relations*. 10 (3). 301-320.
- Hakim, C. (2013). *Erotic capital and its role in society's power relations*. Translated by J. Sarabi, CC Publications, first edition.
- Holmes, M. (2008). *Gender and Everyday Life*. Translated by Mohammad Mehdi. L.Tehran: Naqd Afkar Publication. [In Persian].
- Keskin Korumaz, E. (2021). The Construction of Femininity and Masculinity in the Publications of Turkish Presidency of Religious Affairs. *Stambul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 21: 71-92. DOI: 10.26650/iukad.2020.714525.
- Mahdian, H. (2023). Contrasting Discourse of Femininity and Masculinity in Beyzai Cinema (Case Study of Killing Mad Dogs). *Sociological Review*, 29(2), 113-132. Doi: 10.22059/jsr.2023.9152. [In Persian].
- Massey, D. (2007). *Categorically Unequal: The American Stratification System*. NY: Russell Sage Foundation.
- Menéndez-Aller I, A; Montes-Álvarez, P; Postigo, A; González-Nuevo, C; García-Fernández, J; Cuesta, M; & García-Cueto, E. (2022). Masculinity and Femininity: A multidimensional approach. 38 (2). 347-354. DOI: <https://doi.org/10.6018/analesps.481821>.
- Milestone, K; Meyer, A. (2020), *Gender and Popular Culture, Polity*, ISBN 978-0745643946.
- Parvari, P. (2019). The transition from philosophy to methodology, a new reading of the phenomenology method: the foundation of philosophical approaches and implementation steps. *Sociological studies*, 12(44), 87-106. doi: 10.30495/jss.2019.669587. [In Persian].
- Piri, H. Ghasemi, YA, & Piri, Sedighah. (2017). Representation of Femininity in the Local TV Shows Set in Ilam. *Women in Culture and Art (Women's Research)*, 9(2), 209-229. SID. <https://sid.ir/paper/160543/en>. [In Persian].
- Piri, H., Yaghobi, A., & piri, S. (2016). Representations of masculinity in the local TV channel of Ilam. *Sociological Cultural Studies*, 7(1), 51-77. <https://sid.ir/paper/241263/fa>. [In Persian].
- Qawaidaldarestani, Marziyeh. (2018). *studying the role of the media on the representation and induction of gender stereotypes (case study: 2 TV channel's children's programs)*. Master's thesis in the field of sociology, Gilan University, Iran. [In Persian].
- Safiri, K; & Mansourian Ravandi, F. (2014). Gender Stereotypes and Social Health: A Study of Women and Men in Tehran. *Women's Social-Psychological Studies Journal*. 13 (2). 37-66. DOI: <https://doi.org/10.22059/JWDP.2023.353675.1008324>. [In Persian].
- Safiri, K., & Mirzamohammadi, H. (2015). Studying the Relationship between Married Women Sexual Identity and their Attitudes towards Matrimonial Rights. *Women Studies*, 6(13), 103-122. [In Persian].
- Safiri, K; & Mirzamohammadi. (2014). Investigating the relationship between married women's gender identity and their attitude towards the rights of spouses, *Women's Research Journal, Institute of Human Sciences and Cultural Studies Journal*. 6(7). 103-122. [In Persian].
- Sharifi, N., & Nercissians, E. (2021). Femininity and the Construction of Masculine Ideals: An Ethnography amongst the Generation of the 1990s Men in Tehran. *Woman in Development & Politics*, 19(2), 329-349. doi: 10.22059/jwdp.2021.316052.1007936. [In Persian].

Soltani, M. (2019). *Representation of femininity and masculinity in contemporary Kurdish poetry of Ilam*. Master's thesis in cultural studies, University of Ilam-Iran. [In Persian].

- Stets, Jan E; Burke, Peter J. (2015), *Femininity/Masculinity, Encyclopedia of Sociology*, Revised Edition, in Edgar F. Borgatta and Rhonda J. V. Montgomery (Eds.), New York: Macmillan.
- Wharton, Amy S. (2005), *the sociology of gender: an introduction to theory and research*, first published by Blackwell Publishing Ltd.

## واکاوی معنایی مردانگی و زنانگی از منظر زنان ایلامی

\* سکینه رئیسی

\*\* یارمحمد قاسمی

\*\*\* بهروز سپیدنامه

### چکیده:

مطالعات مختلف نشان می‌دهند که ساخت فرهنگی و اجتماعی مردانگی و زنانگی در جوامع مختلف، در جغرافیای متفاوت، و در شرایط فرهنگی و فرهنگ‌های مختلف با هم تفاوت دارد. مطالعه حاضر با هدف واکاوی معنایی مردانگی و زنانگی از منظر زنان ایلامی با روش پدیدارشناسی انجام گرفته است. جامعه هدف شامل تمامی زنان ایلامی در سال ۱۴۰۲ است. نمونه‌یابی از نوع هدفمند بوده و حجم نمونه بر اساس معیار اشباع نظری ۲۵ نفر تعیین شده است. از مصاحبه عمیق برای گردآوری اطلاعات استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که زنان ایلامی از مردانگی و زنانگی روایت واحدی ندارند. مردانگی و زنانگی از منظر آنان در دو بُعد ایجابی و سلبی معنا یافته است. مرد مطلوب (ایجابی) از نظر آنان مرد خانواده‌دوست، عاطفی، اجتماعی و دارای وضعیت اقتصادی مناسب بوده و مرد بدخلق، بی‌توجه به خانواده و ضعیف‌النفس، مرد نامطلوب (سلبی) محسوب می‌شود. همچنین از نظر برخی از زنان ایلامی زن مطلوب (ایجابی) زن پیشرو، هدفمند، اجتماعی و مستقل، و زنان تابع، شوهرمحور، سنت‌راهبر، زن نامطلوب (سلبی) تلقی می‌شوند. درحالی‌که از نظر برخی دیگر از زنان صفاتی چون شوهر محوری، تدبیر منزل، تبعیت از سنت‌ها و هنجارهای اجتماعی مردسالار مطلوب (ایجابی) محسوب گشته و صفات غیر از این را نامطلوب (سلبی) توصیف می‌کنند. در

---

\* کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، گروه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران،

s.raeisi0250@gmail.com

\*\* استاد جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران،

Y.ghasemi@ilam.ac.ir

\*\*\* دانشیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران، (نویسنده

مستول)، [b.sepidnameh@ilam.ac.ir](mailto:b.sepidnameh@ilam.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۷

نهایت می‌توان گفت که خوانش زنان ایلامی از زنانگی و مردانگی خوانشی نامتقارن است که بین ارزش‌های سنتی و نوگرا در حال نوسان است.

کلیدواژه‌ها: واکاوی معنایی، زنانگی، مردانگی، زنان، ایلام

## ۱. بیان مسئله

هویت از اجزای واقعیت‌های ذهنی است؛ که در رابطه دیالکتیکی فرد با جامعه قرار داشته و در فرآیندهای اجتماعی شدن شکل می‌گیرد و پس از به ظهور رسیدن، به حال خود باقی‌مانده و یا در برخی موارد، تغییر می‌کند و بر اساس روابط جدید از نو شکل می‌گیرد. فرآیندهای تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی (Social Identity)، بر اساس ساختار اجتماعی تعیین می‌شوند. هویت نیز که متأثر از روابط اجتماعی است نسبت به ساختار اجتماعی، واکنش نشان می‌دهد، باعث تغییر آن شده یا موجب حفظ و بقای آن می‌گردد. ساختار اجتماعی می‌تواند موجب پیدایش انواع هویت اجتماعی در افراد شده و به‌خوبی قابل تشخیص باشد؛ لذا به‌وضوح می‌توان، هویت فرد آسیایی را از فرد اروپایی تشخیص داد. تنوع هویت‌ها، فرآورده‌های اجتماعی‌ای هستند که عناصری نسبتاً ثابت و پایدار دارند (برگر و لوکمان، ۱۳۹۷: ۲۳۶-۲۳۷).

در نظریه هویت اجتماعی، افراد می‌توانند خود را به‌عنوان یک شیء در نظر گرفته و خود را به روش‌های خاصی در رابطه با سایر مقولات یا طبقه‌بندی‌های اجتماعی طبقه‌بندی، دسته‌بندی و یا نام‌گذاری کنند. یکی از مقولات مهم این دسته‌بندی، جنسیت است که تعریف هویت بر اساس آن به ظهور مفهوم هویت جنسیتی (Gender Identity) می‌انجامد. جامعه‌شناسان بین دو مفهوم جنس (Sex) و جنسیت (Gender) تفاوت قائل‌اند. جنس به این موضوع اشاره دارد که یک نفر مرد یا زن است و این تفاوت از ویژگی‌های جسمی او نشأت می‌گیرند. مفهوم جنس عموماً برای بیان زن یا مرد بودن از دیدگاه زیست‌شناختی به کار می‌رود. مقوله جنسیت اما معرف باورها و رفتارهایی است که مرد بودن یا زن بودن را نشان می‌دهد. جنسیت به‌عنوان مقوله‌ای اجتماعی و متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه، یکی از ابعاد مهم تفاوت‌های فردی بین انسان‌ها به شمار می‌رود.

جنسیت نماینده ویژگی‌هایی است که مردان و زنان در هنگام مواجهه با زندگی و فرهنگ اجتماعی از طریق جامعه‌پذیری به دست می‌آورند (Wharton, 2005: 67). به نظر آکر (Acker) جنسیت در فرایندها، شیوه‌ها، تصاویر و ایدئولوژی‌ها و توزیع قدرت در بخش‌های مختلف زندگی اجتماعی وجود دارد. ساختارهای نهادی جوامع، اغلب بر اساس جنسیت عمل کرده و در امتداد جنسیت سازمان‌یافته‌اند... به‌طور تاریخی توسط مردان توسعه‌یافته‌اند و در حال حاضر مردان بر آن‌ها تسلط دارند و به‌صورت نمادین از دیدگاه مردان در سمت‌های پیشرو، چه در زمان حال و چه در طول تاریخ، تفسیر شده است (همان: ۶۵). سازمان یک واحد اجتماعی

است که برای دستیابی به یک هدف خاص تأسیس شده است. سازمان‌ها مرزها، قوانین، رویه‌ها و وسایل ارتباطی دارند (همان). رویه‌های اجتماعی که با سازمان‌ها در ارتباط هستند نقش ویژه‌ای در برساخت و بازتولید جنسیت و هویت جنسیتی دارند (همان).

از منظر جامعه‌شناختی، هویت جنسیتی شامل تمام معانی است که بر اساس شناسایی جنسیت شخص بر او اعمال می‌شود. این معانی در نوع خود منبع ایجاد انگیزه برای رفتارهای مرتبط با جنسیت می‌باشند (Stets, 2015:997). هویت جنسیتی آنگاه که مردان را مورد خطاب قرار دهد «مردانگی» (Masculinity) و زمانی که زنان مورد خطاب آن باشند «زنانگی» (Femininity) نامیده شده است.

مردانگی، به صفاتی اشاره دارد که به‌طور کلیشه‌ای به مردان نسبت داده می‌شوند، با تصویر یک رهبر قدرتمند، از نظر فنی رقابت‌طلب، جاه‌طلب، خودکفا و معتبر تصویرسازی می‌شود که می‌تواند کنترل احساسات خود را حفظ کند. در مقابل، زنانگی شامل صفاتی است که به‌طور کلیشه‌ای به زنان نسبت داده می‌شود و با همدلی، حساسیت، وفاداری و یک رفتار دلسوز گونه همراه است (Drydak et al, 2017:2). برخی معتقدند این ساخت اجتماعی برای مردانگی و زنانگی به منشأ فیزیکی مردان و زنان برگردد که به‌مرور زمان برای آن ساخت اجتماعی و فرهنگی تعریف و تعیین شده است. چنانچه ویژگی‌های طبیعی مانند ظرافت و زیبایی زنانه را در ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی مانند همدلی، مهربانی و... دمیده‌اند و بالعکس.

به اعتقاد آنتونی گیدنز، زنان در غالب فرهنگ‌ها بخش قابل توجهی از زندگی خود را برای فرزند آوری و تربیت و پرورش کودکان صرف می‌کنند و در نتیجه نمی‌توانند همانند و همپای مردان در شکار یا جنگ شرکت کنند. به نظر او، تفاوت در رفتار مردان و زنان در اساس از طریق یادگیری اجتماعی هویت‌های زن و مرد پدید می‌آید (گیدنز، ۱۳۹۶: ۱۹۴)؛ یعنی به زنان یاد داده می‌شود که وظیفه آنان فرزند آوری و مراقبت و پرورش کودکان است و یک زن خوب زنی است که فرزندان زیاد (غالباً پسر) به دنیا آورده و به‌خوبی آنان را تربیت نماید. این نقش‌ها و انتظارات و معیارها مطابق خواست جامعه و توسط مردان و زنان در طول تاریخ و توسط نسل‌ها بازتولید شده‌اند.

این دیدگاه تاریخی در دوران جدید، که متأثر از تغییر و تحولات گوناگونان در ساخت اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی جوامع و به تبعیت از آن تغییرات در سبک زندگی و مفاهیم مرتبط با جنسیت است، کم‌کم به چالش کشیده شده است. جنسیت، کار و خانواده به‌طور جدایی‌ناپذیری درهم تنیده هستند؛ بنابراین در دوران مدرن و پسامدرن تغییرات در کار و خانواده باعث ایجاد تغییر در روابط جنسیتی و نقش‌ها و انتظارات جنسیتی شده و تغییر در روابط جنسیتی نیز متقابلاً باعث ایجاد تغییر در خانواده و کار شده است (Wharton, 2005:81). در طول نیم‌قرن گذشته، میزان مشارکت زنان در نیروی کار در سراسر جهان صنعتی روندی افزایشی داشته است. حرکت زنان به سمت کار دستمزدی «تأثیرگذارترین تغییر در بازار کار کشورهای صنعتی در دوره پس

از جنگ» بوده است که پیامد آن تغییرات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مرتبط می‌باشد (همان: ۸۸). جرقه‌های این تغییرات در کشوری مانند ایران نیز بعد از سقوط حکومت قاجاریه و در دوران پهلوی زده شد و بعد از آن همواره ساختارهای سنتی جنسیت و مردانگی و زنانگی به چالش کشیده شده است. این دگرگونی‌ها پدیده‌ای عام و شایع بوده که تمام استان‌های کشور را در بر گرفته است و استان ایلام نیز مستثنی از این تغییرات نبوده است.

ایلام شهری است که در حال سپری کردن دوران گذار از جامعه‌ای سنتی به جامعه‌ای متأثر از تحولات دنیای صنعتی است این مراحل گذار را می‌توان در تغییر دگرگونی سبک زندگی و مناسبات اجتماعی مردم مشاهده نمود. موج‌های مختلف پیمایش‌های ملی سنجش ارزش‌ها و نگرش‌ها نیز مؤید این ادعا می‌باشند. به نظر می‌رسد تغییرات کنونی نه تنها ساخت جنسیت و نقش‌های جنسیتی، بلکه معنای ذهنی جنسیت و مردانگی و زنانگی را در زنان ایلامی تحت تأثیر قرار داده‌اند؛ اما مطالعات مختلف نشان می‌دهند که ساخت فرهنگی و اجتماعی مردانگی و زنانگی در جوامع مختلف، در جغرافیای متفاوت و در شرایط فرهنگی و فرهنگ‌های مختلف باهم تفاوت دارد؛ بنابراین شناخت برساخت‌های گوناگون زنانگی و مردانگی در مناطق و جوامع مختلف نیازمند پژوهش‌های علمی است. مهم‌ترین سئوالی که در این مجال مطرح شده آن است: زنانی که مخاطبان این برساخته‌های اجتماعی-فرهنگی اند، چه معنایی از زنانگی و مردانگی دارند؟ یا به عبارت دیگر، زنان ایلامی چه معنایی از مردانگی و زنانگی متصور شده‌اند؟

## ۲. سؤالات پژوهش

۱-۲. مهم‌ترین دلالت‌های معنایی زنانگی و مردانگی کدام‌اند؟

۲-۲. مهم‌ترین سنخ‌های مردانگی و زنانگی کدام‌اند؟

۳-۲. ادراک زنان از نقش‌های شغلی و زندگی مشترک چگونه است؟

۴-۲. ادراک زنان از نقش‌های شغلی مردانه و زنانه چگونه است؟

۵-۲. ادراک زنان از تبعیض جنسیتی چگونه است؟

۶-۲. مهم‌ترین تجربه زیسته زنان از زنانگی و مردانگی کدام‌اند؟

### ۳. چهارچوب مفهومی

#### ۳-۱. جنسیت و هویت جنسی

به نظر گیدنز (Giddens) ما می‌توانیم جنس را به معنای تفاوت‌های زیست‌شناختی و کالبدشناختی میان زنان و مردان از فعالیت جنسیتی متمایز کنیم. همچنین باید تمایز مهم دیگری، بین جنس و جنسیت قائل شویم درحالی‌که جنس به تفاوت‌های فیزیکی بدن اشاره می‌کند، جنسیت به تفاوت‌های روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی بین زنان و مردان مربوط می‌شود. تمایز میان جنس و جنسیت تمایز اساسی است زیرا بسیاری از تفاوت‌های میان مردان و زنان دارای منشأ زیست‌شناختی نیستند (گیدنز، ۱۳۹۶: ۱۹۲).

جنکینز (Jenkins) از جمله نظریه‌پردازانی است که به مقوله جنسیت و هویت توجه نشان داده است. از نظر او جنسیت به تجربه فرد سامان می‌دهد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند. به‌علاوه جنسیت آشکارترین وجه هویت فردی است که در تعامل با دیگران ساخته می‌شود و قطعاً هویتی جمعی نیز هست، زیرا می‌توان بر اساس آن رده‌بندی کرد. باین‌وجود وی عقیده دارد که عناصری چون جنسیت بیشتر از بیرون تعریف می‌شوند تا درون و انعطاف‌پذیری کمتری دارند، چراکه جنسیت هویتی است که به‌صورت جمعی-ملی، در فرآیند اجتماعی شدن به کودک منتقل می‌شود و کودک به علت تجارب کمی که دارد توان مقاومت در مقابل آن را ندارد (سفیری و منصوریان راوندی، ۱۳۹۴: ۳).

آروین گافمن (Erving Goffman) استدلال کرد جنسیت ثابت نیست و ذاتی نیست بلکه مجموعه‌ای از شیوه‌ها و ویژگی‌های اجتماعی تعریف شده است، با گذشت زمان، رشد کرده و به‌عنوان زنانه یا مردانه برجسب می‌خورند (Milestone & Meyer, 2011:13). جودیت باتلر، نیز همانند گافمن معتقد بود که اگرچه اختلافات بیولوژیکی بین زن و مرد ذاتی است، اما مفاهیم زنانگی و مردانگی از نظر فرهنگی ساخته شده و صفاتی مانند انفعال و مهربانی به زنان و تهاجم و شعور به مردان اختصاص یافته است. سپس دختران از طریق اسباب‌بازی‌ها، بازی‌ها، تلویزیون و مدرسه برای مطابقت با ارزش‌ها و رفتارهای زنانه جامعه‌پذیر شدند (Hollows, 2000,10-11).

با باور فوکو (Foucault) مفهومی چون جنسیت، جز آن‌که برساخته‌ای باشد در راستای شکل‌دهی به نظام جنسی اجتماعی میان آدمیان، چیزی نبوده و نیست و این مفهوم در ساختار قدرت و در لایه‌های طبقات جامعه است که شکل می‌گیرد. از دیدگاه فوکو، جنسیت یعنی روش اداره کردن، تولید کردن و نظارت ما بر بدن‌هایمان، کنش‌هایمان و مناسبات اجتماعی‌مان در جامعه مدرن. جنسیت درون‌مایه مسلط خواست حقیقت

شخصی ما در سده‌های نوزدهم و بیستم بوده است و در این مقام اهرمی است اصلی برای به انقیاد درآوردن سیستماتیک فرهنگی پیکر فردی و اجتماعی (برنز، ۱۳۸۱: ۱۱۴).

آن اوکلی (Ann Oakley) جنسیت را موضوعی مربوط به فرهنگ دانسته و معتقد است که جنسیت، طبقه‌بندی اجتماعی به مردانه و زنانه را توضیح می‌دهد. از نظر او، تفاوت‌های روان‌شناختی بین دو جنس از تربیت اجتماعی ناشی می‌شود و هیچ تحقیقی وجود ندارد که بتوان از آن، نوعی جبرگرایی زیستی هر چه که باشد، استنتاج کرد. همچنین وی معتقد است اگرچه تقسیم جنسیتی کار یک امر جهانی است، اما مضامین وظایفی که زنانه یا مردانه تلقی می‌شوند در جوامع مختلف باهم متفاوت‌اند. به این ترتیب استفاده اوکلی از مفهوم جنسیت، تمام تفاوت‌های تثبیت‌شده میان مردان و زنان را در برمی‌گیرد، خواه آن‌ها تفاوت‌های فردی باشند (موضوع مورد بررسی روانشناسان)، خواه نقش‌های اجتماعی یا مظاهر فرهنگی (موضوع مورد بررسی جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان). علاوه بر این، در کتاب او، مفهوم جنسیت، هر چیزی را که تغییرپذیر و به لحاظ اجتماعی تعیین شده است، در برمی‌گیرد. اوکلی می‌گوید: «ثبات جنس را باید پذیرفت؛ اما همان‌طور نیز تغییرپذیری جنسیت را باید بپذیریم». اوکلی معتقد بود که در قرن‌ها و دهه‌های پیش، چنین تصویر منفعل و ظریفی از جنس زن وجود نداشته است. اوکلی به‌عنوان یک جامعه‌شناس معتقد بود که اگر به دهه ۱۹۷۰ برگردیم به‌خوبی درمی‌یابیم که در آن دوران زنان در بسیاری از کشورهای آسیایی و آفریقایی و حتی در مناطق روستایی اروپا سخت‌ترین و طاقت‌فرساترین کارها را انجام می‌دهند (هولمز، ۱۳۸۸: ۴۷).

گرت هافستد (Geert Hofstede) معتقد است که فقط رفتارهایی که به‌طور مستقیم با زایمان در ارتباط هستند می‌توانند به‌طور دقیق، زنانه یا مردانه توصیف شوند و باین‌وجود همه جوامع در سراسر جهان بسیاری از رفتارهای اضافی را برای مردان مناسب‌تر از زنان می‌دانند و برعکس. وی این‌ها را به‌عنوان گزینه‌های نسبتاً خودسرانه به‌واسطه هنجارها و سنن فرهنگی توصیف می‌کند و «مردانگی در مقابل زنانگی» را یکی از پنج بعد اساسی در نظریه خود در مورد ابعاد فرهنگی می‌داند. هافستد رفتارهای زنانه از قبیل «خدمت و نوکری» و «خیرخواهی» را توصیف می‌کند و کشورهایی که بر برابری، همبستگی، کیفیت زندگی کار و حل تعارض‌ها با سازش و مذاکره تأکید می‌کنند را به‌عنوان زنانه توصیف می‌کند (Hofstede, 2013).

### ۲-۳. نابرابری جنسیتی (Gender inequality) و زیست جهان

جنسیت‌گرایی زمانی اتفاق می‌افتد که زنان و مردان در دو بعد شناخت اجتماعی قرار بگیرند. تبعیض همچنین با شبکه‌سازی و برخورد ترجیحی در بازار اقتصادی بازی می‌کند. مردان به‌طور معمول موقعیت‌های قدرت را در جامعه اشغال می‌کنند. به دلیل نقش‌های جنسیتی مورد قبول اجتماعی یا ترجیح سایر مردان، مردان دارای

قدرت بیشتر مردان دیگر را استخدام یا ارتقا می‌دهند، بنابراین نسبت به زنان تبعیض قائل می‌شوند (Massey, 2007).

### ۳-۳. جنسیت و تقسیم کار

پارسونز بر نقش محوری تقسیم کار جنسیتی در حفظ وحدت و انسجام خانواده تأکید کرده است. تقسیم کاری که وظایف شغلی، کسب درآمد و رهبری خانواده را بر عهده شوهر / پدر و وظایف خانه داری و کدبانوگری را بر عهده همسر / مادر قرار می‌دهد. به باور وی این الگو بهترین شکل، زمینه ایفای کارکردهای اصلی خانواده یعنی تثبیت شخصیت بزرگسالان و جامعه پذیری کودکان را فراهم می‌کند و این امر در ثبات و یکپارچگی خانواده و در نتیجه در یکپارچگی اجتماعی نقشی اساسی دارد (بستان، ۱۳۸۵).

### ۳-۴. جنسیت و مصرف

ژان بودریار (Jean Baudrillard) در نظریه خود در مورد مصرف به الگوی مذکر و مؤنث، اشاره می‌کند. از دید وی مردانگی کارکردی و زنانگی کارکردی، از ماهیت جنسیت‌ها ناشی نمی‌شوند، بلکه نتیجه تمایز آمیز نظام هستند. این دو الگو، مصرف را سازمان‌دهی می‌کنند. الگوی مذکر، مبتنی بر توقع و گزینش است؛ مرد مدرن به شدت متوقع است، انتخاب او منفعلانه نیست، بلکه فعالانه انتخاب خود را اعمال می‌کند. در اینجا موردپسند دیگران واقع شدن، اهمیتی ندارد، بلکه متمایز شدن، مطرح است. مدل مذکر، مبتنی بر فضیلت رقابتی و گزینشی است و موجب می‌شود که فرد احساس کند در جایگاه بالاتر اجتماعی قرار گرفته است؛ اما مدل مؤنث، وضعیتی دیگر دارد. این مدل، زنان را وامی‌دارد که موردپسند خود واقع شوند. اینجا برخلاف مدل مذکر که حق انتخاب و توقع، مطرح بود، خوشایند بودن و مراقبت از خود مطرح است. گویا از مردان دعوت می‌شود به بازی در نقش سرباز پردازند و زنان نیز دعوت به عروسک بازی با خود می‌شوند. آنچه در گزینش مذکر، مهم است اثبات شایستگی‌هاست و آنچه در مدل زنانه تداوم دارد، ارزشی نیابتی است؛ همانند آنچه که وبلن در مصرف نیابتی، قائل بود. زن، یعنی مدل مؤنث، به خود می‌رسد برای آنکه بهتر موضوع رقابت مردان واقع شود، زیبایی او بدین معناست که اگر واقعاً زن باشد انتخاب می‌شود، همان‌طور که اگر مرد، مرد باشد زن خود را به‌عنوان یکی از اشیاء / نشانه‌ها، انتخاب می‌کند (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۳۹-۱۴۰).

### ۳-۵. جنسیت، انتظارات و نقش‌ها

نقش جنسیتی، نقشی اجتماعی است که شامل طیف وسیعی از رفتارها و نگرش‌ها است که بر اساس جنس بیولوژیکی یا ادراک‌شده آن شخص - برای او قابل قبول، مناسب یا مطلوب تلقی می‌شود. نقش‌های جنسیتی معمولاً بر اساس درک افراد از مردانگی و زنانگی متمایز می‌شوند، ویژگی‌های این انتظارات جنسیتی ممکن است در میان برخی فرهنگ‌ها متفاوت و در برخی دیگر مشترک باشد، درحالی‌که برخی ویژگی‌ها ممکن است در طیف وسیعی از فرهنگ‌ها مشترک باشد (Alters & Schiff, 2009: 143).

### ۳-۶. جنسیت و بدن جنسیتی شده

مشاهدات مختلف بیانگر آنند که هویت جنسیتی و ادراک شخص از بدن خود کاملاً به هم پیوسته است. لاغر بودن با خویشتن‌داری، ظرافت، جذابیت اجتماعی و جوانی همراه است و دختران آرزوی داشتن یک بدن ایده‌آل ظریف را دارند. ایده‌آل زنانه در دهه ۲۰۰۰ بدن زیبا و تنومند است. محققان روانشناسی، جامعه‌شناسی و مطالعات جنسیتی بر این باورند که تصویر و تصور افراد از بدن خود امری اجتماعی است و در فرهنگ‌های مختلف ممکن است به گونه‌های متفاوتی برساخت گردند (Grogan, 2010: 41).

### ۳-۷. جنسیت و سرمایه جنسی

«سرمایه جنسی» (Erotic Capital)، وجه نوینی از سرمایه است که کاترین حکیم (Catherine Hakim) آن را مطرح نمود. این سرمایه «آمیزه‌ای از جذابیت ظاهری و اجتماعی است. این ترکیب در برگزیده جذابیت‌های زیبایی شناختی، دیداری، ظاهری و جنسی فرد برای سایر اعضای جامعه است که او در آن زندگی می‌کند و به ویژه برای اعضای از جنس مخالف و در تمامی زمینه‌های اجتماعی (حکیم، ۱۳۹۱: ۳۱).

#### ۴. پیشینه تحقیق:

جدول ۱. پیشینه مختصر پژوهش

محقق	سال	عنوان	روش	نتیجه
مهدیان	۱۴۰۱	تقابل گفتمان زنانگی و مردانگی در سینمای بیضایی (مطالعه موردی سگ‌کشی)	تحلیل گفتمان	سگ‌کشی با پذیرفتن مبانی فمینیسم سوسیال، زنانگی را در تقابل با مردانگی می‌داند و زن را تحت ستم دو نظام «پدرسالاری» و «سرمایه‌داری» بازنمایی می‌کند. در این فیلم، صدق، فرهنگ، عشق، اخلاق، رنج و تعهد، دال‌های پیرامونی گفتمان زنانه‌اند که در تقابل با دال‌های پیرامونی گفتمان مردانه یعنی فریب، اقتصاد، سکس، خشونت، قدرت و خیانت قرار دارند. در نهایت باید گفت زن در جامعه سگ‌کشی شکست می‌خورد و دنیای مردانه را رها کرده و به شهرستان باز می‌گردد
شریفی و نرسیسیانس	۱۴۰۰	زنانگی و برساخت ایده‌آل‌های مردانه: مطالعه‌ای در میان مردان متولد دهه ۱۳۷۰ در تهران	قوم‌نگاری	مردانگی هژمونیک که رابطه جنسی را حق خود و حفظ باکره گی را وظیفه و مسئولیت زن می‌داند، سه گروه دیگر نیز، در طیفی از مردانگی‌ها تحلیل شده است: مردانگی معذب، مردانگی اخلاق‌مداری مردانگی رها. هریک از این اشکال مردانگی را نمی‌توان به‌منزله مقوله‌هایی جدا از هم دید و هریک با دیگری در عین تفاوت، هم پوشانی دارند.
سلطانی	۱۳۹۹	بازنمایی زنانگی و مردانگی در شعر معاصر کردی ایلام	تحلیل محتوای کیفی	الگوی متعارف متصور در شعر کردی شاعران ایلامی یک الگوی هژمونیک مردانه است که اقتدارگرایی مردانه و تقدیرگرایی زنانه ویژگی‌های بارز آن است.
قویلد دارستانی و همکاران	۱۳۹۸	بازنمایی مردانگی و زنانگی در تلویزیون ایران مطالعه برنامه‌های ویژه خردسالان در شبکه دوم سیما	تحلیل محتوای کمی	در برنامه‌های خردسال شخصیت‌های مرد و زن به‌صورت نامتوازن توزیع شده‌اند؛ به‌طوری‌که میزان نسبت نمایش شخصیت مردان ۴۰/۵ درصد (معادل ۲۷۲ مورد) بیشتر از نمایش شخصیت زنان است. مردانگی هژمونیک و زنانگی مؤکد در شخصیت مردان و زنان در این برنامه‌ها بازنمایی شده است. کلیشه‌های جنسیتی به‌صورت تقابل‌های دوگانه فعال مردانه/ منفعل زنانه، باهوش مردانه/ نادان زنانه در برنامه‌های خردسال بازنمایی شده است. در این برنامه‌ها، «فنای نمادین زنان» دیده می‌شود؛ به‌طوری‌که زنان اغلب در نقش‌های فاقد بازده و همراه با «دلهره زنانه» نمایش داده شده‌اند.
پیری و همکاران	۱۳۹۶	بازنمایی زنانگی در سریال‌های شبکه محلی ایلام	تحلیل محتوای کیفی	این سریال‌ها با بازنمایی شکل خاصی از زنانگی به‌منزله زنانگی هژمونیک، بر پذیرش و تقویت آن تأکید می‌کنند و در برابر بازنمایی زنانگی متکثر دیگری که در جامعه حضور دارند یا مقاومت کرده است یا از آن به‌منزله زنانگی نابهنجار، نامتعارف و حاشیه‌ای یاد می‌کند.
پیری و همکاران	۱۳۹۵	بازنمایی مردانگی در سریال‌های شبکه محلی ایلام	تحلیل محتوای کیفی	این سریال‌ها با بازنمایی شکل خاصی از مردانگی به‌عنوان مردانگی هژمونیک، بر پذیرش، تأیید و تقویت آن کمک کرده است. همچنین مردانگی دیگری که جدا از بافت پدرسالارانه و سنتی قرار دارند به‌عنوان مردان نابهنجار و حاشیه‌ای از اجتماع محلی طرد می‌شوند.
Menéndez-Aller, A. & et al.	2022	مردانگی و زنانگی: رویکردی چندبعدی	اعتبار سنجی	ساخت یک ابزار قابل‌اعتماد و معتبر برای مطالعه نقش‌های جنسیتی با رویکرد چندبعدی جهت مطالعه مردانگی و زنانگی. یافته موبد تفاوت مردانگی و زنانگی در ابعاد عواطف اجتماعی، مقایسه و پرخاشگری می‌باشند

تعلق شرکت های چند ملیتی به ارزش های فرهنگ مردانگی یا زنانگی بر امکان یا امتناع تعاملات و مبادلات تجاری آنان با طرف مقابل تأثیر می گذارد. شرکت های مبتنی بر فرهنگ زنانگی با تسامح و تساهل بیشتری پذیرای خواسته های شرکت های فرهنگ مردانگی محور می باشند در حالی که شرکت های مبتنی بر فرهنگ مردانگی در مقابل خواسته های شرکت های زنانگی محور مقاومت نشان می دهند.	تحلیل مضمون	تأثیر فرهنگ مردانگی / زنانگی در ارتباطات چندملیتی پروژه‌ها	2022	Altunkaya, Özgür, Escobar
زن ایده آل در گستره خانواده تعریف می شود و نقش مادری بُن مایه هویت زنانه به حساب می آید	تحلیل گفتمان	برساخت زنانگی و مردانگی در آثار انتشارات مرکزی بنیاد امور و شئون مذهبی ترکیه	2021	Keskin Korumaz

#### ۴-۱. جمع بندی پیشنهادها

مروری کوتاه بر پژوهش ها بیانگر آن است که اکثر مطالعات انجام شده متکی بر متن و درون فهمی آن‌اند و کمتر به اطلاع رسانی‌ها (پژوهش میدانی) توجه و مراجعه شده است. از نظر روش نیز بیشتر پژوهش‌ها متکی بر تحلیل محتوا، تحلیل مضمون و تحلیل گفتمان‌اند و خلأ پژوهش‌هایی نظیر پدیدارشناسی و گراند تئوری دیده می‌شود.

#### ۵. روش شناسی

رویکرد مقاله حاضر تفسیری، پارادایم آن کیفی و روش تحقیق مورد نظر پدیدارشناسی (Phenomenology) است. پدیدارشناسی رویکردی فلسفی و روش‌شناختی است که دربرگیرنده روش‌های متنوع می‌باشد. «به عقیده اغلب روش‌شناسان دو رهیافت کلی در پدیدارشناسی وجود دارد که عبارت‌اند از؛ ۱- پدیدارشناسی تفسیری، ۲- پدیدارشناسی توصیفی. در مطالعه حاضر از رهیافت پدیدارشناسی توصیفی استفاده شده است. پدیدارشناسی توصیفی آن است که به تعبیر و تفسیر محقق متکی بوده و بیشتر مبتنی بر توصیفات به دست آمده از تجارب مشارکت‌کنندگان است (اعرابی و بودلایی، ۱۳۹۰: ۳۴). پدیدارشناسی توصیفی منسوب به هوسرل (Husserl) می‌باشد. رویکرد هوسرل از آنجا توصیفی نامیده می‌شود که وی قائل به توصیف ذات عمومی و فراگیر پدیده‌ها در پدیدارشناسی بود و پدیدارشناس را فردی مستقل و جدا می‌دانست که می‌تواند ذات یک پدیده را در آگاهی افراد شناسایی و توصیف کند» (پروری، ۱۳۹۸: ۹۰).

جامعه هدف این پژوهش شامل تمامی زنان ایلامی در سال ۱۴۰۲ است. نمونه یابی از نوع نمونه یابی هدفمند است و حجم نمونه نیز بر اساس نمونه‌گیری نظری و معیار رسیدن به اشباع نظری ۲۵ نفر تعیین شد (رک: جدول ۲). «اشباع زمانی حاصل می‌شود که هیچ داده اضافی پیدا نشود که محقق بتواند با آن ویژگی‌های این دسته از داده‌ها یا مفاهیم را توسعه دهد. پژوهشگر نمونه‌های مشابه را بارها و بارها می‌بیند تا از نظر تجربی

اطمینان حاصل کند که یک دسته به اشباع رسیده است. ابزار گردآوری اطلاعات این تحقیق مصاحبه عمیق است. این نوع از مصاحبه خاص پژوهش‌های پدیدار شناختی است.

جدول ۲. مشخصات اطلاع‌رسان‌ها

ردیف	نام مستعار	سن	تحصیلات	رشته تحصیلی	وضعیت تأهل	وضعیت شغلی
۱	مریم	۳۰	دکتر	مدیریت	متاهل	شاغل موقت
۲	رؤیا	۲۷	ک.ارشد	روانشناسی	متاهل	شاغل دولتی
۳	بنفشه	۳۳	ک.ارشد	مدیریت	متاهل	شاغل دولتی
۴	فاطمه	۲۵	کارشناسی	برنامه‌ریزی شهری	مجرد	بیکار
۵	صدیقه	۲۶	دیپلم	علوم تجربی	متاهل	خیاط
۶	زهرا	۳۳	کاردانی	تربیت بدنی	مجرد	شاغل
۷	شهین	۳۰	دیپلم	تجربی	متاهل	آرایشگر
۸	مهین	۴۲	دیپلم	انسانی	متاهل	خانه‌دار
۹	سکینه	۴۵	ابتدایی	-	بیوه	مغازه‌دار
۱۰	ترنم	۳۵	ک.ارشد	جامعه‌شناسی	مجرد	شاغل دولتی
۱۱	پازان	۶۰	کارشناسی	معماری	متاهل	خانه‌دار
۱۲	بهار	۴۷	کارشناسی	عمران	متاهل	شاغل دولتی
۱۳	افسون	۳۳	دیپلم	فنی	متاهل	خانه‌دار
۱۴	فریبا	۲۲	کارشناسی	کامپیوتر	مجرد	بیکار
۱۵	فروزان	۲۰	دیپلم	فنی	متاهل	خانه‌دار
۱۶	نسیم	۴۶	بی‌سواد	-	متاهل	خیاط
۱۷	مینا	۵۵	بی‌سواد	-	متاهل	خانه‌دار
۱۸	مهناز	۱۸	راهنمایی	-	متاهل	آرایشگر
۱۹	سرهمه	۱۹	دوم دبیرستان	کارودانش	متاهل	خانه‌دار
۲۰	شادی	۳۲	کارشناسی	پرستاری	مجرد	شاغل دولتی
۲۱	گلرخ	۴۴	کاردانی	بهباری	مطلقه	شاغل دولتی
۲۲	رقیه	۳۵	ک.ارشد	حسابداری	متاهل	خانه‌دار
۲۳	مرضیه	۵۴	دکتر	پزشکی	مجرد	شاغل دولتی
۲۴	آینتا	۵۰	دکتر	پزشکی	متاهل	شاغل شرکتی
۲۵	دنیا	۶۱	کارشناسی	روانشناسی	متاهل	خانه‌دار

تحلیل اطلاعات بر مبنای استخراج مفاهیم از مصاحبه‌ها و کدگذاری آن‌ها به شرح زیر بود:

۱- کدگذاری باز: کدگذاری باز در حقیقت به کشف و استخراج مفاهیم از دل عبارات معنایی به دست آمده از مصاحبه‌ها اختصاص دارد. این مرحله از روش بلافاصله بعد از اولین مصاحبه انجام شد. به عبارت دیگر

محقق پس از هر مصاحبه شروع به پیدا کردن مفاهیم و انتخاب برچسب‌های مناسب برای آن‌ها و ترکیب مفاهیم مرتبط کرده است.

۲- **کدگذاری محوری:** این مرحله به دستیابی پژوهشگر به مقوله‌های اختصاص دارد که پس از کشف مفاهیم، از یک یا چند مفهوم به یک مضمون (تم) دست یافت. در این بخش پژوهشگر هر مضمون را به‌عنوان مضمون فرعی انتخاب کرده و یک یا چند مفهوم را در ذیل آن قرار داده است. بسته به موضوع و فرآیند استخراج و نوع و کیفیت مفاهیم و مضامین - گاهی ممکن است مرحله مقوله‌بندی چند بار تکرار شده و تحت عنوان مضمون اصلی و نهایتاً مضمون کلی انجام شود.

اعتبار یابی فرایند پژوهش از طریق حضور فعال و مستمر پژوهشگران در میدان تحقیق و انجام مراحل آن بر اساس مسيرنمای تعیین شده انجام پذیرفت. برای اعتبار یابی کدگذاری، از ارزیابانی جهت کنترل کدگذارهای انجام شده بهره گرفته شد و بر اساس نظرات آنان، اصلاحات مورد نظر انجام شد. انتقال پذیری یافته‌ها طی نگارش یادداشت‌های فنی و مقارنه و مقایسه یافته‌های مستخرج با پیشینه‌ها و سازه‌های نظری محقق گشت.

#### ۶. توصیف یافته‌ها:

#### ۱-۶. معانی مردانگی و زنانگی از منظر زنان ایلامی

جدول ۳ و ۴ بیانگر دلالت معنایی اطلاع‌رسان‌ها از مردانگی و زنانگی در دو بُعد سلبی و ایجابی آن است.

جدول ۳. دلالت معنایی مردانگی

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
دلالت معنایی مردانگی	معانی ایجابی مردانگی	خانواده‌دوستی	توجه به خانواده/ خانواده محوری مرد
		عاطفی بودن	همه‌جانبه نگری و درک احساسات / همدم بودن
		وجهه اجتماعی	نماد غیرت / نماد قدرت / نماد جرئت و جسارت / ظاهر خوب / خوش اخلاقی / بلوغ فکری / فهم و شعور / عدم اعتیاد
		وجهه اقتصادی	پرتلاش بودن / تأمین‌کنندگی / نان‌آور بودن / وضعیت مالی مناسب مرد / اشتغال مرد / شغل مناسب مرد
	معانی سلبی مردانگی	خشونت و بدخلقی	نفرت از مردان خودخواه / نفرت از مردان زن‌ستیز / نفرت از مردهای زورگو / نفرت از مردهای خشن / نفرت از مردهای بداخلاق
		خانواده گریزی	نفرت از مردان بی‌توجه به خانواده / نفرت از مردان کم‌توجه به همسر / نفرت از مردان رفیق‌باز
		ضعیف‌النفس بودن	نفرت از مردهای ضعیف / نفرت از مردهای فاقد اعتماد به نفس

با توجه به داده‌های جدول ۳ معانی مردانگی از منظر زنان ایلامی در دو مضمون کلی معانی ایجابی و سلبی دسته‌بندی شده‌اند. معنایی ایجابی مردانگی عبارت‌اند از: خانواده‌دوستی، عاطفی بودن، وجهه اجتماعی و وجهه اقتصادی مرد است. همچنین معانی سلبی مردانگی عبارت‌اند از؛ خشونت و بدخلقی، خانواده‌گریزی و ضعف نفس مرد. شهین (۳۰ ساله) خانواده‌دوستی را معنای مورد انتظار خود از مردانگی دانسته و اظهار داشته است:

«مرد کامل و ایده‌آل مردیه که خانوادش رو محور قرار بده.»

رؤیا (۲۷ ساله) نیز وجهه اجتماعی مرد ایده‌آل را بلوغ همه‌جانبه او دانسته و گفته است:

«یه مرد کامل و ایده‌آل مردیه که واقعاً از همه لحاظ بتونه خودش رو به بلوغ رسونده باشه.»

مهین (۴۲ ساله) خودخواهی مردان را صفتی سلبی دانسته و اظهار داشته است:

«از مردانی که فکر می‌کنن خودشون بهترن بالاترن و زن هیچ حقی تو زندگی نداره واقعاً نفرت دارم.»

مرضیه (۲۳ ساله) :

«از مردهایی که هیچ اراده‌ای از خودشون ندارن و اعتماد به نفسشون پایین خوشم نمیاد و اونها را مرد به حساب نمی‌یارم.»

#### جدول ۴. دلالت معنایی زنانگی

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
دلالت معنایی زنانگی	معانی ایجابی زنانگی	خودداتکا	تلاشگر / هدفمند / مستقل / توانمند / مقاوم / قوی / دارای تحصیلات عالی / دارای شغل مناسب / خودداتکا
		خانواده محور	مدبر و تربیت‌گرا / خانواده‌دوست / همسر خوب / مادر خوب
	معانی سلبی زنانگی	ناکارآمد	نفرت از مادران ناموفق / نفرت از همسران نامناسب / نفرت از زنان ضعیف در تربیت
		دین‌گریز	نفرت از زن بی‌مذهب / نفرت از زن بدحجاب
		لاقید	نفرت از زنان رفیق‌باز / نفرت از زنان متمدن / نفرت از زن بی‌هنجار / نفرت از زن دارای روابط اجتماعی آزاد

		منقاد	نفرت از زن محدود در خانه / نفرت از زن ضعیف و توسری خور / نفرت از زن غیرمستقل / نفرت از زن های بی اختیار / نفرت از زن های بی اراده / نفرت از زنان شوهر محور
--	--	-------	--

با توجه به داده های جدول ۴ معانی ایجابی زنانگی از منظر زنان ایلامی عبارت اند از: خوداتکایی و خانواده محوری و معانی سلبی نیز شامل ناکارآمدی، دین گریزی، لاقیدی و انقیاد است. صدیقه (۲۶ ساله) خوداتکایی زنان را مظهر کامل بودن آنان دانسته است:

«زنی کامل که بتونه مطابق خواست و اراده خودش لباس بپوشه مطابق علاقه خودش رفتار کنه و طبق خواست خودش زندگی کنه»

باران (۶۰ ساله) «زن خوب زنی که هم تحصیلاتش را ادامه بده و هم بتونه روی پای خودش بایسته و کمتر به دیگران تکیه کنه»

رقیه (۳۵ ساله) در خصوص معنی سلبی لاقیدی اظهار داشته:

«از زن هایی رفیق بازی که فکر می کنن روابط آزاد نشانه متمدن بودن اونهاست بدم میاد»

فاطمه (۲۵ ساله) شوهرمحوری و انقیاد زنان را تقبیح نموده و گفته است:

«از زنایی که فقط نیازهای شوهر برآورده کنن و خودشون رو فراموش می کنن خوشم نمیاد...»

## ۲-۶. سنخ شناسی زنانگی و مردانگی

در جدول ۵ و ۶ مهم ترین سنخ های زنانگی و مردانگی از منظر زنان ایلامی ارائه شده است.

جدول ۵. سنخ شناسی زنانگی و مردانگی

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
سنخ های مردانگی	مردانگی تخلقی محور	تخلقی محور سلبی	زن ستیز / چشم چران / خودقوی انگار / بد اخلاق
		تخلقی محور ایجابی	خوش اخلاق / خوش برخورد
	مردانگی جلوه محور	جلوه محور سلبی	بدقیافه / شلخته / با ظاهر نامناسب
		جلوه محور ایجابی	دارای ظاهر رسمی / مدگرا / خوش قیافه / خوش تیپ / مرتب / جذاب
	مردانگی رفتار محور	رفتار محور سلبی	خوش گذران / رفیق باز / زن ذلیل
		رفتار محور ایجابی	کار محور / خانواده مدار / تلاشگر
	مردانگی ایده محور	ایده محور سلبی	مستبد و خودرأی / متعصب / سخت گیر و سنتی
		ایده محور ایجابی	/دموکراتیک/ روشنفکر / نوگرا
	مردانگی شخصیت محور	شخصیت محور سلبی	درون گرا / منزوی

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
		شخصیت محور ایجابی	برونگرا / اجتماعی / خوش مشرب
	مردانگی مادی محور	مادی محور سلبی	بی پول / ندار / فقیر
		مادی محور ایجابی	پولدار / متمول

با توجه به اظهارات اطلاع‌رسان‌ها و مضامین جدول ۵، مهم‌ترین سنخ‌های مردانگی از منظر زنان ایلامی در دو بُعد سلبی و ایجابی عبارت‌اند از؛ سنخ‌های مردانگی: تخلق محور، جلوه محور، رفتار محور، ایده محور، شخصیت محور و مادی محور. برآیند اظهارات بنفشه (۳۰ ساله) طبقه‌بندی مردان در دو سنخ تخلق محور و جلوه محور است:

«یکی اون‌ها که تیپ خفن میزنن، یه دسته تیپ‌های رسمی دارن، یه دسته تیپ معمولی دارن، یه دسته که اصلاً به خودشون نمی‌رسن، این از لحاظ تیپ و ظاهره از لحاظ اخلاقی هم خوب آقایون باز هم متفاوتن تیپ‌های متفاوتی دارن، بعضی‌هاشون فقط خودشون و خوش‌گذرونی و نمی‌خوان از اون لاک جوونی بیان بیرون و سعی می‌کنن فقط مثلاً حالشون رو ببینن اینا یه دستن، یه دسته هم آقایونی که خیلی تلاش می‌کنن جوروی که خانواده رو فراموش می‌کنن فقط به مسائل کاری می‌چسبن، یه دسته هم هستن آقایونی که همه‌جانبه‌ان هم خانوادشون رو بیشتر، حالا نیازهاشون رو توجه می‌کنن خودشون هم هستن.»

رؤیا (۲۷ ساله) نیز شخصیت مردان را مبنای سنخ‌بندی مردانگی قرار داده و اظهار داشته است:

«مرد خوب مردیه که باشخصیت و باوقار باشه و هر جا بره مردم حرف و حدیث شخصیت او را بگن. مردهای بی‌شخصیت هرچند پولدار هم باشن پیشیزی ارزش ندارن. ارزش یه مرد به شخصیت اونه»

نسیم (۴۶ ساله): «مرد باید وقتش را صرف خانواده و امورات اون کنه و در این راه پرتلاش باشه نه این که وقتش را به رفیق بازی و خوشگذرونی تلف کنه. مرد خوشگذرون به حقوق خانواده خودش خیانت می‌کنه.»

مینا (۵۵ ساله): «به نظر من پولدار بودن یک ویژگی مثبت برای مرده چون نشون دهنده تلاش و پشتکار اونه. مردای فقیر و ندار که برای زندگیشون تلاش نمی‌کنن را نمی‌پسندم.»

### جدول ۶. سنخ‌های زنانگی

مضمون کلی	مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
سنخ‌های زنانگی	زنانگی سنت راهبر	زنانگی سنت راهبر	شوهر محور / خانواده محور / خانه‌دار / سنتی / وابسته و تابع /
	زنانگی خودساخته	دیگر اتکا	ضعیف / ترسو / ملاحظه‌کار
		خودساخته	مقتدر / شجاع / تلاشگر / مستقل / پیشرو و نوگرا / حامی / آزاداندیش
	زنانگی جلوه محور	جلوه محور سلبی	نازیبا / شلخته /
		جلوه محور ایجابی	مدگرا / زیبا / جلوه آرا

با توجه به یافته‌های جدول ۶ مهم‌ترین سنخ‌های زنانگی در سه نوع زنانگی سنت راهبر، خودساخته و جلوه محور طبقه‌بندی شده‌اند. اظهارات گلرخ (۴۴ ساله) مؤید طبقه‌بندی زنان در سنخ‌های سنت راهبر، خودساخته و جلوه محور است:

«به تیپ، تیپ خانوم‌های سنتی و خیلی قدیمی که نه تنها خانواده و خودشون بلکه می‌خوان تمام نیازهای خانواده رو برآورده کنن، به دسته خانوم‌های هستن که فقط تیپ و مد و این چیزها رو مدنظر قرار میدن، آینده‌شون رو حالا تو خوشی آنی تصور می‌کنن یعنی الآن اون چیزی که الآن وجود داره رو بیشتر ملاک قرار می‌دن، به دسته هم خانوم‌ها معمولی مثل ما که سعی می‌کنیم به چتر باشیم برای حمایت از دیگران؛ و سعی می‌کنیم نیازهای خودمون رو را در کنار نیازهای دیگران برآورده کنیم.»

آیتا (۵۰ ساله) با مبنا قرار دادن هر ۴ سنخ زنانگی اظهار داشته:

«به نظرم زن‌ها رو همیشه به زنان زیبا و زنان نازیبا دسته‌بندی کرد از لحاظ ظاهری. از لحاظ اخلاق و چیزی دیگه هم همیشه اونا رو به زنان شوهر محور، زنان خانواده محور، زنان خودمحور، زنان خانواده دوست، زنان مقتدر، زنان ضعیف، زنان وسواسی، زنان ترسو، زنان شجاع، زنان ثروتمند، زنان فقیر، زنان دین دار، زنان آزاداندیش، زنان سنتی و زنان نوگرا دسته‌بندی کرد.»

رؤیا (۲۷ ساله) نیز به نوعی سنخ بندی زنان سنت راهبر و خودساخته (مدرن) قائل است:

«به نظر من دو دسته زن ما داریم، زن‌هایی که قوی هستن چه از لحاظ اخلاق یعنی استقلال خودشون رو حفظ کنن، برای زندگیشون تلاش بکنن، هدف دارن و صرف اینکه بگن ما بچه بیاریم و تمام نه زن‌های هستن که کلاً حالت رشد رو پیش می‌گیرن، زن‌هایی که قوی نیستن مثلاً همیشه خود را وابسته به یک منبع می‌بینن هیچ تصمیم‌گیری مستقلی نمی‌تونن داشته باشن، از نظر من دودسته هستن.»

شادی (۳۲ ساله): «زن ایده آل زنی که به سر و وضعش برسه. آرایش کنه، لباس مرتب بپوشه. منظور این نیست که لباس برنند بپوشه بلکه منظورم نظم و آراستگی اونه. بی نظمی و شلختگی مناسب شخصیت یک زن نیست».

### ۳-۶. ادراک زندگی مشترک

جدول ۷ به مفاهیم و مضمون‌های مرتبط با ادراک زندگی مشترک از منظر زنان ایلامی اختصاص دارد.

جدول ۷. ادراک زندگی مشترک

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
ادراک زندگی مشترک	شراکت در احساسات و عواطف	همراهی و همدلی / کنار هم بودن در غم و شادی / غمخوار هم بودن
	شراکت در امورات جاری زندگی	شراکت در تمام امور / پشتیبانی از همدیگر / هم‌فکری در مسائل مهم / تصمیم‌گیری با مشورت همدیگر
	شراکت در مسئولیت‌ها و عملکردها	ساختن زندگی با کمک همدیگر / مسئولیت‌پذیری / تقسیم مسئولیت‌ها

با توجه به یافته‌های جدول ۷، ادراک زنان ایلامی از مضمون کلی شریک زندگی بودن در سه مقوله شراکت در احساسات و عواطف، شراکت در امورات جاری زندگی، شراکت در مسئولیت‌ها و عملکردها عنوان شده است. مهناز (۱۸ ساله) با مبنا قرار دادن شراکت در عواطف و عملکردها گفته است:

«شریک زندگی هم بودن یعنی با کمک هم زندگی رو ساختن؛ یعنی تو غم و شادی کنار هم بودن و غمخوار هم بودن»  
دلنیا (۶۱ ساله) نیز گفته است:

«شریک زندگی همن یعنی هر کدومشون یه گوشه از زندگی رو می‌گیرن یعنی زندگی زناشویی مثل یه کشتیه؛ یعنی اگر واقعاً بخوای به اون مقصدی که می‌خوای برسی باید هر دو نفر اون مسئولیت‌ها و وظایفی که دارن به خوبی انجام بدن، حالا زن یه نقصی داره مرد سعی بکنه اون نقصشو رفع بکنه و بالعکس. باید سعی کنن همراه باهم حرکت کنن و همگام و هم‌دل باشن».

فروزان (۲۰ ساله): «زن و شوهر باید رفیق هم باشن نه رقیب هم و رسم رفاقت اینه که توی سفر زندگی همدیگرو همراهی کنن و وظایف را بین خودشون تقسیم کنن».

### ۴-۶. ادراک از نقش‌های شغلی مردانه و زنانه

جدول ۸ مفاهیم و مضمون‌های ادراک زنان ایلامی از شغل‌های زنانه و مردانه را نشان داده است.

جدول ۸. ادراک از نقش‌های شغلی مردانه و زنانه

مفهوم	مضمون فرعی	مضمون اصلی	مضمون کلی
وظایف فیزیکی به‌مثابه وظایف مردانه/ کارهای سخت بدنی وظایف مردانه / شغل‌ها غیر لطیف و خشن شغل‌های مردانه/ شغل‌های سنگین و نیازمند قدرت بدنی شغل مردانه، شغل‌های ظریف شغل‌های زنانه	تفکیک جنسیتی شغل بر مبنای ویژگی‌های بدنی	تقسیم‌کار جنسیتی	ادراک از نقش‌های شغلی زنانه و مردانه
شغل دارای درآمد مکفی و مناسب شغل مردانه/ شغل متناسب با شأن اجتماعی شغل مردانه/ شغل‌های رضایت‌بخش شغل زنانه/ شغل دارای مکان مناسب متناسب با جنسیت شغل زنانه/ شغل‌های منجر به بی‌نیازی شغل زنانه	تفکیک جنسیتی شغل بر مبنای مسائل اجتماعی- اقتصادی		
شغل‌های رضایت‌بخش شغل زنانه / شغل‌های عاطفه محور شغل زنانه/ شغل متناسب با توانایی زنانه	تفکیک جنسیتی شغل بر مبنای ویژگی‌های روحی - روانی		
تفکیک وظایف به‌مثابه امری نسبی / تفکیک شغلی به‌مثابه جلوگیری از استقلال و پیشرفت زنان / کار به‌مثابه ابزار استقلال زنان	نقد بر تفکیک جنسیتی شغل	نقد تقسیم‌کار جنسیتی	

با توجه به داده‌های جدول ۸، ادراک زنان ایلامی از نقش‌های شغلی مردانه و زنانه در ۴ مضمون: تفکیک جنسیتی شغل بر مبنای ویژگی‌های بدنی، تفکیک جنسیتی شغل بر مبنای مسائل اجتماعی-اقتصادی، تفکیک جنسیتی شغل بر مبنای ویژگی‌های روحی-روانی و نقد زنان بر اندیشه تفکیک جنسیتی شغل جای گرفته است.

زهر (۳۳ ساله) تفکیک جنسیتی شغل را به‌مثابه جلوگیری از استقلال و پیشرفت زنان پنداشته و گفته است:

«به نظر من یک زن هم میتونه تمام کارهایی که مردان انجام میدن رو انجام بده و این حرف‌ها که کار زنان رو به کارهای مشخصی محدود میکنن هدفشون جلوگیری از استقلال زن‌هاست و جلو پیشرفت زنان رو میگیرن.»

سکینه (۴۵ ساله): «مرد چون نان آور خانواده است و نفقه خانواده به عهده اونه باید شغلی با درآمد کافی داشته باشه. زن معمولاً کمک کار مرده و نیاز نیست که دنبال شغل‌های پر درآمد باشه.»

مریم (۳۰ ساله) با مبنا قرار دادن فیزیک بدنی زن و مرد وظایف سنگین بدنی را وظایف مردانه دانسته و اظهار داشته است:

به نظر من وظایف مردانه و وظایف زنانه فرق ندارن فقط بعضی از کارها رو که نیاز به توان بدنی بالا دارن خانوم‌ها نمی‌تونن انجام بدن و بعضی از کارها رو که خیلی ظریف هستن و نیاز به توجه زنانه دارن آقایون نمی‌تونن بهتر انجام بدن.

#### ۵-۶. ادراک از شکاف جنسیتی در جامعه

در جدول ۹ مفاهیم و مضمون‌های مربوط به ادراک زنان ایلامی از شکاف جنسیتی در جامعه ارائه شده است.

جدول ۹. ادراک شکاف و تبعیض جنسیتی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
ادراک شکاف و تبعیض جنسیتی	تبعیض در میدان اقتصاد	نابرابری فرصت‌ها به نفع مردان / تبعیض در استخدام/ نابرابری در تنوع و تعداد شغل‌ها / نابرابری در دستمزدها/ زن‌ستیزی در بازار و فعالیت‌های اقتصادی
	تبعیض در میدان فرهنگ	محدودیت‌های جنسیتی برای مسافرت / تبعیض در اهمیت ازدواج / تبعیض در نحوه ازدواج / محدودیت و تبعیض در پوشش / نگاه اروتیک به زنان
	تبعیض در میدان اجتماع	تبعیض جنسیتی در قضاوت و قانون به نفع مردان / تبعیض در مناسبات اجتماعی / تبعیض در زندگی و روابط اجتماعی / تبعیض در خانواده و رفتار والدین
	تبعیض در میدان سیاست	زن‌ستیزی در فضای سیاسی جامعه / زن‌ستیزی در بین مسئولان سیاسی / نگاه منفی به کاندیداهای زن

مضامین برآمده از جدول ۹ نشان می‌دهد که زنان ایلامی تبعیض و شکاف جنسیتی را در ۴ میدان اقتصاد، فرهنگ، اجتماع و سیاست ادراک کرده‌اند.

بهار (۴۷ ساله) تبعیض در قضاوت جنسیتی به نفع مردان، محدودیت‌های جنسیتی برای مسافرت، محدودیت و تبعیض در پوشش را ذکر کرده و بیان داشته است:

«هم‌نسل‌های من وقتی می‌خواستن کاری را انجام بدن می‌گفتن این کار برای یه دختر عیبیه اما اگه همون کار را یه پسر انجام می‌داد، تحسینش می‌کردن. اگه من به‌عنوان یه خانوم برم مسافرت هزار حرف‌وحديث پشت سرم در میان اما کسی کاری به مسافرت رفتن پسرها نداره توی پوشش هم وضعیته همین جوریه. خلاصه بین دو جنس تبعیض شدید وجود داره».

همچنین ترنم (۳۵ ساله) تبعیض در استخدام را نوع دیگری از تبعیض دانسته است:

«توی مصاحبه‌های شغلی هم تذکر میدن که شما یه خانومی و باید جا را برای یه آقا باز کنی».

فاطمه (۲۵ ساله):

«توی شغل و استخدام تبعیض وجود داره و تعداد شغل‌هایی که زنان میتونن در اونها فعالیت کنن خیلی کمه و توی دستمزد و درآمد هم معمولاً زنان خیلی کمتر از مردان دستمزد می‌گیرن».

بنفشه (۳۳ ساله): «توی جلسات اداری معمولاً زنان کمتر دعوت میشن حتی جلساتی که در رابطه با حجابیه. توی انتصابات اداری هم مهمترین پست‌ها را به مردها میدن. اگه زنی کاندید شورای شهر یا مجلس بشه اونو جدی نمی‌گیرن چون اعتقاد بر اینه که میدان سیاست میدان مردهاست».

## ۶-۶. تجربه زنانگی و مردانگی

جدول ۱۰ به مفاهیم و مضمون‌های تجربه زنانگی و مردانگی از منظر زنان ایلامی اختصاص دارد.

جدول ۱۰ تجربه زنان ایلامی از زنانگی و مردانگی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
تجربه مردانگی	تجربه پسر گرایی در سنت‌های فرهنگی	پسر گرایی به‌مثابه یک سنت اجتماعی تاریخی / ارزش و جایگاه بالاتر مردان در جامعه/ حمایت فرهنگ سنتی از پسر گزینی/ پسر به‌مثابه عصای پیری/ پسر به‌مثابه حامی آینده
	تجربه آزادی و استقلال مردان	آزادی بیشتر مردان / شرایط بهتر مردان برای موفقیت / استقلال بیشتر مردان/ هزینه کمتر پسر بودن
تجربه زنانگی	تجربه نگاه منفی به دختر در سنت‌های فرهنگی	ترس از دردسرهای دخترداری به‌مثابه یک امر فرهنگی، دردسر داشتن دخترداری برای خانواده‌ها / متعلق دانستن دختر به خانواده شوهر / فرهنگ زن‌ستیزی
	تجربه فضای اجتماعی مردانه و زن‌ستیزی	فضای اجتماعی ناامن برای زنان / محدودیت شدید دختران/ وضعیت بد زنان در گذران اوقات فراغت، شرایط تبعیض‌آمیز اجتماعی و فرهنگی برای زنان / نگاه منفی جامعه به دختر / ظلم به زنان در جامعه/ محرومیت حقوقی زنان
	تجربه فضای سیاسی زن‌ستیزی	شرایط سیاسی زن‌ستیزی / نگاه منفی به کاندیداهای زن/ زن‌ستیزی در بین مسئولان سیاسی جامعه
	تجربه فضای اقتصادی زن‌ستیزی	شرایط اقتصادی زن‌ستیزی/ زن‌ستیزی در بازار و فعالیت‌های اقتصادی / نگاه منفی به زن شاغل در بین برخی از مردم
	تجربه مثبت زن بودن	رضایت جنسیتی / درک زیبایی‌های دختر بودن / درک ارزش دختر بودن و مقاومت در برابر بی‌عدالتی

مطابق جدول ۱۰، تجارب زنانگی و مردانگی از منظر زنان ایلامی مضامین متنوعی را شامل شده است. مهم‌ترین مضامین مرتبط با تجربه مردانگی از منظر زنان ایلامی عبارت‌اند از: تجربه پسر گرایی در سنت‌های فرهنگی و تجربه آزادی و استقلال مردان. همچنین تجربه زنانگی نیز در قالب مضامینی مانند تجربه نگاه منفی به دختر در سنت‌های فرهنگی، تجربه فضای اجتماعی زن‌ستیزی و مردانه، تجربه فضای سیاسی زن‌ستیزی، تجربه فضای اقتصادی زن‌ستیزی، تجربه مثبت زن بودن بیان شده است. در این راستا فریبا (۲۲ ساله) بیان داشته است:

«به نظرم توی فضای جامعه ما خصوصاً ایلام پسر بودن خیلی بهتر از دختر بودن. دختر بودن واقعاً سخته چون یه دختر همیشه در معرض طعنه و مزاحمت و ناامنی قرار داره. همیشه در محدودیت‌های شدید قرار داره و مثل یک زندونی می‌مونه که حبس ابد خورده؛ اما اگه پسر باشی هیچکدوم از این مصیبت‌ها رو نداری.»

ترنم (۳۵ ساله) تجارب زنانگی خود را این‌گونه بیان کرده است:

«به نظرم دختر یعنی زیبایی و زیبا بودن و زیبا دیدن. دختر بودن با ارزشه برای من حتی با وجود نابرابری‌ها و بی‌عدالتی‌هایی که در حق زنان و دختران هست بازم دختر بودن رو ترجیح میدم و در برابر این بی‌عدالتی‌ها و تبعیض‌ها مبارزه می‌کنم و محکم می‌ایستم.»

همچنین آیتنا (۵۰ ساله) با بیان تجارب منفی از زنانگی در حوزه سیاسی و اقتصادی اظهار داشته است:

«تو انتخابات نگاه منفی به کاندیداهای زن دارن، زن‌ستیزی در بین مسئولان سیاسی جامعه رواج داره، در بازار و فعالیت‌های اقتصادی هم نگاه منفی به زن‌ها دارن و زن‌ستیزی وجود داره و نگاه درستی به زنانی شاغل ندارن»

علاوه بر این، افسون (۳۳ ساله) با بیان تجارب خود از زنانگی در حوزه اوقات فراغت گفته است:

«پسر بودن هزینه کمتری برای آدم داره از همه لحاظ. هم از لحاظ اجتماعی و فرهنگی هم از لحاظ اقتصادی و سیاسی و حتی توی تفریح و سرگرمی و این‌ها... پسر بودن وضعیت بهتری رو برات فراهم می‌کنه تا دختر بودن مثلاً پارکها معمولاً مکان مناسبی برای دختران نیست یا تفریحگاه‌ها برای دختره امنیت نداره.»

## ۷. بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر معانی زنان ایلامی از مردانگی و زنانگی را که در رهگذر جامعه‌پذیری و طی تجربه زیسته آنها شکل گرفته‌اند را مورد مطالعه قرار داده است.

یافته‌های به‌دست‌آمده مؤید آنند که فضای ذهنی زنان ایلامی مملو از بازنمایی‌های جنسیتی بوده و آنان در رهگذر جامعه‌پذیری و تجارب زیسته خود، برداشت‌های متفاوتی از این مفاهیم و مضامین داشته‌اند. مطالعه حاضر نشان می‌دهد با وجود بقای هژمونی جنسیتی مردانه در حوزه‌های مختلف مانند اشتغال، پوشش و ... در جامعه ایلامی، مفاهیم و کیفیت این هژمونی توسط برخی از زنان ایلامی به چالش کشیده شده است. چنانچه برخی از آن‌ها به تفکیک جنسیتی کار معترض بوده و حاضر به پیروی از این تفکیک‌ها نیستند. همچنین برخی نیز پوشش را به‌مثابه یک امر دلخواهی و سلیقه‌ای تعبیر کرده‌اند که فرد باید در انتخاب آن آزاد بوده و مطابق میل و علاقه خود پوشش‌اش را انتخاب نماید.

مطابق یافته‌های مطالعه حاضر برخی از زنان ایلامی بیان داشته‌اند که چنین تبعیض‌های جنسیتی مردانه را بارها در فضاها اجتماعی، خانوادگی، اقتصادی و سیاسی تجربه کرده‌اند. یافته‌های پژوهشی پیری و همکاران (۱۳۹۵، ۱۳۹۶) نیز مؤید بازنمایی زنانگی مؤکد و در برابر تقبیح زنانگی متکثر و بازنمایی آن به‌مثابه زنانگی نابهنجار، نامتعارف و حاشیه‌ای است و نیز بازنمایی مردانگی هژمونیک و تقبیح مردانگی

دیگری که جدا از بافت پدرسالارانه و سنتی قرار دارند که این نوع از مردانگی به عنوان مردان نابهنجار و حاشیه‌ای از اجتماع محلی معرفی شده است. نتایج پژوهش قویدل دارستانی و همکاران (۱۳۹۸) نیز مؤید آن است که در برنامه های تلویزیونی، کلیشه های جنسیتی به صورت تقابل دوگانه مردانگی فعال (مردان باهوش) و زنانگی منفعل (زنان نادان) و فنای نمادین زنان و توصیف آنان به عنوان فاقد بازده و همراه با دلهره زنانه بازنمایی شده اند.

باین حال گرایش به مقاومت در برابر این صورت‌ها و معناها در زنان ایلامی دیده می‌شود. چنین موضعی از سوی زنان و مطلعین یادآور موج اول فمینیسم (اما سازمان نیافته و غیر رسمی) است. موضعی که در آن زنان موقعیت خود را تشخیص داده و به صورتی آن را مورد اعتراض قرار داده اند (Chafetz & Jacqueline, 1996). تقسیم جنسیتی در واقع متأثر از «قدرت جنسیتی» است. قدرت جنسیتی، جامعه را از لحاظ جنسی در دو مقوله مرد و زن قرار داده که در آن زنان به عنوان «دیگری» به مردان هویت می‌بخشند. در نتیجه این ساختار کلیشه‌ای، قدرت مردان و مردسالاری؛ قانون‌گذار، قاعده ساز و بالأخره فرهنگ آموز تلقی می‌شود؛ آنگاه با طبیعی سازی هژمونی مردان، در قالب مجاری جامعه‌پذیری و فرهنگ پذیری، مجدداً این انگاره‌ها توسط جامعه و حتی از سوی خود زنان، بازتولید می‌گردند. در اکثر جوامع، یک تقسیم اساسی بین صفات جنسیتی که به مردان و زنان اختصاص داده شده - وجود دارد، یک نوع دوگانگی جنسیتی که شامل انتظارات از مردانگی و زنانگی در تمام جنبه‌های جنس و جنسیت از جمله؛ جنسیت بیولوژیکی، هویت جنسیتی و اظهار جنسیت بوده و اکثریت افراد جامعه به آن پایبند هستند. مطابق یافته‌ها، اغلب زنان ایلامی منتقد تقسیم جنسیتی کار بوده و آن را محدودکننده و مانع رشد و ترقی زنان می‌دانند. تقسیم جنسیتی کار به این واقعیت در جوامع اشاره دارد که مطابق آن مردان تمایل به تخصص بیشتری در کار با دستمزد در بازار دارند و زنان بیشتر در کار بدون مزد در خانه تخصص دارند.

می‌توان گفت که در شهر ایلام همچنان این الگوی کلی مرد نان‌آور/ زن خانه‌دار رواج داشته و مقبول بخش زیادی از جامعه می‌باشد. باین حال یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که این الگو توسط بخش زیادی از زنان ایلامی مورد انتقاد قرار گرفته و آن‌ها این مدل را با توجه به اینکه مانعی در برابر رسیدن به برابری جنسیتی و نیز مانعی در برابر رشد و ترقی زنان می‌دانند به چالش کشیده‌اند. در دوران معاصر « زنان از جهت ارزش‌ها و منافع بنیادیشان، شیوه های داوری ارزشی، ساخت انگیزه های دستاوردی، خلاقیت ادبی، نقش های جنسی، احساس هویت و از نظر فراگردهای کلی آگاهی و ادراک خود در باره ساخت واقعیت اجتماعی، بینش و برداشتی متفاوت از مردان دارند (ریتزر، ۱۳۸۹: ۴۷۰).

در نتیجه این‌گونه استنباط می‌شود که زنان ایلامی نه از مردانگی و نه از زنانگی روایت واحدی ندارند و در هر دو مورد برخی صفات سلبی (نبایسته‌ها) و برخی صفات ایجابی (بایسته‌ها) را به زنان و مردان نسبت

داده‌اند. به طوری که روایت زنان ایلامی از مردانگی عبارت است از: مردانگی ایجابی (آنچه مرد باید باشد) از جمله خانواده‌دوستی مرد و عاطفی بودن مرد/ در برابر / مردانگی سلبی (آنچه مرد نباید باشد) چون بدخلقی مرد، بی‌توجهی به خانواده و ضعف مرد. همچنین ویژگی‌های ایجابی چون اجتماعی بودن مرد و کارکرد اقتصادی مرد در برابر ویژگی‌های سلبی مانند بیکاری مرد و انزوای مرد قرار می‌گیرد. علاوه بر این، روایت‌های زنان ایلامی از زنانگی را نیز می‌توان در دو مضمون کلی زنانگی ایجابی و سلبی دسته‌بندی نمود. با این حال روایت‌های زنان ایلامی از زنانگی بیشتر به تعلق خاطر زنان به سنت‌گرایی و نوگرایی بستگی دارد. به این صورت که از منظر زنان سنت‌گرا، معناهای سنتی زنانگی چون مادرانگی، همسرانگی، تدبیر منزل، تبعیت از شوهر، پیروی از قواعد و هنجارهای اجتماعی مردسالار و ... به عنوان ویژگی‌های ایجابی (آنچه زنان باید باشند) در نظر گرفته شده و ویژگی‌هایی چون خودمحوری، عدم تبعیت از هنجارهای اجتماعی مردسالار، عدم تدبیر منزل، عدم تبعیت از شوهر و به دنبال اهداف بلندپروازانه رفتن را سلب بر زنان (آنچه زن نباید باشد) می‌دانند. در مقابل، زنان نوگرا- مضمون‌هایی چون مدرن بودن، هدفمند بودن، پیشرو بودن، اجتماعی بودن، داشتن شغل و درآمد و استقلال اقتصادی و ... را بایسته زنان دانسته و در برابر آن؛ مضمون‌های چون تبعیت از سنت‌های اجتماعی مردسالار، وفاداری به قالب‌های سنتی زنانگی، مذهبی بودن، تبعیت بی‌چون و چرا از هنجارهای اجتماعی مردسالار و ... را به معنای ویژگی‌های سلبی و ناپایسته‌های زنان دانسته‌اند.

این یافته‌ها به آن معناست که روایت زنان از زنانگی و مردانگی دستخوش تغییر و تحول شده و روایت‌های متنوع و چندپاره‌ای از زنانگی و مردانگی بخصوص زنانگی را در بین زنان ایلامی شکل گرفته است. روایت یکدست جامعه سنتی از زنانگی و مردانگی از آن‌رو است که جامعه ایلی جامعه‌ای یکدست و مبتنی بر همبستگی مکانیکی بوده و در چنین جوامعی سنت‌ها و ارزش‌ها یکدست و همسان و روایت‌های فرهنگی از پدیده‌هایی چون زنانگی و مردانگی نیز- به تبع سنت و ارزش- یکدست و همسان بوده است؛ بنابراین با توجه به بافت سنتی و زمینه ایلی جامعه، همچنان در بخشی از جامعه ایلامی روایت سنتی از زنانگی و مردانگی رواج داشته اما متأثر از ارزش‌های مدرن از جمله ارزش‌های فمینیستی؛ روایت‌های مدرن از زنانگی و مردانگی نیز به برداشت‌های پیشین اضافه شده و روایت‌های گوناگون و متنوعی را در برداشت معنایی زنان ایلامی از زنانگی و مردانگی شاهد هستیم. معناهایی همچون زنان مستقل، زنان توانمند، زنان هدفمند، زنان خودساخته و نیز مردانگی جلوه محور، ایده محور، تخلق محور، رفتار محور، مادی محور و. از جمله مهم‌ترین روایت‌هایی هستند که به زنانگی و مردانگی از منظر زنان ایلامی اضافه شده‌اند.

این پدیده‌ها را می‌توان در سپهر دوگانه سنت و نوگرایی تبیین نمود که گستره کلی جامعه‌ای که مدرنیته را تجربه می‌کند در معرض انشقاق قرار می‌دهد. دوگانه‌ای که در آثار اغلب جامعه‌شناسان کلاسیک از

جمله گذار از همبستگی مکانیکی به همبستگی ارگانیکی (دورکیم)، گمیشافت و گزلسافت (تونیس)، کنش غیر عقلانی و عقلانی (وبر) و متغیرهای الگویی (پارسونز) مشاهده نمود.

در نهایت می‌توان گفت تلقی و برداشت زنان ایلامی از زنانگی به سمت ارزش‌های جهانی نزدیک شده که خود می‌تواند نشانه‌ای از جهانی‌شدن خانواده باشد. با این حال، تلقی زنان ایلامی از مردانگی مشمول بر تخلق محوری، جلوه محوری، رفتار محوری، ایده محوری، شخصیت محوری و مادی محوری بوده که مبتنی بر گفتمان نوگرایی نیست و آن‌ها برداشتی ایستا از مردانگی دارند در حالی که برداشتشان از زنانگی حاکی از پویایی مفهوم و معنای زنانگی است و این نگاه زاینده چالش‌های جدید در خانواده می‌باشد.

پژوهش حاضر به مطالعه زنانگی و مردانگی از منظر زنان ایلامی پرداخته است. سئوالات جدیدی که در این میان مطرح شده آن است که باز نمود زنانگی و مردانگی از منظر مردان ایلامی چگونه است؟ آیا خوانش زنان و مردان ایلامی از مردانگی و زنانگی با یکدیگر متفاوت است؟ و این که در صدا و سیمای مرکز ایلام و شبکه‌های اجتماعی کاربران ایلامی زنانگی و مردانگی چگونه بازنمایی شده است؟

#### ۸. تعارض منافع:

در این مقاله هیچ گونه تعارض منافی وجود ندارد.

#### کتاب‌نامه

آزادفلاح، زهرا (۱۳۹۱)، جهانی شدن و تغییر در نگرش‌های جنسی زنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه گیلان، ایران.

اعرابی، سیدمحمد؛ بودلایی، حسن (۱۳۹۰)، استراتژی تحقیق پدیدارشناسی، فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، سال ۱۷، شماره ۶۸، پاسنز ۱۳۹۰، صص ۳۱-۵۸.

باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبری، چاپ اول، تهران: نشر شیرازه.

برگر، پیتر؛ لوکمان، توماس (۱۳۹۷)، ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران، نشر علمی و فرهنگی، چاپ دوم، صص ۲۳۶-۲۳۷.

برنز، اریک (۱۳۸۱)، میشل فوکو، ترجمه: بابک احمدی، تهران: ماهی، چاپ اول.

بودریار، ژان (۱۳۸۹)، جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها، ترجمه پیروز ایزدی، چاپ اول، تهران: نشر ثالث.

پروری؛ پیمان (۱۳۹۸)، خوانشی نو از روش پدیدارشناسی؛ بنیان‌های فلسفی، رویکردها و چارچوب اجرای تحقیق پدیدارشناسی، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، سال یازدهم، شماره چهل و چهارم، پائیز ۱۳۹۸، صص ۱۰۶-۸۷.

پیری، حسن؛ قاسمی، یارمحمد؛ پیری، صدیقه (۱۳۹۶)، بازنمایی زنانگی در سریال‌های شبکه محلی ایلام، فصلنامه زن در فرهنگ و هنر، ۹(۲)، صص ۲۰۹-۲۲۹.

پیری، حسن؛ یعقوبی، علی؛ پیری، صدیقه (۱۳۹۵)، بازنمایی مردانگی در شبکه محلی سیمای ایلام. جامعه‌پژوهی فرهنگی، (۱)۷، صص ۵۱-۷۷.

حکیم، کاترین (۱۳۹۱)، سرمایه جنسی و نقش آن در مناسبات قدرت جامعه، ترجمه ژیلا سرابی، انتشارات CC چاپ اول.

حمیدفر، هدیه (۱۳۹۴)، بررسی هویت جنسیتی و نابرابری جنسیتی (ارتباط بین ساختار جنسیت و ساختار طبقات اجتماعی) در رمان اتاقی با چشم‌انداز نوشته‌ای ام فورستر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته زبان و ادبیات انگلیسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، ایران.

حیدری، فاطمه (۱۳۹۶)، بررسی مقایسه‌ای آرای فمینیستی درباره زنانگی و مردانگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، ایران.

رضاپور، ابراهیم (۱۳۹۷)، نقش جنسیت در ساخت و گزینش استعاره در اشعار شاملو و مشیری از منظر نظریه گفتمانی استعاره، دو فصلنامه زبان و ادبیات فارسی ۲۶ (۸۴).

رضایی، مرضیه (۱۳۹۱)، برساخت زنانگی در سینما (مطالعه‌ی سینمای رخشان بنی‌اعتماد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، ایران.

زارع، زهرا (۱۳۹۵)، نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت جنسیتی دختران (بررسی موردی کتاب‌های درسی مطالعات اجتماعی، هدیه‌های آسمانی و فارسی ابتدایی سال‌های ۱۳۶۴ و ۱۳۹۴)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، موسسه آموزش عالی سبز، ایران.

ساروخانی، باقر؛ رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳)، عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در باز تعریف هویت اجتماعی زنان، فصلنامه زن در توسعه و سیاست، (۱)۲.

ساروخانی، باقر؛ رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳)، زنان و باز تعریف هویت اجتماعی، مجله جامعه‌شناسی ایران، (۲)۵، صص ۱۳۳-۱۶۰.

سفیری، خدیجه (۱۳۹۴)، هویت اجتماعی زنان، بخشی از مجموعه مقالات همایش بزرگداشت بانوی انقلاب اسلامی، به کوشش علی ثقفی، پروانه مافی (۱۳۹۳)، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، معاونت پژوهشی. بررسی ارتباط هویت جنسیتی زنان متأهل با نگرش آن‌ها به حقوق زوجین، پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ششم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۴، صص ۱۰۳-۱۲۲.

سفیری، خدیجه؛ میرزامحمدی، حدیث (۱۳۹۴). بررسی ارتباط هویت جنسیتی زنان متأهل با نگرش آن‌ها به حقوق زوجین، پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ششم، شماره سوم، پاییز، صص ۱۰۳-۱۲۲.

سلطانی، مهین (۱۳۹۹)، بازنمایی زنانگی و مردانگی در شعر معاصر گردی ایلام، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه ایلام-ایران.

شریفی، نفیسه، نرسیسیانس، املیا (۱۴۰۰). زنانگی و برساخت ایدئال‌های مردانه: مطالعه‌ای در میان مردان متولد دهه ۱۳۷۰ در تهران، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۹، شماره ۲ تابستان صص ۳۲۹-۳۴۹

صفری سیاهکلرودی، پریسا (۱۳۹۴)، هویت جنسیتی و موسیقی رپ: تحلیل محتوای زنانگی و مردانگی در ترانه‌های رپ فارسی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه گیلان، ایران.

فرشچی، فاطمه (۱۳۹۷)، بررسی بازتاب هویت جنسیتی کودکان و نوجوانان در داستان‌های خود نوشت نشریه عروسک سخنگو، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه شهید بهشتی،

فرقانی، محمدمهدی؛ عبدی، سیدعیسی (۱۳۹۵)، بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی؛ تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی در مورد زنان در شبکه‌های موبایلی، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، مقاله ۲، دوره ۱۷، شماره ۳۳ - شماره پیاپی ۶۵، بهار ۱۳۹۵، صص ۳۱-۵۲.

فرقانی، محمدمهدی؛ محمدکمال، ستاره (۱۳۹۶)، بازنمایی جنسیت در برنامه‌های تلویزیونی، مقایسه مجموعه نروزی کلاه‌قرمزی و انیمیشن شش ابرقهرمان، فصلنامه زن در فرهنگ و هنر، مقاله ۳، دوره ۹، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، صص ۲۷-۴۸.

قاسمی، یارمحمد (۱۳۹۸)، قدرت و فرهنگ، کشاکش دیدگاه‌ها، چاپ اول، تهران انتشارات جامعه‌شناسان.

قویدل دارستانی، مرضیه؛ محمد مهدی رحمتی و حسن چاوشیان (۱۳۹۸). بازنمایی مردانگی و زنانگی در تلویزیون ایران مطالعه برنامه های ویژه خردسالان در شبکه دوم سیما، فصلنامه زن در فرهنگ و هنر، دوره: ۱۱، شماره: ۱، فروردین، صص ۱۰۸-۸۹

قویدل دارستانی، مرضیه (۱۳۹۷)، مطالعه نقش رسانه بر بازنمایی و القای کلیشه های جنسیتی (مورد مطالعه: برنامه های خردسال شبکه دو سیما)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه گیلان، ایران.

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۶)، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نی، ۱۳۹۶، چاپ سیزدهم.

محمدزاده، حمیده (۱۳۹۶)، بررسی کتاب تاریخ جنسیت میشل فوکو، سایت کانون انسان‌شناسی و فرهنگ، <https://anthropologyandculture.ir/fa/easyblog/2429>.

محمدی، سهیلا (۱۳۹۷)، برساخت زنانگی و مردانگی هژمونیک: تحلیل روایت داستان‌های شیرزاد حسن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، ایران.

محمدی، فاطمه (۱۳۹۷)، بازتولید سلطه مردانه به میانجی شیوه های مدیریت بدن زنانه (زنان شهر سنندج)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان-ایران.

مختاری، مریم؛ رجایی، محمدصادق (۱۳۹۵)، بازنمایی زنان در تبلیغات تجاری نشریات به‌عنوان بستری برای شکل‌گیری هویت آنان، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۷(۳۵)، ۲۱۷-۲۴۴.

مرادی پردنجانی، حجت‌الله؛ صادقی، ستار (۱۳۹۳)، پدیدارشناسی؛ رویکردی فلسفی، تفسیری و روش‌شناختی به مطالعات کارآفرینی، دوفصلنامه مطالعات روش‌شناسی دینی، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۳.

میریجی، شمس‌الله؛ مؤذن سلطان‌آبادی، معصومه (۱۳۹۵)، بررسی مناسبات هویت و جنسیت با مصرف در دو رهیافت غربی و اسلامی، فصلنامه دین و سیاست فرهنگی، سال سوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، شماره ۷، صص ۵۵-۷۴.

مسعودسینکی، هاله (۱۳۸۹)، بررسی هویت جنسیتی رسمی و میزان پذیرش یا عدم پذیرش آن در اقوام؛ (با تاکید بر منابع هویت‌ساز)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته پژوهشگری اجتماعی، دانشگاه الزهرا (س)، ایران.

منصوریان راوندی، فاطمه (۱۳۹۲)، تبیین رابطه بین هویت جنسیتی و سلامت اجتماعی زنان و مردان جوان شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه الزهرا (س)، ایران.

مهدیان، حفیظه (۱۴۰۱). تقابل گفتمان زنانگی و مردانگی در سینمای بیضایی (مطالعه موردی سگ‌کشی)، مطالعات جامعه‌شناختی، دوره ۲۹، شماره ۲، پاییز و زمستان، صص ۱۳۲-۱۱۳.

میرشمس شهبهانی، سهیلا؛ طباطبایی، آسیه السادات؛ امینان، احسان (۱۳۹۷)، بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در موسیقی رپ فارسی. مسائل اجتماعی ایران، ۱۳۹۷، ۹ (۱)، صص ۱۲۵-۱۴۶.

نخعی، مرضیه (۱۳۹۳)، بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی زنانه در رمان‌های معاصر: مطالعه‌ی مقایسه‌ای آثار نویسندگان مرد و زن ایرانی در دهه‌ی اخیر (۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی، دانشگاه کاشان، ایران.

هاشمی، علی (۱۳۹۸)، مطالعه ذائقه مصرف موسیقایی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های شهر ایلام)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی، دانشگاه ایلام-ایران.

هولمز، ماری (۱۳۸۸)، جنسیت و زندگی روزمره، ترجمه محمد مهدی لیبی، تهران: نشر نقد افکار.

Alters, Sandra; Schiff, Wendy (2009). *Essential Concepts for Healthy Living*. Jones & Bartlett Publishers. p. 143.

Altunkaya, Özgür, Escobar, Sebastian. (2022). the effect of the dimension of culture masculinity/femininity in communication in multinational projects. MASTER THESIS IN ENGINEERING MANAGEMENT. Jonkoping University. May 19th

Bartky, (1990) *Femininity and Domination*. Routledge, New York.

Chafetz, J. S, & Jacqueline. H (1996). The Gender Division of Labor and Family Change in Industrial Societies: A Theoretical Accounting. *Journal of Comparative Family Studies*. Vol. 27, No. 2, 25TH. pp. 187-219

Drydakis, Nick; Sidropoulou, Katerina; Patnaik, Swetketu; Selmanovic, Sandra; Bozani, Vasiliki (2017), *Masculine vs Feminine Personality Traits and Women's Employment Outcomes in Britain: A Field Experiment*, Global Labor Organization (GLO) Discussion Paper, No. 152.

Grogan, Sarah (2010), *Femininity and Body Image: Promoting Positive Body Image in the 'Culture of Slenderness'*. In: Hörschelmann K., Colls R. (eds) *Contested Bodies of Childhood and Youth*. Palgrave Macmillan, London. pp 41-52.

Hofstede, Geert (1986). "Cultural differences in teaching and learning". *International Journal of Intercultural Relations*. 10 (3).

Hollows, Joanne (2000). *Feminism, Femininity and Popular Culture*. Manchester University Press. pp. 10-12. ISBN 0719043956.

Keskin Korumaz. E, (2021). The Construction of Femininity and Masculinity in the Publications of Turkish Presidency of Religious Affairs. *Stanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 21: 71-92

Massey, Douglas (2007). "Categorically Unequal: The American Stratification System." NY: Russell Sage Foundation.

Menéndez-Aller, A. & et al. (2022). Masculinity and Femininity: A multidimensional approach. *Anales de psicología / annals of psychology*. vol. 38, n° 2 (may), 347-354

Milestone, Katie; Meyer, Anneke (2011), Gender and Popular Culture, Polity, ISBN 978-0745643946.

Stets, Jan E; Burke, Peter J. (2015), Femininity/Masculinity, Encyclopedia of Sociology, Revised Edition, in Edgar F. Borgatta and Rhonda J. V. Montgomery (Eds.), New York: Macmillan, Pp. 997-1005.

Wharton, Amy S. (2005), the sociology of gender: an introduction to theory and research, first published 2005 by Blackwell Publishing Ltd.

فائل پیش از دستکار