

گرایش دختران به تماشای مسابقات فوتبال در ورزشگاه و عوامل مؤثر بر آن

احمد غیاثوند،* سبا رضازاده هراتی**

چکیده

امروزه دسترسی زنان به فضاها و عرصه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های آن‌ها محسوب می‌گردد. مطالعه حاضر به روش پیمایش درصد بررسی گرایش زنان به تماشای فوتبال مردان و نیز عوامل مؤثر بر آن است. جامعه آماری آن را «کلیه دختران دانشجوی دانشگاه‌های شهر تهران در سال ۱۳۹۷» تشکیل می‌دهد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برابر با ۴۹۵ نفر برآورد گردیده و در نهایت داده‌ها از طریق پرسشنامه به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای از بین چهار دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، شهید بهشتی و دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات گردآوری گردید. یافته‌ها نشان داد که اکثر دختران دانشجو، در صورت باز شدن ورزشگاه، به تماشای مسابقات فوتبال می‌روند. همچنین بررسی دقیق‌تر نشان داد که دو متغیر بازاندیشی در هویت‌یابی جنسیتی زنان و معنایابی جنسیتی فضا رابطه معناداری با گرایش زنان به تماشای فوتبال دارند. معرف‌های این دو متغیر به ترتیب اهمیت، بیشتر تحت تأثیر شاخص‌های سیاسی، فمینیستی و فردی و نیز وزن بیرونی متغیر معنای جنسیتی فضا، به ترتیب مربوط به برداشت سیاسی، فردی و اجتماعی از فضا می‌باشد. بر این اساس عاملیت دختران در چنین گرایشی بیشتر متوجه کاهش محدودیت‌ها و فشار هنجاری نظام سیاسی در قبال زنان جامعه است و در مرحله دوم، عاملیت خود را بیشتر در سطح فردی و با هدف تفریح و تجربه شور و هیجان جستجو می‌کنند.

کلیدواژه‌ها: تماشای فوتبال، دانشگاه، دختران دانشجو، فوتبالی شدن زنان، هویت جنسی.

ah.ghyasvand@atu.ac.ir

* استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی

saba.rezazadeh@yahoo.com

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۷/۲۳

مسائل اجتماعی ایران، سال دهم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۸، صص ۱۹۳-۲۱۶

۱. بیان مسئله

در چند دهه اخیر جامعه ایران، در اثر مواجهه با اندیشه‌های مدرن تحولاتی اساسی را در زمینه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی اخیر پشت سر گذاشته است. در این میان، دختران و زنان از جمله اقشاری‌اند که آثار و روند مواجهه آنان با مدرنیته را به‌وضوح می‌توان ردیابی و تحلیل کرد. در واقع نوع و میزان دسترسی زنان به فضاها و عرصه‌های اجتماعی، همواره یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی بوده که بیش از هر امر دیگری تحت تأثیر تصمیمات نظام‌های سیاسی حاکم است. در رژیم گذشته «زن مطلوب در دوران پهلوی بسیار متأثر از سه اپیستم مهم هژمونیک غرب در آن دوره زمانی یعنی «آزادی»، «عقلانیت» و «امروزی بودن» بود که همگی در مجموعه معرفت‌نهادینه‌شده‌تری چون مدرن بودن هستند و به واسطه آن تعریف می‌شوند و در پیوندی انحصاری با «زن اجتماعی» قرار می‌گیرند» (کوثری و تفرشی، ۱۳۹۵). «زن اجتماعی»‌ای که گویی موفقیت او در گرو حضور هرچه بیشتر در عرصه‌های اجتماعی مدرن و حضور در فضاها، مشترک با مردان تعریف و تبلیغ می‌شد. این در حالی است که با پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، یکی از مهم‌ترین سیاست‌های شکل‌دهی به فضاها، فراغتی، تفکیک جنسیتی آن‌ها در نظر گرفته می‌شد. در راستای همین جنسیتی نمودن فضاها، فضاها، فراغتی جدیدی مثل پارک بانوان، پارک آبی، سالن‌های مد، لباس و آرایش و کنسرت‌های موسیقی برای بانوان به وجود آمد (رشیدی و ملک حسینی، ۱۳۹۳: ۳۴۶). بر این اساس هرچند «تفکیک جنسیتی گسترده در ایران باعث شده است بعضی حوزه‌ها که ذاتاً عمومی‌اند، به‌لحاظ جنسیتی خصوصی شده و با وجود تمامی مزایا و معایب این اقدام، می‌توان گفت زنان جامعه در برخی موارد از جداسازی‌های جنسیتی در فضاها، عمومی استقبال کرده و راه چاره‌ای برای حضور در عرصه عمومی دانسته‌اند» (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۵۳). اما از طرف دیگر این‌طور بیان می‌شود که تفکیک جنسیتی «مفهوم اجتماعی را از فضا سلب کرده و آن را از یک فضای اجتماعی به یک فضای کارکردی تنزل می‌دهد» (تمدن، ۱۳۸۷: ۲۳). در این میان یکی از عرصه‌ها و فعالیت‌های تأثیرگرفته از سیاست تفکیک جنسیتی، تماشای فوتبال مردان در ورزشگاه بود که اوایل دهه شصت در اثر افکار جدید و دیدگاه‌های مراجع دینی دستور جلوگیری از ورود زنان به ورزشگاه‌ها صادر گردید (قدیمی، ۱۳۹۰: ۷۳). از این‌رو، تا به امروز به‌نوعی حضور زنان در مسابقات ورزشی محدود، زمان‌مند و متأثر از تصمیم‌گیری مسئولان سیاسی و دینی بوده است. در رژیم گذشته، زنان برای اولین بار در جشن صعود به جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه به ورزشگاه آزادی آمدند.

بعد از انقلاب فقط در دوران اصلاحات، نخستین بازی رسمی که زنان به‌عنوان تماشاگر مجوز ورود به ورزشگاه‌ها را دریافت کردند، بازی ایران و بحرین در ۲۱ خرداد ۱۳۸۴ در بازی‌های مقدماتی جام جهانی ۲۰۰۶ بود. نامه آقای احمدی‌نژاد، رئیس‌جمهور وقت، به رئیس سازمان تربیت‌بدنی در سال ۱۳۸۵ اولین درخواست رسمی مسئولان نظام برای اجازه ورود زنان به ورزشگاه به شمار می‌آید. هرچند این نامه با اظهارنظرهای متفاوت و بیشتر موافق در میان مسئولان کشور مواجه شد، ولی با مخالفت مسئولانی دینی به مرحله اجرا نرسید. البته برخی از مطالعات پژوهشی نشان داد که ۶۱ درصد مردم ایران موافق حضور زنان در ورزشگاه‌ها هستند (ایسپا، ۱۳۹۶).

از منظر جامعه‌شناسی ورزش، ورزشگاه فوتبال به شکل خاص چه به‌عنوان فضایی برای ورزش کردن و چه به‌عنوان تماشاچی‌بودن، دروازه‌ای مستعد به سوی برساخت جنسیت شناخته شده است. ورزش و نهادهای ورزشی نیز به شکل کلی، مانند آیین‌های عمل می‌کنند که در آن تفاوت‌های جنسیتی را به‌عنوان برساخت جامعه منعکس می‌کند (فرانک و استیت، ۲۰۱۰: ۸۳). همچنین حضور در ورزشگاه می‌تواند فرصت‌هایی فراتر از فضاهای کارکردی‌شده و تأییدشده برای زنان فراهم آورد تا در تعامل با مردان و با برهم‌کنشی با دیگر زنان، هویت جنسیتی و زنانگی خود را در آن به نمایش یا به اجرا در بیاورند.

از این‌رو با عنایت به گرایش دختران در جامعه ایران به تماشای فوتبال مردان در ورزشگاه، و در مقابل ممانعت به‌عمل‌آمده در این زمینه، توصیف و تبیین این مسئله اجتماعی از اهمیت بسیاری برخوردار است؛ اینکه از منظر جامعه‌شناختی، واکنش و تمایل به رفتن به ورزشگاه، نه به‌عنوان امری شخصی و حاصل پیگیری فردی، بلکه مبتنی بر هویت‌یابی جنسیتی زنانه، به فهم نظام روابط کنش و واکنش بین زنان و مردان در جامعه ایران و نیز تحولات پیش رو کمک می‌کند. در این میان دختران جوان به‌ویژه دانشجویان ایرانی، از جمله نیروهای اجتماعی نوینی‌اند که عمدتاً اقبال بیشتری از این اقشار برای حضور در ورزشگاه دارند. از این‌رو، مطالعه حاضر با توجه به اهمیت حضور زنان در ورزشگاه و تبدیل این گرایش به یک مطالبه جدی در سطح ملی و بین‌المللی به بررسی واکنش دختران نسبت به تماشای مسابقات فوتبال مردان در بین دانشگاه‌های مختلف شهر تهران می‌پردازد. بنابراین سؤالات اساسی پژوهش عبارت‌اند از:

۱. گرایش دانشجویان دختر دانشگاه‌های شهر تهران نسبت به تماشای مسابقه فوتبال در ورزشگاه تا چه اندازه است؟ ابعاد و ویژگی‌های این تمایل کدامند؟
۲. عوامل و شرایط اجتماعی مؤثر بر گرایش دانشجویان دختر نسبت به تماشای مسابقه فوتبال مردان کدامند؟ و سهم هر یک چقدر است؟

۲. پیشینه تجربی

با توجه به نقش و اهمیت تفکیک‌های جنسیتی فضاهای مختلف در ایران، در کنار واکنش‌های زنان و نخبگان سیاسی و فرهنگی مختلف در این‌باره، پژوهش تجربی مشخصی درباره وضعیت و علل گرایش دختران به ورزشگاه صورت نگرفته است. البته ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹) در «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش زنان نسبت به مشارکت در ورزش به‌عنوان تماشاچی» نشان دادند که باورهای عامیانه در مورد ورزش زنان و ضررهای ناشی از آن، مانعی مهم بر سر راه مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی‌ای مثل تماشاچی‌بودن تلقی می‌شود. البته میزان مردسالاری حاکم بر خانواده‌ها تأثیر معناداری را بر مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی نشان نداده است.

رضا قراخانو و فریده نیسیان (۱۳۸۶) در «بررسی نگرش اقشار مختلف درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌های رقابت‌های ورزشی مردان» نشان دادند بیشتر پاسخ‌گویان انتظار دارند رسانه‌ها در ایجاد زمینه مناسب فرهنگ‌سازی برای رسیدن زنان به حقوق خود نقش مؤثری ایفا کنند و همچنین نگرانی از عدم رعایت اصول اخلاقی و رفتاری از سوی مردان از منظر نخبگان و روحانیون بیانگر آن است که زمان حاضر برای حضور زنان تماشاچی همچنان مناسب نیست.

عسکری خانقاه و حسن‌زاده (۱۳۸۱) در بررسی «فوتبال از منظر انسان‌شناسی به‌عنوان یک واقعه تام اجتماعی» نشان دادند که جلوه‌های کارناوالی فوتبال سعی در ساختارزدایی از وضعیت رسمی در فرهنگ جامعه دارند.

عبداللهیان (۱۳۸۱) در مطالعه خود فوتبال را عرصه‌ای بالقوه برای کشف علائم تغییرات فرهنگی در نظر می‌گیرد و نشان می‌دهد که فرهنگ طرفداری از فوتبال از آنجا که از طریق مداخله مکانیسم‌های جامعه‌شناختی، انسان‌شناختی و زبان‌شناختی و ارتباطی نسل‌های متفاوت دختران و پسران را هماهنگ کرده است؛ خود به یک نیروی محرک تغییرات در حوزه فرهنگ عام تبدیل شده است. به عبارت دیگر نسل‌های جدید در فرآیند تولید ارزش به آن دسته از محافل اجتماعی روی می‌آورند که بتوانند امر مقبول خود را به لحاظ اجتماعی تمرین کنند.

غیاثوند (۱۳۹۳) در بررسی تأثیر ساخت و توسعه فضاهای شهری مدرنی مثل پارک بانوان و مجموعه‌های شهربانو، بر بازاندیشی هویت جنسیتی زنان نشان داد که این فضاها از منظر کارکردی منجر به اجتماعی‌شدن جنسیتی، نمایش بهتر بدن و پوشش مدرن زنان می‌گردد که کارکرد پنهان احداث و توسعه چنین فضاهایی را بایستی زمینه‌ای برای حضور زنان در جامعه دانست.

توانا و شفيعی (۱۳۹۴) در پژوهش «تفکيک جنسیتی در فضاهای شهری: مطالعه بوسان بهشت مادران» نتیجه گرفته‌اند که سلطه بر زنان یا حمایت از آن‌ها یا به‌طور کلی هرگونه بحث هویتی کمکی به فهم روابط قدرت در چنین فضاهایی نمی‌کند و باید معنای این نوع از قدرت را در جایی دیگر جست و آنجایی نیست جز کنترل، رؤیت‌پذیری و به‌هنجارسازی بدن‌ها که از طریق تفکيک براساس ویژگی‌های ازپیش تعیین‌شده اعمال می‌گردد.

علیرضازاد و سرائی (۱۳۸۵) در مطالعه‌شان در باب فضاهای عمومی در دسترس زنان شهری نتیجه گرفتند که اشتغال خارج از خانه یکی از مهم‌ترین متغیرهایی است که بر دیواره‌های تقسیم سنتی حوزه‌ها و فضاها تَرک وارد کرده است و زن شهری ایرانی در شرایط سنتی در فاصله بین حوزه‌های زنانه در حرکت است و عملاً کمترین دسترسی را به فضاهای عمومی و رسمی دارد، اما عناصر مدرنی همچون تحصیلات و اشتغال در آن تغییراتی ایجاد کرده است.

در پژوهش فخار طوسی (۱۳۹۷) با عنوان «حضور زنان در ورزشگاه‌ها - پژوهش فقهی» سؤال اساسی مطالعه، پیرامون این است که حضور زنان در ورزشگاه‌ها در کنار مردان چه حکمی دارد؟ بررسی‌های صورت‌گرفته بیانگر آن است که حکم اولی شرعی این مسئله، مباح بودن و مجاز دانسته شدن است. براین پایه بانوان می‌توانند در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر و در کنار مردان حاضر باشند. در مباحث فقهی که پای احکام اجتماعی در میان است، دولت دو وظیفه مشخص ایجابی و سلبی دارد؛ به لحاظ ایجابی، دولت در زمینه حضور بانوان در ورزشگاه‌ها - که در شمار حقوق آنان است - موظف به اقدامات ایجابی است؛ اقداماتی از قبیل «وضع و اصلاح قوانین، مقررات و آیین‌نامه‌های اجرایی»، «تجهیز ورزشگاه‌های موجود به وسایل و امکاناتی که حضور زنان را آسان و عملی سازد»، «ایمن‌سازی محیط‌های ورزشی» و بالاخره «ساخت و احداث ورزشگاه‌های جدید و مدرن» که بتواند پذیرای حضور زنان تماشاگر (در کنار مردان) باشد. به‌لحاظ سلبی دولت اسلامی باید قوانین و مقرراتی را که بر مبنای آن زنان را از حضور در ورزشگاه‌ها محروم می‌سازد، ابطال نماید.

محور مقاله تحلیلی کورینا آسمان (فیلم‌ساز) و سیلک گولکر^۱ (استاد علوم سیاسی) با عنوان «فوتبال زیر حجاب در ورزشگاه آارات تهران» روایت نخستین مسابقه فوتبال است که تیم فوتبال ملی زنان ایران بعد از انقلاب سال ۱۳۵۷ در یک ورزشگاه ایرانی بازی کرده است. در واقع این دو به نقش ویژه ورزشگاه در به چالش کشیدن و زیر سؤال بردن نظام‌های هنجاری جنسیتی با در نظر گرفتن شرایط برگزاری مسابقه اشاره داشتند (به نقل از فرانک و استیت،

۲۰۱۰: ۸۰). به این ترتیب زنان به کنش‌هایی دست زدند که در ایران تا آن زمان تنها به عرصه مردان تعلق داشته است.

جیمز و ری‌دینگر (۲۰۰۲) در تحقیق خود نشان دادند که زمینه‌های تمایل به هواداری بین زنان و مردان یکسان نیست. مردان از نظر رتبه‌های تمایل به هواداری هم به‌طور کلی و هم برای یک تیم خاص در سنجش پنج انگیزه به‌طور معناداری بالاتر از زنان بودند. دیتر-اولر و همکاران (۲۰۰۰) در کار خود زنان و مردان را از نظر اینکه تا چه حد به هواداری در مسابقات ورزشی می‌پردازند بررسی کردند. یافته‌های آن‌ها نشان داده است مردان زمان بیشتری را صرف بحث‌های ورزشی یا تماشای مسابقات ورزشی در تلویزیون می‌کنند و در کل علاقه و دانش ورزشی بیشتری دارند. یافته‌های آن‌ها همچنین نشان داد که زنان جهت حضور یافتن در میادین ورزشی و لذت بردن از تشویق و تماشای مسابقات به همراه خانواده و دوستان به هواداری روی می‌آورند؛ در حالی که مردان به علت علاقه کلی به ورزش یا ورزشکار بودن و لذت بردن از آموختن آن به هواداری می‌پرداختند (دیتر-اولر و همکاران، ۲۰۰۰: ۲۲۷). با عنایت به مرور تجربی صورت گرفته، ضمن توجه به ویژگی‌های جامعه‌شناختی فضای ورزشگاه، در عین وجه پروبلماتیک بودن این پدیده برای نظام و مسئولان سیاسی، بررسی تجربی نگرش و واکنش زنان و به نوبه خود ظرفیت این نوع فضاها در کنار چالش‌های مختلف نهادهای بین‌المللی در قبال حضور زنان در ورزشگاه از مزایای چنین پیمایشی است که دستاوردهای آن برای خط و مشی‌های نظام در آینده می‌تواند مفید و مؤثر باشد.

۳. چهارچوب نظری

در ادبیات نظری، «مباحث مرتبط با روابط جنسیتی و ورزش، معمولاً روی دو موضوع کاملاً بهم وابسته تمرکز دارد، که یکی به عدالت و برابری، و دیگری به ایدئولوژی و قدرت مربوط می‌شود» (کواکلی و هانیبال^۱، ۱۳۹۶: ۵۰۴). از آنجایی که هر ورزشی تصویر جنسیتی خاصی از نسبت قدرت و جنسیت در هر جامعه را منعکس می‌کند، رفتن به ورزشگاه که به طرز عجیبی فضایی جنسیتی شده است، می‌تواند به‌عنوان دریچه‌ای به سوی برساخت (ساخت) جنسیت نگاه شود.

در ایران ورزشگاه‌های ورزشی، یکی از فضاها جنسیتی شده محسوب می‌شود؛ البته ورزشگاه‌ها مانند شمشیری دولبه‌اند؛ همان‌طور که می‌توانند فضایی به‌شدت مردانه باشند که اتفاقاتی جدی در آن رقم می‌خورد، به واسطه هیجان خاص درون آن‌ها، فارغ از نتیجه، مساعد آن است که به فضای موردعلاقه برای زنان نیز بدل شود. بنابراین جنسیت به‌عنوان یکی از

1. Coakley & Hallinan

تأثیرگذارترین مقوله‌های ورزش مورد توجه محققان بوده است؛ چراکه ورزش همانند سایر سازه‌های اجتماعی، می‌تواند عقاید و باورهای مهم زندگی را دستخوش تغییر کرده و یا تقویت نماید. دوران مسی در اثر بنیادین خود پیرامون «فضا، مکان و جنسیت» معتقد است مفهوم فضا نیز به اندازه زمان در تحرک و تغییرات اجتماعی نقش دارد. او براساس تجربه زیسته خود و نیز توصیفی که از جنبه‌های مختلف زندگی روزمره ارائه می‌دهد و با در نظر گرفتن راه‌هایی که فضا از جنسیت الگو می‌گیرد، جنبه‌ها و ابعاد فضایی روابط اجتماعی و جنسیتی را توضیح می‌دهد. او در این مجموعه مقالات مطرح می‌کند که فضا و مکان به خودی خود امری جنسیتی نیستند؛ بلکه بر راه‌هایی که جنسیت از طریق آن‌ها ساخته و فهم می‌شود، تأثیر می‌گذارند. حتی در آنجایی که از طریق معانی نمادین خود منجر به محدود شدن دسترسی یک جنس از طریق اعمال خشونت شود (مسی، ۱۹۹۴ : ۱۷۹). همچنین از نگاهی دیگر ورزشگاه را می‌توان مأمنی دید برای قوانین اجتماعی جدید یک شکل اجتماعی، ساخت (برساخت) جنسیت و مکانی برای هویت‌یابی از انواعی که ممکن است در خارج از محیط ورزشگاه غیرقابل پذیرش باشد. این نوع نگاه به ورزشگاه به ما اجازه می‌دهد تا تغییرات اجتماعی زیادی را بر اساس این فضا شناسایی کنیم (فرانک و استیت، ۲۰۱۰). در کنار اهمیت فضا و جنسیت در ارتباط با موضوع مورد بررسی، لازم است به ظرفیت مقوله ورزش و امکان‌هایی که پیش‌روی قشرهای مختلف جامعه می‌گذارد اشاره کرد. گروه‌ها، سازمان‌ها، شهرها و ملت‌ها از ورزش برای بیان تمایلات خود استفاده می‌کنند (آلیسون^۱، ۲۰۰۰؛ بایرنر، ۲۰۰۱؛ هالینان و بروک، ۲۰۰۵؛ مگیور، ۱۹۹۹؛ میلر و همکاران، ۲۰۰۱، پولتون، ۲۰۰۴؛ سام^۲، ۲۰۰۳؛ ساتو^۳، ۲۰۰۵). «ورزش نقش مهمی در حفظ ایدئولوژی جنسیتی بسیاری از فرهنگ‌ها دارد. معنا و کاربرد جنسیت در زندگی روزانه نمادین شده و در عملکردهای ورزشی ارائه می‌شود. ورزش‌های ساحلی و موج‌سواری زمینه وسیعی برای مردان فراهم آورده است که می‌توانند هویت مردانگی خود را تقویت کنند» (دروموند، ۲۰۰۲؛ پیرسون، ۱۹۷۹). بنابراین مشارکت در رشته‌های مختلف ورزشی و نیز طرفداری ورزشی به نوبه خود تحت تأثیر گروه‌بندی جنسیتی هر جامعه است. «مطرح شدن زنان در پژوهش‌هایی که موضوع خود را ورزش و طرفداری از آن‌ها قرار داده‌اند، موضوع را وارد مباحث پیچیده‌تری می‌کند؛ چراکه گداهای جنسیتی قوی پدرسالار، بسیاری از زنان را از حضور ورزشی باز می‌دارد» (جیولیونوتی، ۱۳۹۱ : ۱۳۳).

1. Allison
2. Sam
3. Sato

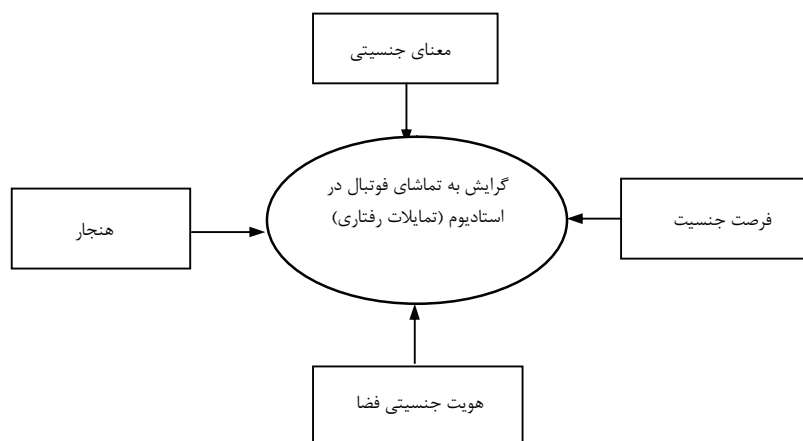
گافمن^۱ در رویکرد نظری و تحلیلی خود پیرامون «نمایش جنسیت»^۲ شکل‌گیری جنسیت را به منزله اجرای «مناسکی» در نظر می‌گیرد که افراد آن‌ها را در کنش‌های متقابل خود با دیگران به نمایش می‌گذارند. همچنین وی در قالب رویکرد «تحلیل چارچوب» به این مسئله می‌پردازد که «چگونه چارچوب‌هایی که کنش متقابل را سامان می‌دهند معنای جنسیت را تولید می‌کنند؟» و «استدلال می‌ورزد که سامان کنش متقابل به جای مهیاکردن بستری برای بیان تفاوت‌های طبیعی، تفاوت‌های میان دو جنس را به وجود می‌آورد» (گافمن، ۱۹۷۶: ۶۹-۱۵۴). گافمن برخلاف اغلب رویکردهای نظری، الگوهای نابرابری جنسیتی را به‌طور مستقیم به دستیابی ناهمسان به پاداش‌های اجتماعی مربوط نمی‌سازد، بلکه بیشتر براساس فرضیه‌های تحلیلی در مورد کنش‌های متقابل دو جنس توضیح می‌دهد. او به جای استناد به واقعیت‌های نابرابری - از قبیل تفاوت در حقوق و فرصت‌های ارتقاء و غیره- این مسئله را بررسی می‌کند که چگونه زنان و مردان کنش متقابل میان خود را تفسیر می‌کنند و جنسیت در موقعیت‌های اجتماعی از طریق آنچه او نمایش می‌نامد، بیان می‌شود (منینگ، ۱۳۸۰: ۱۰۵-۱۰۴). بر این معنا جنسیت رمزی بنیادین است که در انطباق با کنش متقابل اجتماعی و ساختار اجتماعی ساخته می‌شود (گافمن، ۱۹۹۷: ۲۰۱، به نقل از سلطانی، ۱۳۸۵). در ارتباط با فضای ورزشگاه و فوتبال، به‌عنوان یکی از بحث‌برانگیزترین دستاوردهای دنیای مدرن و نقش جنسیت نیز نظرات متعددی بیان شده است چراکه علی‌رغم مشارکت بیش از پیش زنان و دختران در سراسر جهان، فوتبال همچنان امری مردانه شناخته شده است. به بیان پارکر (۲۰۰۶: ۶۹۱) فوتبال حرفه‌ای «مقوله‌ای کاملاً جنسیتی‌شده» است. در این پژوهش به‌منظور بهره‌مندی از نظریه برای تبیین گرایش زنان به تماشای مسابقه ورزشی مردان در ورزشگاه به‌عنوان قصد رفتاری، به‌لحاظ نقش صوری نظری از نظریه‌های تغییر نگرش و نیز به‌لحاظ نقش جوهری آن، در قالب تأثیر معناداری که نهادهای اجتماعی از فضا و جنسیت برساخت کرده‌اند، و نیز ارزش‌ها و گرایش‌های فردی و اجتماعی، بهره گرفته است. نظریه «رفتار بخردانه» آیزن و همکارانش رفتار را ناشی از اعتقاد شخص در زمینه نتایج آن رفتار مشخص، و ارزیابی او از نتایج ممکن آن رفتار می‌داند (آیزن^۳، ۲۰۰۵: ۱۳۵-۱۳۴). بر طبق این نظریه مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار، قصد رفتاری است که این قصد نیز خود تابعی از دو عامل گرایش نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی وابسته به رفتار است. پس می‌توان گفت ارزیابی فردی و هنجارهای اجتماعی موجب شکل‌دهی به رفتار فرد می‌گردد.

1. Goffman
2. Gender Display
3. Ayzen

به تعبیر دیگر، چلبی بیان می‌دارد: «هر رفتار کنشگر، اعم از فردی و جمعی، در هر سطح و هر حوزه‌ای، به کم و کیف و آرایش فرصت، نیاز، انتظار، و معنا وابسته است. در نخستین تقرب به واقع، ممکن است رابطه رفتار را با چهار سازه مزبور به شکل یک تابع کلی، به صورت ساده‌شده زیر تدوین کرد» (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۰۰).

یعنی: (معنا، انتظار، نیاز، فرصت) f = رفتار

در این پژوهش نظریه رفتار بخردانه آیزن و نیز نظریه رفتار چلبی همچون مدل‌های کلی و صوری در نظر گرفته شده‌اند؛ به نحوی که بر اساس روابط مفهومی مفروضشان، چهار سازه اساسی هنجار جنسیتی، معنای جنسیتی، هویت جنسیتی و فرصت جنسیتی برای تبیین وضعیت گرایش دختران در قبال حضور در ورزشگاه فوتبال استخراج گردید. «مدل‌های کلی می‌توانند منبع ایده‌هایی برای مدل نظری باشند که به نوبه خود مفاهیم و ایده‌های تبیینی به شکل روابط بین مفاهیم فراهم می‌آورد. این روابط مکانیسمی را شکل می‌دهند که از طریق آن می‌توان به یک تبیین دست یافت (بلیکی، ۱۳۸۴: ۲۲۲). به طور صریح‌تر، در این مطالعه وقتی از سطح انتزاع مفاهیم موجود در روابط یک «نظام صوری» کاسته گردید که مبتنی بر استدلال استقرایی (مصاحبه‌های اکتشافی همراه با حضور و مشاهده مشارکتی)، پنج وجه نظر برساختی جنسیتی یعنی دینی، اجتماعی، فردی، فمینیستی و سیاسی نسبت به زنان در جامعه ایران شناسایی شد و در قالب شاخص (نه معرف و گویه) تعریف عملیاتی شد. بر این اساس مدل نظری پژوهش ترسیم و نیز فرضیات اصلی استخراج گردیده است (شکل ۱).



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

فرضیه‌ها

- بین وضعیت هویت جنسیتی فضا با گرایش دختران به تماشای فوتبال در ورزشگاه رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت هنجار جنسیتی فضا با گرایش دختران به تماشای فوتبال در ورزشگاه رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت معنای جنسیتی فضا با گرایش دختران به تماشای فوتبال در ورزشگاه رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت فرصت جنسیتی فضا با گرایش دختران به تماشای فوتبال در ورزشگاه رابطه وجود دارد.

۴. روش‌شناسی

مطالعه حاضر با روش پیمایش انجام گرفته و جامعه آماری آن را «کلیه دختران دانشجوی دانشگاه‌های شهر تهران در سال ۱۳۹۷» تشکیل داده‌اند. حجم نمونه لازم بر اساس فرمول کوکران با ۴۹۵ نفر برآورد گردیده و شیوه نمونه‌گیری به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است که در نهایت داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه از بین چهار دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، شهید بهشتی و دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات گردآوری شده است. در بحث از تعریف مفهومی متغیر (وابسته) گرایش به تماشای فوتبال در ورزشگاه، واژه گرایش «Attitude»، به معنای سوی‌گیری است که مختص نظام کنشگر اجتماعی است. سوی‌گیری کنشگر سازوکاری است که وضعیت کنش را تعیین می‌کند. مفهوم سوی‌گیری یا گرایش دربرگیرنده منظومه‌ای است از آنچه که کنشگر می‌بیند، ارزیابی می‌کند و می‌خواهد و یا نمی‌خواهد. سوی‌گیری دارای دو بعد عمده شناختی (عقلی) و عاطفی (احساسی) است. البته کم‌کیف و صیغه هرکدام در هر مورد خاص متغیر و متفاوت است (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۲). در این مطالعه واژه «گرایش» به تمایلات و آمادگی‌های رفتاری و نیز سوی‌گیری‌ها و طرز تلقی فرد از یک پدیده اطلاق می‌گردد. بنابراین ملاحظه می‌گردد دو مؤلفه مهم واژه گرایش «تمایلات کنشی» و «عکس‌العمل‌های ارزیابی کننده» (سوگیری) است (غیاثوند، ۱۳۹۰). بنابراین با توجه به تعریف گرایش مبنی بر میزان تمایلات کنشی و عکس‌العمل افراد در مقابل یک رویداد، گرایش دختران به تماشای مسابقات ورزشی مردان به معنای تمایلات و آمادگی‌های رفتاری و ذهنی در نظر گرفته شده است که برای گشوده‌شدن ورزشگاه برای تماشای مسابقه فوتبال مردان حاضر به انجام آن می‌باشند. با توجه به مطالعات اکتشافی و تحلیل محتوای صورت‌گرفته، به لحاظ

عملیاتی گرایش دختران به رفتن به ورزشگاه به صورت پنج سنخ گرایش فردگرایانه، فمنیستی، سیاسی، اجتماعی و دینی مورد سنجش قرار گرفته است. دربارهٔ تعریف متغیر مستقل هویت جنسیتی، بنا به نظر جنکینز «خود» یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همهٔ هویت‌های بعدی است و جنسیت در نحوهٔ شکل «خود» نقش تعیین‌کننده‌ای دارد؛ زیرا به تجربهٔ فرد سامان می‌بخشد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۰۳). «هریک از ما یک هویت جنسیتی داریم و بر اساس آن خود را زن یا مرد می‌دانیم؛ به غیر از موارد نسبتاً نادر، غالباً جنس فیزیولوژیک یک فرد و هویت جنسیتی وی با یکدیگر هماهنگی دارند» (بارون و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۳). در این مطالعه هویت جنسیتی به معنای شناخت فرد از خود است و اینکه چه چیزهایی برایش قابل اهمیت است که به نوبه خود تحت تأثیر باورهای فرهنگی از زن بودن یا مرد بودن است. از این رو، هویت‌یابی جنسیتی فضا به‌لحاظ عملیاتی به معنای این است که زنان تجربهٔ حضور در ورزشگاه را برای تماشای فوتبال - که همیشه مردانه تلقی شده است - تا چه حد برای خود مهم تلقی می‌کنند. به‌لحاظ عملیاتی میزان اهمیت تماشای مسابقات فوتبال به‌صورت پنج نوع شیوهٔ هویت‌یابی فردگرایانه، فمنیستی، سیاسی، اجتماعی و دینی مورد سنجش قرار گرفته است.

دربارهٔ تعریف متغیر مستقل هنجارهای جنسیتی، هنجارها قواعدی برای رفتارند که ارزش‌های یک فرهنگ را منعکس می‌کنند یا تجسم می‌بخشند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۳۵). دوپل و پالودب (۱۹۹۸) هنجار جنسیتی را به‌عنوان توصیه‌های جوامع برای رفتارها، باورها و نگرش‌های زنان و مردان تعریف کرده‌اند. هنجارهای جنسیتی اصول راهنمای تجویزی برای نقش‌های جنسیتی هستند (راسو، ۱۹۷۶، به نقل از گروسی، ۱۳۹۵: ۵۳). از این رو زنان هرجامعه‌ای تحت تأثیر این هنجارها و باورهای جنسیتی (محدودکننده یا تسهیل‌کننده) عمل خواهند کرد؛ به‌لحاظ عملیاتی در این متغیر هدف محقق از بررسی هنجار جنسیتی فضا بررسی انتظارات و باورهای جنسیتی‌ای است که زنان تحت تأثیر جامعه و ساختار فرهنگی نسبت به تماشای فوتبال در فضایی مانند ورزشگاه می‌شناسند که به‌صورت پنج نوع شیوهٔ هنجاریابی فردگرایانه، فمنیستی، سیاسی، اجتماعی و دینی مورد سنجش قرار گرفته است. در بحث از تعریف معنای جنسیتی، واژهٔ معنای پدیده‌ها از منظر جامعه‌شناسی یا از نگاه روانشناسی اجتماعی در قالب مفهوم ادراک قابل پیگیری است. در واقع ادراک فراتر از اندام‌های حسی است و با تجربهٔ افراد آمیخته می‌شود؛ به عبارت دیگر ادراک، جمع‌آوری، سازمان‌دهی و فهم اطلاعات محیطی است که شامل ابعاد شناختی، احساسی، تفسیری و ارزش‌گذاری نیز می‌شود. «فرایند آگاه‌شدن از اشیاء، ویژگی‌ها و رابطه‌ها از طریق اندام‌های حسی؛ گرچه در ادراک همواره محتوای حسی وجود دارد، با این حال آنچه ادراک می‌شود متأثر از آمایه و تجربهٔ پیشین است، به نحوی که

ادراک را باید چیزی فراتر از ثبت محرک‌های مؤثر بر اندام‌های حسی دانست» (هیلگارد، ۱۳۹۶: ۱۵۹). بر این اساس معنایابی جنسیتی فضا در این تحقیق به معنای درک و فهم دختران برای حضور در فضای ورزشگاه، به‌عنوان فضایی است که مردانه شناخته شده است. همچنین انواع متفاوت معنایابی جنسیتی فضا می‌تواند شاخص‌های معنای حضور در تماشای مسابقات را توصیف کند. برای تحلیل چندمتغیره داده‌های پژوهش از نرم‌افزار PLS با انجام دستورات الگوریتم و بوت استرپ استفاده شده است. اعتبار و روایی در مدل‌سازی معادلات ساختاری بسته به اینکه مدل تحقیق ترکیبی یا انعکاسی باشد تفاوت‌های عمده‌ای با هم دارند (غیاثوند، ۱۳۹۷: ۸۶). در این پژوهش با توجه به اینکه برای سنجش هریک از مفاهیم از مدل‌های اندازه‌گیری ترکیبی (مدلی که معرف‌های آن سازنده متغیر مربوطه‌اند) استفاده شده است، بدین سبب که در بین معرف‌ها قرار نیست همبستگی وجود داشته باشد. همچنین معرف‌های مدل ترکیبی بدون خطا فرض می‌شوند. بر این اساس محاسبه پایایی برحسب همگنی درونی برای مفاهیم مناسب نیست. در واقع استفاده از اعتبار همگرا و واگرا در مدل اندازه‌گیری ترکیبی معنایی ندارد (چین^۱، ۲۰۱۰: ۹۶). بنابراین از میان انواع اعتبار محتوایی، تحلیل حشو، هم‌خطی بین معرف‌ها معناداری و ارتباط وزن‌های بیرونی، نخست از طریق مطالعه‌ای اکتشافی و نیز مصاحبه با نخبگان (صوری) شاخص‌های متغیرها استخراج شد، بعد از جمع‌آوری داده‌ها خروجی‌های حاصل از نرم‌افزار PLS نشان داد که برای هریک از متغیرها ضریب VIF کمتر از ۵ و نیز مقدار بیشتر از ۰/۲ و ارتباط وزن‌های بیرونی (مقدار t بیشتر از ۱/۹۶) می‌باشد (غیاثوند، ۱۳۹۷: ۵۰). بنابراین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش از اعتبار لازم برخوردارند.

۵. یافته‌ها

بافت نمونه

از بین ۴۹۵ نفر نمونه دختران دانشجوی مورد مطالعه، ۹۳ درصد مجرد و ۷ درصد متأهل و نیز میانگین سن آن‌ها ۲۳ سال بود. برحسب نوع دانشگاه ۲۰ درصد از نمونه دختران از دانشگاه علامه طباطبائی، ۲۹ درصد از دانشگاه تهران، ۳۱ درصد از دانشگاه شهید بهشتی و ۲۰ درصد از دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات بودند. همچنین بر اساس مقاطع تحصیلی ۷۲ درصد دانشجویان در مقطع کارشناسی، ۱۶ درصد در کارشناسی ارشد، ۹ درصد در دکتری حرفه‌ای، یک درصد در دکتری تخصصی و کمتر از یک درصد در کاردانی مشغول به تحصیل بودند.

1. Chin

وضعیت تماشای فوتبال از طریق تلویزیون

طبق بررسی ۳۴ درصد دختران اصلاً و ۲۹ درصد در حد کم به تماشای مسابقات فوتبال از طریق تلویزیون می‌پردازند. به عبارتی حدود ۷۳ درصد دختران مورد مطالعه چندان علاقه‌ای به تماشای مسابقات فوتبال در منزل ندارند و حدود ۴ و ۹ درصد به ترتیب در سطح خیلی زیاد و زیاد پیگیر مسابقات و رویدادهای ورزشی از طریق تلویزیون هستند.

جدول ۱. توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب میزان تماشای فوتبال از طریق تلویزیون

وضعیت	<i>f</i>	درصد
اصلاً	۱۶۶	۳۴
کم	۱۴۴	۲۹
تاحدی	۱۱۹	۲۴
زیاد	۴۳	۹
خیلی زیاد	۲۱	۴
جمع	۴۹۵	۱۰۰

گرایش دختران برای حضور در ورزشگاه

نتایج برای سؤال «چنانچه به زودی اعلام شود دختران و زنان جامعه می‌توانند برای تماشای مسابقات فوتبال مردان به ورزشگاه بروند چه عکس‌العملی خواهید داشت؟» طبق ارقام مندرج در جدول ۲، ۱۱ درصد آن‌ها تمایل چندانی نداشته و بیش از یک‌پنجم (۲۷ درصد) اعلام نموده‌اند که حتماً شرکت می‌کنند.

جدول ۲. توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب میزان تمایل به حضور در ورزشگاه

وضعیت	<i>f</i>	درصد
هرگز نمی‌روم	۵۶	۱۱
باید کمی فکر کنم	۳۷	۸
احتمال کمی دارد بروم	۶۴	۱۳
شاید بروم	۹۹	۲۰
سعی می‌کنم، بروم	۱۰۳	۲۱
حتماً می‌روم	۱۳۵	۲۷
جمع	۴۹۵	۱۰۰

گرایش دختران به تماشای مسابقه فوتبال

با توجه به در نظر گرفتن انواع گرایش فردی، فمینیستی، سیاسی، اجتماعی و دینی برای دختران در تماشای فوتبال مردان به عنوان متغیر وابسته، نتایج درباره گرایش فردی مبنی بر تجربه حضور در ورزشگاه در حد یک بار نشان داد که اکثریت افراد (۴۷ درصد) موافق و در مقابل فقط ۷ درصد مخالف چنین حضوری برای حداقل یک بار بودند. در زمینه گرایش فمینیستی ۴ درصد کاملاً موافق و ۶۵ درصد کاملاً مخالف تغییر چهره خود و همانندسازی با پسران برای رفتن به ورزشگاه بودند. در زمینه گرایش دینی، ۸ درصد کاملاً موافق و ۴۱ درصد کاملاً مخالف شرکت در نشست‌های دینی پیرامون گشایش درب ورزشگاه به روی زنان بودند. در زمینه گرایش سیاسی ۳۲ درصد کاملاً موافق و در مقابل ۲۱ درصد کاملاً مخالف امضای نامه برای مسئولان سیاسی و در آخر در زمینه اجتماعی، ۲۸ درصد کاملاً مخالف و ۱۷ درصد کاملاً موافق شرکت در تجمع دختران برای باز شدن درب ورزشگاه به روی زنان بودند.

جدول ۳. توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب گویه‌های گرایش به تماشای فوتبال در ورزشگاه

گویه‌ها	کاملاً مخالف	مخالف	متوسط	موافق	کاملاً موافق	جمع
حاضریم برای یک بار هم که شده رفتن به ورزشگاه را تجربه کنیم.	۷	۱۰	۲۱	۱۵	۴۷	۱۰۰
حاضریم برای ورود به ورزشگاه تیپ و چهره خود را شبیه پسران درآوریم تا بتوانیم برویم.	۶۵	۱۶	۱۱	۴	۴	۱۰۰
برای باز شدن درب ورزشگاه فوتبال به روی زنان جامعه حاضریم در نشست‌های دینی‌ای که برگزار می‌شود شرکت کنیم.	۴۱	۲۰	۲۱	۱۰	۸	۱۰۰
برای باز شدن درب ورزشگاه به روی زنان حاضریم نامه‌ای را که برای مسئولان سیاسی جمع‌آوری می‌شود امضا کنیم.	۲۱	۱۴	۱۴	۱۹	۳۲	۱۰۰
برای باز شدن درب ورزشگاه به روی زنان حاضریم در تجمع دختران شرکت کنیم.	۲۸	۱۹	۲۱	۱۵	۱۷	۱۰۰
علاقه چندانی به باز شدن ورزشگاه به روی زنان ندارم.	۵۸	۱۳	۱۵	۶	۸	۱۰۰

توصیف متغیرهای مستقل

هویت‌یابی جنسیتی فضا: در بحث از هویت‌یابی جنسیتی زنان به سنجش پنج سنخ هویت فردگرایانه، فمینیستی، سیاسی، اجتماعی و دینی پرداخته شده است. میانگین حاصل بر حسب طیف ۱ تا ۵ نشان داد که هویت‌یابی جنسیتی زنان به ترتیب مبتنی بر مؤلفه‌هایی از سنخ هویت‌یابی سیاسی با میانگین ۴/۲، اجتماعی با میانگین ۳/۸، دینی با میانگین ۳/۴، فردگرایانه با میانگین ۲/۵ و فمینیستی با میانگین ۱/۷ است.

چنانچه ملاحظه می‌گردد به لحاظ سیاسی بخشی از هویت‌یابی جنسیتی زنان در پرتو توجه مسئولان به خواسته‌های آنهاست که حدود ۷۶ درصد موافقت و در مقابل ۱۱ درصد چندان اهمیت نمی‌دهند. در این میان ۶۷ درصد از دختران در سطح زیاد و خیلی زیاد و در مقابل ۱۸ درصد در حد اصلاً و کم ورزشگاه را به عنوان فضای اجتماعی و عمومی مهم می‌دارند. حدود ۵۰ درصد دختران به لحاظ دینی مقید به حفظ و رعایت حریم زنان در برابر مردان هستند، ۲۴

گرایش دختران به تماشای مسابقات فوتبال در استادیوم و عوامل مؤثر بر آن

درصد در حد متوسط تقید دارند و فقط ۲۶ درصد چندان مقید نیستند.

جدول ۴. توزیع نسبی پاسخگویان برحسب گویه‌های هویت‌یابی جنسیتی فضا

گویه‌ها	اصلاً	کم	تاحدی	زیاد	خیلی زیاد	جمع
به عنوان یک دختر تماشای مسابقه فوتبال مردان از نزدیک برایم مهم است.	۲۹	۲۳	۲۷	۹	۱۲	۱۰۰
به عنوان یک دختر برایم مهم است که بین زن و مرد برای رفتن به ورزشگاه تفاوتی نباید.	۶	۵	۱۴	۱۱	۶۴	۱۰۰
به عنوان یک دختر برای من مهم است که مسئولان سیاسی به خواسته‌های زنان برای رفتن به ورزشگاه توجه کنند.	۵	۶	۱۳	۱۵	۶۱	۱۰۰
به عنوان یک دختر برایم مهم است از ورزشگاه به‌عنوان یک فضای اجتماعی و عمومی استفاده کنم.	۸	۱۰	۱۵	۱۷	۵۰	۱۰۰
به لحاظ دینی برای من مهم است در ورزشگاه فوتبال حریم زنان در برابر مردان حفظ و رعایت شود.	۱۶	۱۰	۲۴	۱۶	۳۴	۱۰۰

وضعیت هنجاریابی جنسیتی فضا: در بحث از هنجاریابی جنسیتی زنان، به سنجش پنج سنخ انتظار فردگرایانه، فمینیستی، سیاسی، اجتماعی و دینی پرداخته شده است. میانگین حاصل برحسب طیف ۱ تا ۵ نشان داد که میانگین هنجاریابی فمینیستی برابر با ۴/۱، فردگرایانه ۳/۸، اجتماعی ۳/۲، سیاسی ۱/۷ و دینی ۱/۵ است. چنانچه ملاحظه می‌گردد به‌لحاظ فمینیستی و فردگرایانه ۷۵ درصد دختران معتقد بودند باید بتوانند پا به پای پسران به تماشای مسابقات بپردازند؛ البته در مقابل با عنایت به وجه ساختاری هنجار اجتماعی، به‌عنوان امری الزام‌آور و به تعبیر دورکیم به‌عنوان واقعیت اجتماعی، دختران کمتر انتظار دارند تا متولیان امور دین دختران را در رفتن به ورزشگاه همراهی نمایند (۵ درصد در برابر ۸۵ درصد) و نیز کمتر امیدوارند که مسئولان سیاسی نظام از حضورشان برای رفتن به ورزشگاه استقبال کنند (۶ درصد در برابر ۸۱ درصد).

جدول ۵. توزیع نسبی پاسخگویان برحسب گویه‌های هنجاریابی جنسیتی فضا

گویه‌ها	اصلاً	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	جمع
انتظار می‌رود دختران برای تماشای مسابقه فوتبال مردان به ورزشگاه بروند.	۷	۱۱	۱۷	۲۲	۴۳	۱۰۰
انتظار می‌رود دختران باید بتوانند پا به پای پسران به تماشای مسابقه فوتبال از نزدیک بپردازند.	۶	۷	۱۲	۱۸	۵۷	۱۰۰
به نظر می‌رسد مسئولان سیاسی نظام از حضور دختران در ورزشگاه فوتبال استقبال خواهند کرد.	۵۴	۲۷	۱۳	۳	۳	۱۰۰
به نظر می‌رسد خانواده‌ها ورزشگاه رفتن دخترانشان را خواهند پذیرفت.	۱۰	۲	۲۸	۴۰	۲۰	۱۰۰
به نظر می‌رسد متولیان دین با حضور دختران در ورزشگاه برای تماشای مسابقه فوتبال همراهی خواهند کرد.	۶۸	۱۹	۸	۳	۲	۱۰۰

وضعیت معنایابی جنسیتی فضا: در بحث از معنایابی جنسیتی زنان، نتایج نشان داد که میانگین هنجاریابی جنسیتی اجتماعی برابر با ۳/۹، سیاسی ۳/۸۴، فمنیستی ۳/۸، دینی ۳/۶ و فردگرایانه ۲/۳ است. چنانچه ملاحظه می‌گردد به لحاظ اجتماعی، تلاش ۶۷ درصد دختران برای رفتن به ورزشگاه برای این است که خانواده‌ها و مردم حضور زنان در ورزشگاه را بپذیرند؛ همچنین در رابطه با معنای شان از چنین گرایشی برای رفتن به ورزشگاه این است که به لحاظ سیاسی ۶۳ درصد تلاش می‌کنند تا مسئولان به خواسته‌های آن‌ها توجه کنند.

جدول ۶. توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب گویه‌های معنای جنسیتی فضا

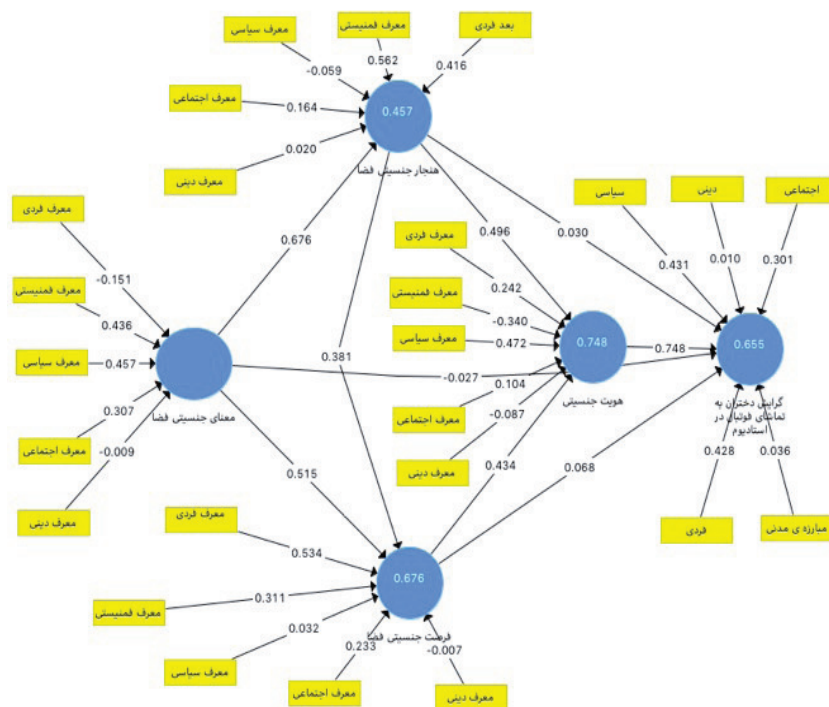
گویه‌ها	کاملاً مخالف	مخالف	تا حدودی	موافق	کاملاً موافق	جمع
فقط با جمعی از دوستانم که دختر باشند به ورزشگاه خواهیم رفت.	۳۰	۲۸	۲۷	۹	۶	۱۰۰
تلاش دختران برای رفتن به ورزشگاه به این خاطر است که زنان بتوانند در کنار مردان از تماشای فوتبال بهره‌مند شوند.	۷	۹	۱۹	۲۶	۳۹	۱۰۰
تلاش دختران برای حضور در ورزشگاه برای این است که مسئولان سیاسی به خواسته‌های زنان بیشتر توجه کنند.	۷	۱۰	۲۰	۲۲	۴۱	۱۰۰
تلاش دختران برای رفتن به ورزشگاه برای این است که خانواده‌ها و مردم جامعه حضور زنان در ورزشگاه را بپذیرند.	۶	۷	۲۰	۲۵	۴۲	۱۰۰
تلاش دختران برای حضور در ورزشگاه برای این است که متولیان دین با حضور زنان در ورزشگاه کنار بیایند.	۹	۱۱	۲۳	۲۲	۳۵	۱۰۰

وضعیت فرصت‌یابی جنسیتی فضا: میانگین حاصل نشان داد که فرصت‌یابی جنسیتی زنان به ترتیب مبتنی بر مؤلفه‌هایی از سنخ فرصت‌های فمنیستی و فردگرایانه با میانگین ۴/۱۲، سیاسی با میانگین ۴/۱۱، اجتماعی با میانگین ۴/۰۷ و دینی با میانگین ۳/۹ است. چنانچه ملاحظه می‌گردد سنخ‌های فرصت‌یابی زنان در قبال حضور در ورزشگاه اغلب یکسان گزارش شده است؛ به تعبیری به طور متوسط ۷۰ درصد پاسخگویان راه‌یافتن در ورزشگاه ورزشی را در ابعاد مختلف فرصت مناسبی برای زنان بیان کرده‌اند.

جدول ۷. توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب گویه‌های فرصت‌یابی جنسیتی فضا

شاخص‌ها	کاملاً مخالف	مخالف	تا حدودی	موافق	کاملاً موافق	جمع
تماشای مسابقات فوتبال از نزدیک فرصتی برای تجربه شادی و تفریح دختران می‌تواند باشد.	۴	۴	۱۸	۲۳	۵۱	۱۰۰
باز شدن در ورزشگاه به روی زنان فرصتی است برای کاهش محدودیت‌هایی که توسط مردان برای حضور زنان در جامعه ایجاد شده است.	۴	۶	۱۵	۲۳	۵۲	۱۰۰
باز شدن ورزشگاه به روی زنان فرصتی است تا مسئولان سیاسی بیشتر به حقوق زنان در جامعه توجه کنند.	۴	۸	۱۶	۱۹	۵۳	۱۰۰
باز شدن ورزشگاه به روی زنان فرصتی است برای حضور بیشتر آن‌ها در عرصه‌های مختلف اجتماعی و عمومی جامعه	۵	۶	۱۸	۱۹	۵۲	۱۰۰

تبیین گرایش دختران به حضور در ورزشگاه



شکل ۲. آزمون تجربی مدل نظری

براساس مدل نظری پژوهش، متغیرهای هنجاریابی جنسیتی فضا، فرصت‌یابی جنسیتی فضا، هویت‌یابی جنسیتی فضا و معنا‌یابی جنسیتی فضا به‌عنوان عوامل مؤثر بر تماشای مسابقات فوتبال در نظر گرفته شده‌اند. این مدل نظری از طریق نرم‌افزار PLS با رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری (به شیوهٔ واریانس محور) مورد تحلیل قرار گرفته است.

چنانچه ملاحظه می‌گردد در میان متغیرهای تأثیرگذار بر گرایش دختران به تماشای فوتبال مردان، متغیر هویت جنسیتی تأثیر بسیار قوی و مثبتی (با مقدار بتای برابر با ۰/۷۴) را نشان می‌دهد. به‌طور دقیق‌تر، در متغیر ترکیبی هویت‌یابی جنسیتی، به‌ترتیب معرف‌های هویت‌یابی سیاسی با وزن بیرونی ۰/۴۷ در قالب اهمیت حل این مسئله توسط مسئولان سیاسی برای دختران، هویت‌یابی فمینیستی با وزن بیرونی ۰/۳۴- در قالب اهمیت تجربهٔ تماشای فوتبال در کنار پسران، هویت‌یابی اجتماعی با وزن بیرونی ۰/۱۰ در قالب اهمیت استفاده از ورزشگاه به‌عنوان یک فضای اجتماعی و عمومی و هویت‌یابی فردی با وزن بیرونی ۰/۲۴ در قالب اهمیت تجربهٔ تماشای مسابقهٔ فوتبال از نزدیک از مهم‌ترین شاخص‌هایی است که برای دختران برای رفتن به ورزشگاه اهمیت دارد.

همچنین قابل ذکر است، شاخص هویت دینی با وزن بیرونی ۰۶/۰ (منفی) تأثیری بر گرایش زنان برای رفتن به تماشای فوتبال ندارد. بنابراین رفتن دختران به تماشای فوتبال در ورزشگاه گرایشی سیاسی است؛ یعنی نوعی جلب توجه مسئولان سیاسی و امید به ارائه سازوکاری از سوی آن‌ها برای رفتن به ورزشگاه بیشتر مورد توجه دختران دانشجوی مورد مطالعه است.

دیگر یافته‌ها، پیرامون رابطه آماری هنجارهای جنسیتی فضا با گرایش به حضور در ورزشگاه نشان داد که ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰۶/۰ است که در حد ضعیفی است ($p=0/28$, $t=1/07$). بنابراین این فرضیه تأیید نمی‌گردد. با توجه به بررسی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیر مستقل بر وابسته، در بررسی صورت گرفته بین متغیر هنجار جنسیتی و هویت جنسیتی مقدار t برابر با ۷/۱۱ و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد محاسبه شده است. مقدار ضریب بتای رابطه بین فرصت‌یابی جنسیتی با گرایش به حضور در ورزشگاه در حد ضعیف است ($p=0/86$, $t=0/16$)؛ پس این فرضیه تأیید نمی‌گردد. در بحث از بررسی رابطه آماری بین فرصت‌یابی با هویت‌یابی جنسیتی فضا مقدار t برابر با ۱۳/۸ و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد محاسبه شده است. در بررسی رابطه آماری معنایابی جنسیتی با گرایش زنان به ورزشگاه، یافته‌ها نشان داد ضریب مسیر بین این دو متغیر در حد ضعیف است و مقدار t مطلوب نیست. پس این فرضیه تأیید نمی‌گردد. در این خصوص پیگیری تأثیر غیرمستقیم متغیر معنایابی جنسیتی دختران، بیانگر آن است که ضریب بتای مسیر بین دو متغیر معنایابی و هنجاریابی برابر با ۶۵/۰ در حد متوسط و مثبت است ($p=0/05$, $t=21/5$). در مجموع می‌توان چنین قضاوت نمود که علل گرایش دختران به تماشای مسابقات مردان بیش از همه تحت تأثیر هویت‌یابی جنسیتی شان و در مرحله بعد، معنای جنسیتی است که عمدتاً با شاخص‌های سیاسی و فمینیستی فهم می‌شود.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

جامعه ایران در دو دهه اخیر، مهیج‌ترین و مهم‌ترین تغییرات در حوزه ورزش زنان را پشت سر گذارنده است؛ این تغییرات از یک سو، نشان از افزایش مشارکت زنان در رشته‌های مختلف ورزشی دارد و از سوی دیگر، نشان‌دهنده پیگیری و تلاش زنان برای حضور در فضاهای ورزشی مردانه است که به نوبه خود با چانه‌زنی‌های مختلف در بین مسئولان سیاسی کشور و نیز فشارهای بین‌المللی فیفا همراه است.

در این پژوهش نتایج حاصل پیرامون وضعیت و علل گرایش دختران به تماشای مسابقات فوتبال نشان داد که به‌طور متوسط حدود ۷۰ درصد دختران جوان دانشجوی دانشگاه‌های تهران، تمایل به رفتن به ورزشگاه دارند و حدود ۱۵ درصد اصلاً تمایلی ندارند؛ البته حدود ۱۳ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد در منزل به تماشای فوتبال می‌پردازند و نیز جالب اینکه ۶۳ درصد چندان علاقه‌ای به تماشای فوتبال از طریق تلویزیون نشان نمی‌دهند. این وضعیت نوعی قطبیت در رفتار و نگرش دختران را نشان می‌دهد.

یافته تکمیلی دیگر در این ارتباط، پیرامون تمایل به همراهی با دیگران برای رفتن به ورزشگاه، نشان داد که ۶ درصد به تنهایی رفتن، ۱۲ درصد به رفتن با اعضای خانواده، ۲۴ درصد به رفتن با دوستان دختر، ۵۹ درصد به رفتن به صورت دسته‌جمعی پسران و دختران و ۵ درصد به رفتن با جنس مخالف تمایل دارند. در واقع بی‌میلی زنان و دختران به تماشای فوتبال در منزل از طریق تلویزیون و گرایش به فوتبالی‌شدن زنان در جامعه ایران با تمایل نشان‌دادن به تماشای فوتبال در ورزشگاه، در عین اینکه معنا و تجربه متفاوتی را عیان می‌سازد، بیانگر تحول در گرایش و هنجارهای جنسیتی زنان در قالب استعاره حرکت از «فوتبال دیدن» به «فوتبالی شدن» است. همچنین در بحث از گرایش دختران دانشجوی به تماشای مسابقات مردانه، واکنش عمده دختران، عمدتاً مبتنی بر تجربه و هیجان‌خواهی فردی (حدود ۶۲ درصد گرایش فردگرایی)، تهیه نامه به مسئولان سیاسی (حدود ۵۰ درصد گرایش سیاسی) و شرکت در تجمع عمومی دختران (حدود ۳۱ درصد گرایش اجتماعی) بوده و احساس تمایل به ورزشگاه کمتر امری فمنیستی و نیز مخالف با دین تلقی می‌گردد. در مجموع این پیام‌ها، نشانه‌ای از دو واکنش و یا به عبارتی غلبه «تماشای واقعی» در ورزشگاه بر «تماشای مجازی» در منزل است.

در واقع متأثر از تحلیل لایه به لایه علت‌ها، در سطحی کلان‌بینانه‌تر و مبتنی بر تحلیل گفتمان جنسیت در ایران می‌توان گفت چالش وضعیت زنان در قالب دیالکتیک بین دو گفتمان رسمی و غیررسمی قابل ردیابی است. این گرایش در قالب تعریف مفهوم زن و مرد بودن، ارزیابی و قضاوت در مورد روابط آن‌ها، تعیین مرزهای اخلاقی و دینی و شکستن کلیشه‌های جنسیتی و... بازنمایی می‌یابد.

پس با استعانت از چنین فهمی از گفتمان رسمی و غیررسمی از جنسیت می‌توان قضاوت کرد که چرخش هنجارهای جنسیتی ورزش زنان در قالب لنز نظری «فوتبالی شدن دختران» همراه با تک‌جنسیتی‌کردن فضا اتفاق خواهد افتاد؛ زیرا در گفتمان غیررسمی با اعلام عمومی و تدریجی ورزش برای همه، از دیرباز زمینه فرهنگی مهمی جهت تولید و بازتولید هویت‌های مذکر یا پرجاذبه تک‌جنسیتی فراهم شده است.

براساس این استدلال کنش‌ورزی ورزشی زنان در چنین فضای گفتمانی مبتنی بر وجهی بیشتر مردانه است؛ به‌طور صریح‌تر می‌توان بیان کرد در صورت پذیرفتن لنز فوتبالی شدن دختران در صحنه ورزشگاه، فرض ایجابی دولت مبنی بر فراهم‌آوردن زمینه حضور بانوان در ورزشگاه‌ها و نیز فرض سلبی آن مبنی بر توجه دولت به قانون و مقررات مناسب (فخار طوسی، ۱۳۹۷ ۱۵۴-۱۵۶) چندان موضوعیت و معنا ندارد.

به تعبیری دقیق‌تر، تفکیک جنسیتی فضای‌های ورزشگاه برای دختران و پسران از قابلیت انجام و اجرای کمتری برخوردار خواهد بود و آثار چنین تفکیکی با کارکردهای آشکار و پنهان نسبتاً منفی همراه می‌گردد؛ همچنین گروه‌بندی دوگانه جنسیتی زنان (در مقابل مردان)، بنیان نظری و معرفت‌شناختی «فوتبال دیدن دختران» در منزل را شکل می‌دهد؛ چرا که در این گفتمان رسمی جنسیت در ایران، مشارکت ورزشی و حضور زنان در ورزشگاه همراه با مردان، چندان شناخته‌شده نیست؛ زیرا تفاوت‌های جنسی اساس تفاوت‌ها و تفکیک‌های جنسیتی جامعه در ابعاد مختلف به حساب می‌آیند.

بنابراین به لحاظ راهبردی پذیرش هریک از لنزهای نظری تماشای فوتبال زنان، متأثر از عناصر معرفت‌شناختی و تجهیزشناسی خاصی است که آینده حضور زنان و برنامه‌ریزی برای تماشای مسابقات فوتبال مردانه را میسر می‌سازد. از این رو، به نظر می‌رسد فوتبال دیدن در منزل یا فوتبال دیدن در ورزشگاه حامل پیام و نشانه‌های خاصی از سوی زنان است. این نشانه‌ها را می‌توان در راستای گرایش به حضور واقعی در عرصه‌های عمومی مردانه شناخته‌شده در برابر حضور مجازی در خانه، فعال بودن در ورزشگاه در برابر منفعل بودن در برابر تلویزیون و... نیز شناسایی کرد. فوتبال دیدن، می‌تواند تنها یک امکان و سلیقه فردی باشد که «مکان‌مند» است؛ اما فوتبالی شدن یعنی استفاده از ظرفیت‌های تماشای فوتبال در ورزشگاه جهت معنادادن به این گرایش و فراترفتن از یک انتخاب شخصی به یک انتخاب جمعی که این امر نیز می‌تواند به تدریج به سایر عرصه‌های عمومی در قالب مطالباتی چون دوچرخه‌سواری زنان، گزارشگری زنان در مسابقات ورزشی زنان و... تسری یابد.

در سطح تبیین، سهم بسیاری از علل گرایش دختران به تماشای فوتبال در ورزشگاه، تحت تأثیر هویت‌یابی جنسیتی آن‌هاست. بررسی دقیق‌تر نشان داد بازاندیشی در هویت‌یابی جنسیتی زنان در حوزه بهره‌مندی از فضای ورزشی ورزشگاه، به ترتیب اهمیت، بیشتر تحت تأثیر شاخص‌های سیاسی، فمینیستی و فردی است.

همچنین همان‌گونه که تشریح گردید وزن بیرونی متغیر معنای جنسیتی فضا، به ترتیب مربوط به برداشت سیاسی، فردی و اجتماعی از فضا می‌باشد. بر این اساس عاملیت دختران در چنین گرایشی بیشتر متوجه کاهش محدودیت‌ها و فشار هنجاری نظام سیاسی در قبال زنان جامعه است و در مرحله دوم، عاملیت خود را بیشتر در سطح فردی و با هدف تفریح و تجربه شور و هیجان جستجو می‌کنند. در چنین اوضاعی حتی اگر در برخی موارد نگرش فمینیستی برجسته شده، در خدمت و جهت عاملیت سیاسی و فردگرایانه از نوع زنانه قرار می‌گیرد تا چالش در این دو مرحله را با گفتمان قطبی‌شده فمینیستی پیش ببرند. البته تمایل و آمادگی برای رفتن به ورزشگاه را نمی‌توان «فهمی فمینیستی» تلقی نمود؛ زیرا آنان نه به دنبال برابری در همه ابعاد نقش‌های جنسیتی مردانه اند، بلکه با آگاهی به تفاوت خود با مردان با حضور در ورزشگاه به دنبال برساخت این تفاوت از طریق تجربه هیجان و ماجراجویی موجود در فضای ورزشگاه هستند.

گرایش دختران به تماشای مسابقات فوتبال در استادیوم و عوامل مؤثر بر آن

در مجموع در کنار اینکه تماشای فوتبال در ورزشگاه برای دختران مهم شده است، جلب توجه مسئولان سیاسی برای توجه به این خواسته زنان و استفاده از محیط ورزشگاه مانند عرصه‌های عمومی دیگر نیز برایشان مهم جلوه می‌کند. پس هویت جنسیتی سیاسی شده زنان در پرتو استقبال از تماشای مسابقات فوتبال، بهانه‌ای برای سیاسی کردن زندگی روزمره آنها نیز محسوب می‌گردد تا هویت‌یابی جنسیتی‌شان در این مقابله‌خوانی منزلت‌یابی کند و تثبیت گردد. در واقع «مشارکت زنان در بعضی ورزش‌ها، قدرت زنان را افزایش می‌دهد. زنان قدرتمند ایدئولوژی جنسیتی غالب را به چالش می‌کشند که در هنجارها، تعاریف قانونی و ساختارهای فرصتی، نهفته است و شرایطی را ایجاد می‌کنند که مردان و زنان هویت، زندگی و روابط خود را تحت آن شکل می‌دهند» (کواکلی و هانیبال، ۱۳۹۶: ۵۵۵). در این عرصه، فوتبال به شکل خاص‌تری این توانایی را دارد که حامل هویت‌یابی‌ها، نمادسازی‌ها و مناسکی کردن رفتار باشد. در واقع این ورزش با تنوع صفاتی که به نمایش می‌گذارد کانون بالقوه طیف گسترده‌ای از امکانات هویت‌شناسی شناخته شده است که برحسب عادت‌واره‌های خاص و سنخ‌های مختلف تماشاچیان درجه‌بندی می‌شود (دوفرانس، ۱۳۸۵: ۷۴).

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی، علی عسگری و محمد رضا نیک‌نژاد (۱۳۸۹) «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش زنان نسبت به مشارکت در ورزش به‌عنوان تماشاچی». *پژوهش‌نامه علوم ورزشی*، دوره ششم، شماره ۱۱: ۶۱-۷۴.
- بارون، رابرت، دان بیرن، و نایلا برنسکامب (۱۳۹۱) *روانشناسی اجتماعی*. ترجمه یوسف کریمی، تهران: روان.
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴) *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نی.
- تمدن، رویا (۱۳۸۷) «زنان و فضاهای شهری»، *مجله حسارت‌های شهرسازی*، شماره ۲۴ و ۲۵: ۲۰-۳۰.
- توانا سهیل و معصومه شفیعی (۱۳۹۴) «تفکیک جنسیتی در فضای شهری: مطالعه بوستان بهشت مادران» *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره شانزدهم، شماره ۲: ۱۰۷-۱۳۴.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱) *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- جیولیونوتی، ریچارد (۱۳۹۱) *نظریه‌های جامعه‌شناسی انتقادی در ورزش*، ترجمه افسانه توسلی، تهران: علم.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۵) *جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران: نی.
- دوفرانس، ژاک (۱۳۸۵) *جامعه‌شناسی ورزش*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا.

رشیدی، طلا و عباس ملک حسینی (۱۳۹۳) «مدرنیته و تأثیر آن بر هویت‌یابی زنان در فضاهای عمومی شهری (مورد مطالعه: پارک ائل گلی تبریز)» پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، دوره دوم، شماره ۳: ۳۴۳-۳۷۰.

سلطانی گردفرامری، مهدی (۱۳۸۵) «نمایش جنسیت در سینمای ایران»، پژوهش زنان، دوره چهارم، شماره ۱ و ۲: ۶۱-۹۱.

عبداللهیان، حمید (۱۳۸۱) «فوتبال و کشف علائم تغییرات فرهنگی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۹: ۹۳-۱۰۴.

علیرضائزاد، سهیلا و حسن سرائی (۱۳۸۵) «زن در عرصه عمومی: مطالعه‌ای در مورد فضاهای عمومی در دسترس زنان شهری و تغییرات آن»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰: ۱۲۳-۱۴۹. غیاثوند، احمد (۱۳۹۳). «تأثیر فضاهای شهری مدرن بر بازاندیشی هویت جنسیتی زنان»، مطالعات جنسیت و خانواده، ۱: ۸۹-۸۰.

غیاثوند، احمد (۱۳۹۷) تحلیل پیشرفته مدل‌یابی معادلات ساختار با کاربرد *Smart PLS*، تهران: مرکز انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

فخارطوسی، جواد (۱۳۹۷) حضور زنان در ورزشگاه: پژوهشی فقهی، پژوهشکده فقه و حقوق، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی به سفارش مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری. قدیمی، بهرام، مجید حیدری چروده و اصغر سعیدی (۱۳۹۰) ورزش همگانی و شهروندان تهرانی، تهران: جامعه و فرهنگ.

قراخانلو، رضا و فریده نسیان (۱۳۸۶) «بررسی نگرش اقشار مختلف درباره حضور زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان»، پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۷: ۳۳-۵۵. کواکلی، جان‌جی. هانینال، کریس و همکاران (۱۳۹۶) ورزش در جامعه: موضوعات و مباحث در استرالیا و نیوزیلند، ترجمه سید احمد نژاد سجادی، حسین اکبری یزدی، سارا بوژ مهرانی و حسین بخشنده، تهران: علمی و فرهنگی کتیبه.

کوثری، مسعود و امیرعلی تفرشی (۱۳۹۵) «تحلیل گفتمان شبکه کودک «جم جونیور» در نظم گفتمانی هویت مطلوب زنانه»، مجله مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال هفدهم، شماره ۳۶: ۵۳ - ۸۳.

گروسی، سعیده (۱۳۹۵) جنسیت، جامعه و جامعه‌شناسی. تهران: جامعه‌شناسان.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نی.

مدنی‌پور، علی (۱۳۷۹) طراحی فضاهای شهری؛ نگرشی بر فرایندهای اجتماعی-مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.

- نظرسنجی: نگرش مردم به مسائل روز کشور (۱۳۹۶) مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، <http://ispa.ir>، تاریخ بازدید: ۱۳۹۶/۶/۲۵
- منینگ، فلیپ (۱۳۸۰)/ *یروینگ گافمن و جامعه‌شناسی نوین*، ترجمه ثریا کامکار، تهران: مؤلف ثریا کامکار.
- هیلگارد ارنست روپینکوت، ریتال اتکینسون، ریچارد سی (۱۳۹۶) ترجمه محمد تقی برهانی و دیگران، تهران: رشد.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2005) "The Influence of Attitudes on Behavior", In Albarracin, B., Johnson, T. and Zanna, M. P. (Eds.), *The Handbook of Attitudes*: 173-211..
- Allison, Lincoln (2000) "Sport and Nationalism", in J. Coakley & E. Dunning (Eds.), *Handbook of Sports Studies*, London: Sage: 344-355.
- Bairner, Alan (2001) *Sport, Nationalism, and Globalization: European and North American Perspective*, Albany: State University of New York Press.
- Chin, W. W., & Newsted, P. R. (2010) "Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Squares", in R. H. Hoyle (Ed.), *Statistical Sgies for Small Sample Research*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications: 341-307.
- James, D., Jeffrey, L., & Ridinger, Lynn (2002) "Female and Male Sport: Consumption Motives", *Journal of Sport Behavior*, 25 (3): 261-275.
- Dietz-Uhler, B., Harrick, E. A., End, C., & Jacquemotte, L. (2000) "Sex Differences in Sport Fan Behavior and Reasons for Being a Sport Fan", *Journal of Sport Behavior*, 23 (3): 219-231.
- Oyle, J. A & M. A. Paludi (1998) *Sex and Gender, The Human Experience*, Bostone: Mc Graw Hill.
- Drummond, Murray (2002) "Sport and Images of Masculinity: The Meaning of Relationships in the Life Course Ofmale Athletes", *Journal of Men's Studies*, 10 (2): 129-141.
- Frank, Sybillie & Steets, Slike (2010) *Stadium Worlds (Football, Space and the Built Environment)*, USA and Canada: Routledge.
- Frank, Sybille & Silke Steets (2010) *Stadium Worlds: Football, Space and the Built*, Routledge, Routledge.
- Goffman, E. (1976) Gender Advertisements, *Studies in the Anthropology of VisualCommunication*, 3: 69-154.
- Goffman, Erving (1997) *The Goffman Reader*, New Jersey: Blackwell Publisher Ltd.
- Hallinan, Chris & Burke, Michael (2005) "Transition Game: Globalisation and the Marketing of a Suburban "Nationalised" Basketball Team in Australia", *International Journal of Sport Management & Marketing*, 1: 127-40.

- Kosari, Masoud & Tafreshi, Amirali (2017) "Identity of Women in the Second Pahlavi Regime: A Case Study of Zan-e -Roos Magazine and the Shah's Speeches about Women", *Journal of Iran Culture Research*, 10 (1): 145-175.
- Maguire, Joseph (1999) *Global Sport: Identities, Societies, Civilizations*, Cambridge: Polity Press.
- Massey, D. (1994) *Space, Place and Gender*. London and Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Miller, Toby, Lawrence, Geoffrey, McKay, Jim, & Rowe, David (2001) *Globalisation and Sport: Playing the World*, London: Sage.
- Parker, Andrew (2006) "Lifelong Learning to Labour: Apprenticeship, Masculinity and Communities of Practice", *British Educational Research Journal*, 32: 687-701.
- Pearson, Kent (1979) *Surfing Subcultures of Australia and New Zealand*, Queensland: University of Queensland Press.
- Poulton, Emma (2004) "Mediated Patriot Games: The Construction and Representation of National Identities in the British Television Production of Euro '96", *International Review for the Sociology of Sport*, 39 (4): 437-55.
- Russo, N, F (1976) "The Motherhood Mandate", *Journal of Social Issues*, 32: 143-153.
- Sam, Michael P. (2003) "What's the Big Idea? Reading the Rhetoric of a National Sport Policy Process", *Sociology of Sport Journal*, 20 (3): 189-213.
- Sato, Daisuke (2005). Sport and Identity in Tunisia. *International [Oumai of Sport and Health Science]*, 3, 27-34.