

அய்யூப். எஸ். எம்.

ஆய்வுச் சுருக்கம்

ஒரு சமூகத்தின் தொடர்ந்தேர்ச்சியான இருப்பிற்கு அதன் அங்கத்தவர்களின் அயராத உழைப்பும் தொடரான வகிபாகங்களும் (Roles) மிக முக்கியமானவை. ஒரு ஆணும் பெண்ணும் சமூகத்தில் ஏற்றுக் கொள்ளும் வகிபாகங்கள் அவர்களது உடல்சார்ந்து தீர்மானிக்கப்படுகின்றதா அல்லது பண்பாட்டினால் வரையறுக்கப்படுகின்றதா என்பதில் புத்தி ஜீவித்துவ புலத்தில் மிகவும் கூர்மையான விவாதங்கள் நிலவுகின்றன. இவ்வாய்வானது ஒரு தனியனின் வகிபாகங்கள் சமூகத்தால் எவ்வாறு வடிவமைக்கப்பட்டு சமூகமயமாக்கல் செயற்பாட்டின் மூலம் கடத்தப்படுகின்றன என்பதனை விளக்குவதை நோக்காகக் கொண்டுள்ளது. இவ்வாய்வு இரண்டாம் நிலைத் தரவுகளை புத்தகங்கள், ஆய்வுக் கட்டுரைகள், இணைய வழித் தரவுகள், அறிக்கைகள் போன்றவற்றிலிருந்து பிரதானமாக எடுத்துப் பயன்படுத்தியுள்ளது. குடும்பம், கல்வி நிறுவனங்கள், வெகுஜன ஊடகங்கள், அரசியல், சமயம் போன்ற ஏனைய சமூக நிறுவனங்கள் போன்றவை ஆண்-பெண் வகிபாகங்களை ஒரு தனியனில் கட்டமைக்கும் விதம் இவ்வாய்வில் தெளிவாக விளக்கப்பட்டுள்ளது.

அறிமுகம்

புதிதாக பூமிக்கு வரும் ஒரு குழந்தை எத்தகைய பாத்திரங்களை சமூகத்தில் ஏற்க வேண்டும் எனும் அறிவுறுத்தல்களோடு பிறப்பதில்லை. வீட்டிலும் வீட்டிற்கு வெளியேயும் எத்தகைய நடத்தைகளை சமூகம் தன்னிடம் எதிர்பார்க்கின்றது என்பதனை ஒரு குழந்தை காலப்போக்கில்தான் புரிந்து கொள்கின்றது. பெண் பிள்ளைகள் அதிக நேரத்தை வீடு சார் வகிபாகங்களை (Domestic roles) நிறைவேற்றுவதிலும், ஆண் பிள்ளைகள் தமது மிகுதியான நேரத்தை வீட்டுக்கு வெளியே உள்ள வகிபாகங்களை ஆற்றுவதிலும் கழிக்கின்றார்கள். ஒரு ஆணும் பெண்ணும் தத்தமது

பால்நிலை வகிபாகங்களை (Gender roles) அதாவது ஆணுக்குரிய வகிபாகம் எது (Masculine role) பெண்ணுக்குரிய வகிபாகம் எது (Feminine roles) என்பதனை சமூகமயமாக்கல் செயன்முறை மூலமே தெரிந்து கொள்கின்றார்கள். இதுவே 'பால் வகை வகிபாகங்கள் சமூக மயமாக்கப்படல்' (Socialization into sex roles) எனும் சொல்லாடலின் வழியாக அல்லது 'பால்நிலை சமூக நிர்மாணம்' (Social construction of Gender) எனும் சொற்றொடரின் மூலமாக சமூகவியல் புலமை மரபில் குறிப்பிடப்படுகின்றது.

உண்மையில் ஆண், பெண் வகிபாகங்கள் பிறக்கும் போதே ஒரு

தனியனில் சேர்ந்து வருவதில்லை. சமூகத்திலிருந்தே நாளா வட்டத்தில் சமூகமயமாக்கல் செயற்பாட்டின் மூலம் கற்றுக் கொள்ளப்படுகின்றன. சமூகமயமாக்கலின் இறுதி இலக்கும் சமூகத்தின் பண்பாட்டிற்கேற்ப நடந்து கொள்வதற்கான பயிற்சியை ஒரு குழந்தைக்கு கொடுப்பதுதான் (ராஓ சங்கர், 2002). சமூகமயமாக்கல் என்பது கற்றல் செயற்பாடு ஆகும். அதன்மூலம் சமூகப் பாத்திரங்களை ஏற்று அதனை செய்து முடிப்பதற்கான வழியை ஒரு குழந்தைக்கு கொடுக்கின்றது என ஹரி எம். ஜோன்சன் (Harry M. Johnson) தெரிவிப்பது இங்கு குறிப்பிடத்தக்கது (அய்யூப், 2013).

பால்நிலை வகிபாகங்கள் முதன்முதலில் குடும்பத்தில் இருந்து தோற்றம் பெற்று பின் வேலைத்தளம் (Work place) வரை வியாபித்துச் செல்கின்றது. பால்நிலை வகிபாகங்களை விருத்தியுறச் செய்வதற்கான பல கட்டங்களை இவை இரண்டிற்கிடையே ஒரு தனியன் தாண்டிச் செல்கின்றான். குடும்பம், பாடசாலை, ஊடகங்கள், சமய நிறுவனங்கள், அரசியல் கட்சிகள் போன்ற நிறுவனங்கள் எவ்வாறு பால்நிலை வகிபாகங்களை கட்டமைக்கின்றன என்பதனை சமூகவியலாளர்கள் பின்வருமாறு விளக்குகின்றார்கள்.

01. குடும்பம்

பால்நிலை அடையாளத்தை (Gender identity) ஏற்படுத்துவதில் பெற்றோருக்கு பாரிய பங்கிருக்கிறது. சிறுவர்கள் ஆரம்பத்திலேயே இத்தகைய பால்நிலை முத்திரை (Gender label) குத்தப்பட்டு அதன் வழியேதான் நடத்தப்படுகின்றார்கள். ஒரு பிள்ளை வளரும் போது இந்தப் பால்நிலை அடையாளம் பின்வரும்

நான்கு வகையில் நிலை நிறுத்தப்படுவதாக ராஓ சங்கர் (2002) குறிப்பிடுகின்றார்.

அ) மீள வலியுறுத்தல் (Reinforcement or Molding)

பெற்றோர்கள் தமது பிள்ளைகளை அவர்களது பால்வகையை (Sex) அடிப்படையாகக் கொண்டு வேறுபட்ட வகையில் நடத்துகின்றார்கள். ஆண்களுக்கு அதிக சுதந்திரத்தை வழங்கும் பெற்றோர்கள் தமது பெண் பிள்ளைகளுக்கு அதிக கட்டுப்பாடுகளையே விதிக்கின்றார்கள். கருணை, இதம், மன்னிப்பு, வெட்கம், மிருதுவான தன்மை போன்ற பண்புகள் பெண்களிடம் எதிர்பார்க்கப்படுகின்றன. ஆனால் ஆண்களுக்கு பலமான ஆண் தன்மையை வலியுறுத்தும் பயிற்சிகளே வழங்கப்படுகின்றன. ஒரு பெண்ணின் நடத்தைகளை ஒரு ஆண் கொண்டிருக்கும் போது அவை சமூகத்தால் ஏற்கப்படுவதில்லை என்பதோடு மட்டுமல்லாது அவை உளவியல் கோளாறாகவும் கருதப்படுகின்றன. இத்தகைய பயிற்சிகள், நடத்தைகள் மூலமாக ஒரு சிறுவன் தனது பால்நிலை வகிபாகத்தை விரைவாக உணர்ந்து கொள்கின்றான்.

ஆ) வழங்கப்படும் சந்தர்ப்பங்கள் (Opportunities)

சமூகத்தில் ஆணுக்கும் பெண்ணுக்கும் சம சந்தர்ப்பங்கள் வழங்கப்படுவதில்லை. பெண்கள் ஜீன்ஸ் அணிவதை குடும்பத்தில் யாரும் கண்டு கொள்வதில்லை. ஆனால் ஆண்கள் பெண்களின் உடைகளான பாவாடை, சுடிதார், புடவை, ஹபாயா போன்றவற்றை அணிவதற்கு ஒருபோதும் அனுமதிக்கப்படுவதில்லை. இந்நிலையில் இருந்து பார்க்கும்

போது ஆண் நிலைப் பாத்திரங்கள் பெண் நிலைப் பாத்திரங்களை விட மேன்மைப் படுத்தப்பட்டதாக சிறுவர்களுக்கு காட்டப்படுகின்றன.

வீடுகளில் பெண்களுக்கு விளையாட்டுப் பொருட்களாக துப்பாக்கி, கவச வாகனம், ரயில், பந்து, மட்டை போன்றவை அதிகம் வழங்கப்படுவதில்லை. அதேபோல் பொம்மைகள், விளையாடும் சட்டி மற்றும் பாணைகள் ஆண்களுக்கு வழங்கப்படுவதில்லை. பெண்கள் தமது தாயின் பொருட்களை (நகை, ஆடைகள், செருப்பு, உதட்டுச் சாயம், நகச் சாயம்) பாவிப்பதற்கு அனுமதி வழங்கப்படும் அதேநேரம் இவை ஆண் பிள்ளைகளின் பாவனைக்கு தடை விதிக்கப்படுகின்றன. ஆண்கள் தமது ஆண் நிலையுடன் செயலாற்றுவதற்கும், தமது தந்தையின் பொருட்களை (பேனை, டயரி, கல்குலேட்டர், டோர்ச், கூலிங் கிளாஸ்) பாவிப்பதற்குமே அனுமதி வழங்கப்படுகின்றார்கள். பொதுவாக ஆண்கள் தமது தந்தைக்கு உதவி செய்ய வேண்டும் எனவும், பெண் பிள்ளைகள் தமது தாய்க்கு சமயலறையில் உதவ வேண்டும் எனவும் அதிகம் எதிர்பார்க்கப்படுகின்றார்கள். இவை ஒரு சிறுவனை பால்நிலைப் பாத்திரங்களை கட்சிதமாக ஏற்கச் செய்கின்றன.

இ) முன்மாதிரி (Role modeling)

பால்நிலைச் சமூகமயமாக்கலில் முன்மாதிரி முக்கியமான ஒரு கருவியாகும். முன்று வயதாகும் போதே ஒரு பிள்ளை தான் ஆணா அல்லது பெண்ணா என்பதையும், நான்கு வயதில் தனது ஆண் தன்மையையும், பெண் தன்மையையும் புரிந்து கொண்டு செயலாற்றுகிறது. இந்நிலையில் ஒரு

ஆண் குழந்தை தன்னைத் தந்தையுடனும், ஒரு பெண் குழந்தை தன்னைத் தாயுடனும் இணைத்து அவர்களை தமக்கான உதாரண புருஷர்களாக ஆக்கிக் கொள்கிறது.

ஈ) வார்த்தைப் பிரயோகம் (Verbal Instruction)

வாய் வழி வார்த்தைகள் கூட ஆண், பெண் அடையாளங்களை உருவாக்குகின்றன. ஒரு ஆணும் பெண்ணும் எப்படி இருக்க வேண்டும் என அவை தெளிவாகவும், மறைமுகமாகவும் கூறுகின்றன. “ஆண்கள் பெண்களை விட பலமானவர்கள்”, “பெண்கள் தான் வீட்டை அழகு படுத்துபவர்கள்”, “ஆண் பிள்ளைகள் பெண் பிள்ளைகளைப் போல் அழக்கூடாது”, “பெண் பிள்ளை என்றால் அடங்கி நடக்க வேண்டும்” போன்ற வார்த்தைகள் சாதாரணமாக வீடுகளிலும், வீதிகளிலும் பாவிக்கப்படுபவை. அவை ஒரு ஆணும் பெண்ணும் எத்தகைய வகிபாகங்களை சமூகத்தில் எடுக்க வேண்டும், எவ்வாறு நடந்து கொள்ள வேண்டும் என விளக்குகின்றன.

02) கல்வி நிறுவனங்கள்

பால்நிலை சமூகமயப்படுத்தலில் கல்வி நிறுவனங்கள் குறிப்பாக பாடசாலை மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றது. ஏற்கனவே குடும்பம் தொடக்கி வைத்த பால்நிலை சமூகமயமாக்கலை பாடசாலைகள் மேலும் முன்னெடுத்து ஆணும் பெண்ணும் எத்தகைய நடத்தைகளை சமூகத்தில் காட்ட வேண்டும் என்று அவை கச்சிதமாக கற்றுக் கொடுக்கின்றன.

அ) பாடநூல்கள் (Text books)

வீடு, வகுப்பறை இவை இரண்டுக்கும் வெளியே ஒரு ஆணும் பெண்ணும் எவ்வாறு செயல்பட வேண்டும் எனும் அறிவை பாடப் புத்தகங்கள் போதிக்கின்றன. பாடப்புத்தகங்கள் பால்நிலை வகிபாகங்கள் குறித்து நேடியாகவும், மறைமுகமாகவும் பிள்ளைகளுடன் பேசுகின்றன. பாடப்புத்தகங்கள் கண்ணுக்குத் தெரியாத தமது உளிகள் மூலம் தாம் உருவாக்க விரும்பும் சிலைகளை மெது மெதுவாக செதுக்கி செப்பிடுகின்றன. பாடசாலைப் பாடப்புத்தகங்கள் பாரம்பரியமாக சமூகத்தில் இருந்து வரும் பால்நிலைப் பாத்திரங்களைத் தொடர்ந்தும் ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டும் என்ற மனோநிலையை கட்டங்கட்டமாக பிள்ளைகளிடம் வளர்த்து விடுகின்றன. இம்முயற்சி முன்பள்ளியிலேயே தொடக்கப்பட்டு விடுவதாக பல ஆய்வுகள் சுட்டிக்காட்டுகின்றன.

பாடப்புத்தகங்களில் குறிப்பிடப்படும் கதைகள், வரலாறுகள் போன்றவை ஆண்-பெண் பாத்திரங்கள் எப்படி இருக்க வேண்டும் எனச் சொல்லாமல் சொல்கின்றன.

ஆ) ஓய்வு நேர வாசிப்பு

சிறுவர்களின் பாடசாலை ஓய்வு நேர வாசிப்பு கூட அவர்கள் பாலியல் வகிபாக உருவாக்கத்தில் தாக்கத்தைச் செலுத்துகின்றது. பொதுவாக இன்று சமூகத்தில் காணப்படும் சிறுவர் இலக்கியங்கள் ஆண், பெண் பாத்திரங்கள் எவ்வாறு இருக்க வேண்டும் என படம் பிடித்துக் காட்டுகின்றன. சமூகத்தில் உலா வரும் கதைகள், திரைப்படங்கள், நாடகங்கள் தந்தையை வீட்டுக்கு வெளியே சென்று உழைப்பவராகவும், தாயை

வீட்டுக்குள்ளேயே தனது கடமைகளை செய்பவளாகவும், சமையலறையை வடிவமைப்பவளாகவும் காட்டுகின்றன. அதேபோல் வீட்டில் இருக்கும் பெண் குழந்தைகள் மற்றும் குமரிகள் தாய்க்கும், வீட்டுக்கும், சமையலறைக்கும் உதவுகின்றவர்களாகவும், ஆண் பிள்ளைகள் வெளி வேலைகள், உன்னத வேலைகள் போன்றவற்றை செய்பவர்களாகவும் காட்சிப் படுத்துகின்றன. மொத்தமாக இவை அனைத்தும் சேர்ந்து பால்நிலை வகிபாகங்கள் எத்தகையவை என ஒரு ஆணுக்கும் பெண்ணுக்கும் கற்றுக் கொடுக்கின்றன.

இ) பாடத்தெரிவு

பாடசாலையில் காணப்படும் தையல், மனையியல், அலங்கார வேலை போன்ற பாடங்கள் பெண்களுக்கான கற்கைகளாகவே பொதுவாக நம்பப்படுகின்றன. இப்பாடங்களை ஒரு ஆண் தெரிவு செய்யும் போது பல பொழுதுகளில் பெண் தன்மை கொண்டவனாக சக நண்பர்களால் அவன் பார்க்கப்படுகின்றான். பெண்களால் அதிகமாக தெரிவு செய்யப்படும் இத்தகைய பாடங்கள் கற்கைகளாக மட்டுமன்றி பிற்காலத்தில் அவர்களது பால்நிலைப் பாத்திரங்களாகக் கூட மாறுகின்றன. சமையலறைப் பொறுப்பு பெண்களால் நிர்வகிக்கப்பட வேண்டும் என்பதன் குறியீட்டு விளக்கமாக கூட மனையியல் பாடத்தை பெண்களுக்கான கற்கையாக கொள்ளப்படுவதன் பின்னணி இருக்க முடியும்.

ஈ) விளையாட்டுக்கள்

பாடசாலையில் இடம்பெறும் இல்ல விளையாட்டுக்களாயினும் சரி பல்கலைக்கழகங்களில் நடைபெறும் விளையாட்டுக்களாயினும் சரி ஆண்,

பெண் வேறுபாடுகளைக் காண முடியும். வீரதீர்ச் செயல்களுடன் கூடிய கடினமான விளையாட்டுக்கள் பெரும்பாலும் ஆண்களை மையப்படுத்தியதாகவே காணப்படுகின்றன. மரதன் ஓட்டம், உதைப்பந்தாட்டம், மல்யுத்தம் போன்றவை அதிகம் ஆண்களாலேயே விளையாடப்படுகின்றன. ஆண் தன்மைக்கும் கடின உழைப்பிற்கும் மற்றும் பெண் தன்மைக்கும் மென்மைத் தன்மைக்கும் தொடர்பிருக்கின்றது.

03) வெகுஜன ஊடகங்கள்

இன்றைய நவீன கைத்தொழில் யுகத்தில் வெகுஜன ஊடகங்களின் சமூகமயமாக்கல் மிகவும் ஆதிக்கம் உள்ள கூறாகவும் சக்தியுள்ள கருவியாகவும் தொழிற்படுகின்றது. தொடர்பு சாதனங்கள் உண்மை நிகழ்வுகளையும் உண்மைபோல் கட்டமைக்கப்பட்ட நிகழ்வுகளையும் காட்சிப்படுத்துகின்றன. காட்சிப்படுத்தப்படும் இத்தகைய நிகழ்வுகளைச் சாதாரண மக்கள் நிஜம் என நம்பும் அதேவேளை அவற்றை முன்மாதிரிகளாகவும் பல பொழுதுகளில் கொள்கின்றார்கள். குறிப்பிட்ட ஒரு பால் தேனீரை விளம்பரம் செய்ய முனையும் ஒரு கம்பனி, வேலை விட்டு வரும் கணவன் கதிரையில் அமரும் போது அவரின் கையிலிருக்கும் பையை வாங்கிக் கொண்டு குறிப்பிட்டதொரு பால் தேனீரை (Milk tea) கொடுக்கும் காட்சியை காட்டிவிட்டு கம்பனியின் பாலின் பெயரை காட்சிப்படுத்தும்.

இக்காட்சிப்படுத்தல் விளம்பரமாக மட்டும் பார்வையாளரின் மனதில் பதிவதில்லை. காரியாலயத்திற்கு செல்வது ஆணின் வேலை, சமயலறையில் வட்டமடிப்பது

பெண்ணின் வேலை. கதிரையில் அமர்ந்து உத்தரவு போடுவது ஆணின் வேலை, ஓடிச் சென்று பணிவிடை செய்வது பெண்ணின் வேலை போன்ற கருத்துக்கள் பார்வையாளரின் மனதில் வெகுஜன ஊடகங்களின் காட்சிப்படுத்தல் மூலம் பதிந்துவிடுகின்றன.

வாழ்வின் உண்மை முகங்களை ஊடகங்கள் காட்டுவதில்லை. உருப்பெருப்பிக்கப்பட்ட, கற்பனை முலாம் பூசப்பட்ட ஒரு வாழ்வையே அவை காட்டுகின்றன. துணிவுடன் (Brave) காட்சிப்படுத்தப்படும் ஆண் பாத்திரமும் அன்பு, அழகு, பொறுமை போன்றவற்றுடன் காட்சிப்படுத்தப்படும் பெண் பாத்திரமும் அனுசரணையாளரின் வேண்டு கோளுக்கிணங்க தயாரிக்கப்படுபவை. நிஜ வாழ்விலும் இவை அரங்கேற்றப்பட வேண்டும் எனும் தன்மையை இக்காட்சிப்படுத்தல் பார்வையாளன் மனதில் உருவாக்கிவிடுகின்றன.

காதலி, மனைவி, தாய், சகோதரி போன்ற பல பாத்திரங்கள் பெண்களுக்கு வழங்கப்பட்டு விளம்பரங்கள் எடுக்கப்படுகின்றன. விளம்பரங்களுக்கு அப்பால் பெண்கள் புத்தி குறைந்தவர்கள், ஆண்களில் தங்கியிருப்பவர்கள் எனும் கருத்தை அவை வலியுறுத்துகின்றன. மேலும் ஆண்களின் தேவைகளை நிறைவு செய்வதே பெண்களது தலையாய கடமை என அவை எடுத்தியம்புகின்றன. தொடர்பு சாதனங்களில் சுவையாக சமைக்கும் பெண்களைப் பார்க்கும் சுவையாக சமைக்கத் தெரியாத பெண்ணும், அழகான பெண்களைப் பார்க்கும் அழகு குறைந்த ஒரு பெண்ணும் தனது பெண் பாத்திரம் குறையுடையது எனக் கருதுகின்றாள்.

பெண் வகிபாகம் குறித்த இந்த அளவுகோல் வெகுஜன ஊடகங்களால் கட்டமைக்கப்பட்டு மீள் மீளக் காட்சிப்படுத்தப்பட்டதன் விளைவே அன்றி வேறில்லை.

04) அரசியல் மற்றும் சமய நிறுவனங்கள்

பொதுவாக நடைமுறை அரசியல் பெண்களுக்கான அதிகரித்த அரசியல் சுதந்திரத்தை வழங்குவதில்லை. வாக்களிப்பதோடு அவர்களின் அரசியல் சுருங்கி விடுகின்றது. ஒரு பெண் அரசியலில் பங்கெடுக்க முனையும் பொழுது பல்வேறு தடைக்கற்களை சமூகம் முன்வைக்கின்றது. தகாத வார்த்தைப் பிரயோகங்களைக் கூட சொல்லி வைக்கின்றது. அரசியலில் ஆண் வகிபாகமே அதிகம் இருக்க வேண்டும் எனும் சமூகத்தின் கருத்து மீள் வலியுறுத்தப்படுகிறது. (ராஓ சங்கர், 2002).

சமய நிறுவனங்களிலும் ஆண்-பெண் வகிபாகங்கள் குறித்த வகைப்பாடு காலங்காலமாக நடைமுறைப் படுத்தப்படுகின்றது. சமய நிறுவனங்களின் தலைமைப் பொறுப்புக்கள் பெரும்பாலும் ஆண்களையே மையப் படுத்துகின்றன. இவற்றை அவதானிக்கும் சிறுவர்கள் தமது பால்நிலை வகிபாகங்களை புரிந்து கொள்கின்றார்கள்.

பால்நிலை வகிபாகங்கள் : சாதக நிலையும், எதிர்நிலையும்

சமூகத்தின் தொடரான தொழிற்பாட்டிற்கு ஆண்-பெண் வகிபாகங்களின் தெளிவான வரையறை கட்சிதமாக கை கொடுக்கின்றது என்பது தொழிற்பாட்டு வாதிகளின் கருத்தாகும். சமூக உறுப்பினர்கள் இதன் மூலம் தமது பணிகளை

புரிந்து கொண்டு செய்கின்றார்கள். ஒரு குடும்பத்தில் கணவன் பிரதான உழைப்பாளியாக தனது வகிபாகத்தைப் புரிந்து கொள்வதனால் வீட்டுக்கான செலவுகளை அவன் பொறுப்பேற்கின்றான். வீட்டுக்கு வெளியே உள்ள வேலைகளை பொறுப்பெடுத்து நிறைவு செய்கின்றான். அதேவேளை மனைவி வீட்டு நிர்வாகத்தை கையிலெடுக்கின்றாள். வீட்டை சுத்தப்படுத்துகின்றாள், குடும்ப அங்கத்தவர்களுக்கான உணவை தயாரித்துக் கொடுக்கின்றாள். காரணம் தனது வகிபாகத்தை அவள் புரிந்து கொள்கிறாள். இது ஆண்-பெண் வகிபாகங்கள் குறித்த தெளிவான வரையறை சமூகத்தின் தொழிற்பாடு சீராக இயங்க உதவுகின்றது எனக்கூறலாம்.

ஆண்-பெண் வகிபாகங்கள் குறித்த வரையறை பல பொழுதுகளில் எதிர்மறை விளைவுகளையும் கொண்டு வருகின்றன. பெண்களுக்கெதிரான வன்முறைகள் கட்டவிழ்த்து விடப்படுவதற்கும், பெண்கள் ஆண்களின் உழைப்பில் தங்கியிருப்பவர்கள் எனும் எண்ணக்கரு வளர்வதற்கும் பெண்களின் பிரதான பணி ஆண்களுக்கு பணிவிடை செய்வதே எனும் மனோநிலை வளர்வதற்கும், இத்தகைய ஆண்-பெண் வகிபாகங்கள் குறித்த வரையறை காரணமாக அமைந்து விடுகின்றன.

முடிவுரை

ஆண் பெண் வகிபாகங்கள் பிறப்பினால் தீர்மானிக்கப் படுவதில்லை; சமூகத்தினால் தான் அவை கட்டமைக்கப்படுகின்றன என்பது பல புத்திஜீவிகளது கருத்தாகும். குடும்பம், கல்வி, வெகுஜன ஊடகங்கள், அரசியல்,

சமயம் போன்ற சமூக நிறுவனங்கள்
ஆண்-பெண் வகிபாகங்கள்
குழந்தைப் பருவத்தில்
கட்டமைக்கப்படுவதோடு மீள மீள
அதனை வலியுறுத்துவதன் மூலம்
சமூகத்தில் அத்தகைய வகிபாகங்கள்
தொடர்ந்தும் நிலை பெறுகின்றன
என்பது பல சமூகவியலாளர்களது
கருத்தாகும்.

உசாத்துணைகள்

அய்யூப், எஸ்.எம். (2013).
சமூகவியல் அடிப்படை
எண்ணக்கருக்கள். ஒலுவில்:
சமூக விஞ்ஞானங்கள் துறை,
இலங்கை தென்கிழக்குப்
பல்கலைக்கழகம்.

Giddens Anthony. (2005). *Sociology*.
Cambridge: Polity Press.

Haralambos M, and Heald R.M.,
(2004). *Sociology: Themes and
Perspectives*. London: Harper Collins
Publishers Limited.

Landis, Paul H., (1990). *Sociology: An
Introduction*. Massachusetts: Ginn
and Company a Xerox Education
Company.

Rao Sankar, (2002). *Sociology:
Primary Principles*. New Delhi:
S.Chand and Company Ltd.