

فصلنامه علمی - پژوهشی زبان پژوهی دانشگاه الزهراء (س)

سال هفتم، شماره ۱۶، پاییز ۱۳۹۴

بررسی زبان جنسیتی در مطبوعات اجتماعی ایران: مطالعه موردی چهار مجله خانوادگی پرتیراژ

شاهلا مطهری^۱

محبوبه سعادت^۲

تاریخ دریافت: ۹۱/۳/۱

تاریخ تصویب: ۹۲/۴/۱۰

چکیده

زبان پدیده‌ای اجتماعی است که از متغیرهای مختلفی از جمله جنسیت تأثیر می‌پذیرد. در جوامع مختلف، جنسیت‌زدگی زبان به دو صورت صریح و ضمنی سبب فرودستی یکی از دو جنس (معمولاً زنان) می‌شود. این پژوهش به بررسی وجود یا عدم وجود جنسیت‌زدگی در مطبوعات اجتماعی ایران و در صورت وجود جنسیت‌زدگی، به تشخیص صریح یا ضمنی بودن آن می‌پردازد. برای رسیدن به این اهداف، از چهار مجله پرتیراژ خانوادگی (خانواده سبز، روزهای زندگی، خانه سبز، و فضیلت خانواده) شصت داستان به روش تصادفی انتخاب و مورد بررسی قرار

^۱ کارشناس ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه شیراز؛ shahla_motahary@yahoo.com

^۲ استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز (نویسنده مسئول)؛ msaadat@rose.shirazu.ac.ir

گرفت. متن این داستان‌ها از نظر شیوه بازنمایی اسامی، شخصیت‌ها، ویژگی‌های عاطفی و شخصیتی و چگونگی واکنش آنها در برابر فشارهای اجتماعی و نیز صفات، اشارات و کنایات به کاررفته برای زنان و مردان با شیوه تحلیل محتوا بررسی شد. نتایج نشان داد که زبان داستان‌های بررسی شده از نظر شیوه بازنمایی اسامی و شخصیت زنان و مردان جنسیت زده نبود اما در زمینه مؤلفه‌های دیگر به هر دو شکل صریح و ضمنی جنسیت زده بود.

واژه‌های کلیدی: زبان، جنسیت، جنسیت‌زدگی زبان، مطبوعات اجتماعی

۱. مقدمه

جنسیت به عنوان یک مقوله اجتماعی شامل رفتارها، کنش‌ها و اندیشه‌های اجتماعی است که فرهنگ حاکم در هر جامعه به عهده دو جنس زن و مرد می‌گذارد. هم‌چنین در مورد نقش‌های جنسیتی، در جامعه مجموعه افکار قالبی مشاهده می‌شود که دامنه انتظارات از هر دو جنس را طراحی و تعیین می‌کند و در این راستا قشربندی‌های جنسیتی در جامعه پدیدار می‌شود که به طور کلی مربوط به پاداش‌هایی از قبیل توزیع قدرت، ثروت، وجهه، آزادی‌های فردی و اقتصادی است که هر عضو در جامعه بنا بر موقعیت خود در هرم سلسله‌مراتبی حاضر در جامعه از آن بهره می‌برد.

قشربندی‌های اجتماعی از جمله قشربندی‌های جنسیتی، در نهادهای مختلف اجتماعی نمود می‌یابند. زبان از جمله مقوله‌های اجتماعی است که برای مطالعه قشربندی‌های جنسیتی مورد توجه قرار می‌گیرد چرا که یکی از ارکان مهم برای بازتاب تفکر اجتماعی است. بنابراین نمود تفکر و نقطه‌نظرهای یک جامعه نسبت به جنسیت و قشربندی‌های مربوط به آن با تحلیل عملی زبان آن جامعه قابل درک است و از طریق آن می‌توان موقعیت، نقش و حضور اجتماعی هر یک از جنس‌ها را مشاهده کرد. از سوی دیگر، زبان یکی از مهم‌ترین راه‌هایی است که معانی، افکار، رفتارها و واقعیت‌های اجتماعی را

تحت تأثیر قرار داده و نیز آنها را منتقل می‌کند. از این رو به نظر می‌رسد زبان در درک ما از دنیای پیرامون نقش مهمی ایفا می‌کند و این همان چیزی است که رابطه فرهنگ و زبان خوانده می‌شود. این رابطه در کنش‌های فردی و اجتماعی رنگ جنسیتی نیز به خود می‌گیرد. البته باطنی (۱۳۷۴) معتقد است زبان‌شناسی تا کنون شواهدی نیافته که گواه آن باشد که بین نوع تمدن و فرهنگ یک قوم و نوع ساختمان زبان آنها رابطه‌ای باشد ولی بین واژگان و فرهنگ و تمدن جامعه رابطه‌ای بسیار نزدیک برقرار است تا آنجا که می‌توان گفت واژگان یک زبان نمایشگر فرهنگ مردمی است که به آن زبان سخن می‌گویند.

یکی از ابزارهایی که با به کار گرفتن زبان در به نمایش گذاشتن فرهنگ یک جامعه نقش شایان توجهی دارد رسانه‌ها هستند. در حقیقت رسانه‌ها در کنار آموزش و پرورش و خانواده از جمله عوامل جامعه‌پذیر کردن افراد یک جامعه، فرهنگ یک قوم و هویت فردی و اجتماعی افراد هستند. به علاوه، آنچه رسانه‌ها به نمایش می‌گذارند هم برگرفته از فرهنگ جامعه و هم تأثیرگذار بر آن است. از جمله رسانه‌های مطرح در هر جامعه‌ای مطبوعات هستند که علاوه بر جنبه تفریح و سرگرمی و اطلاع‌رسانی، جنبه آموزشی نیز دارند. بسیاری از نکات آموزشی در مطبوعات از طریق داستان‌های خانوادگی دلپذیر و لذت‌بخش شده و انتقال می‌یابند. علاوه بر این، هم‌چنان که دوستی‌زاده (۱۳۸۷) معتقد است، ادبیات از مهم‌ترین خلاقیت‌های هر فرهنگ محسوب می‌شود و در ارتباط بین فرهنگی نقش مؤثری ایفا می‌کند. به همین دلیل داستان‌ها که بخش مهمی از ادبیات هستند در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته‌اند.

اعزازی (۱۳۸۰) معتقد است از جمله کلیشه‌های رایج در بسیاری از فرهنگ‌ها که از طریق رسانه‌ها اشاعه پیدا می‌کند، کلیشه‌های جنسیتی است. کلیشه‌های جنسیتی تصورات ذهنی یکنواخت و قالب‌بندی‌شده‌ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان را ارائه می‌دهند بدون آن که این تصورات مورد بررسی و آزمون قرار گرفته باشند. این کلیشه‌ها ویژگی‌ها و حالات روانی خاص مردان و زنان و در نهایت تفاوت قابلیت انجام کار و وظایف در آنها را به نمایش می‌گذارند. اشاعه و ترویج کلیشه‌ها از طریق بازنمایی نقش‌ها صورت می‌گیرد. بازنمایی، بنا به نظر مهدی‌زاده (۱۳۸۳: ۱۲۴)، به معنی «تولید معنا از طریق

چارچوب‌های مفهومی و زبانی» است. جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ها از جهان واقعی، به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان تأثیر می‌گذارد و یک تفکر قالبی را به تدریج به امری طبیعی و بدیهی تبدیل می‌کند زیرا فرض بر این است که این بازنمایی عین واقعیت است. بدین ترتیب، استفاده از کلیشه‌های جنسیتی در زبان منجر به پیدایش زبان جنسیت‌زده می‌شود.

۲. جنسیت‌زدگی زبانی

پاک‌نهاد جبروتی (۱۳۸۱) زبانی را جنسیت‌زده می‌داند که کاربرد آن تمایزی بی‌ادبانه، نامربوط یا ناعادلانه را در میان جنسیت‌های مختلف به وجود آورده یا ترویج نماید. بر اساس این تعریف، پاک‌نهاد جبروتی زبان را عاملی فرهنگی به شمار می‌آورد که می‌تواند شرایط و محدودیت‌هایی را برای فرهنگ فراهم کند. پس می‌توان گفت زبان جنسیت‌زده به هیچ عنوان یک عامل طبیعی و ذاتی نیست. در واقع آنچه زبان را جنسیت‌زده می‌کند، پیامدهای منفی آن در یک اجتماع است. زبان جنسیت‌زده فرهنگی را ترویج می‌کند که بر اساس وجود رابطه سلسله‌مراتبی در آن، یک جنسیت در موقعیتی بالاتر از جنسیت دیگر قرار می‌گیرد و اعمال قدرت می‌نماید. جنسیت‌زدگی زبانی که در بیشتر جوامع به نفع مردان است به زنانی که در این کنش متقابل زبانی شرکت می‌کنند و حس می‌کنند نادیده انگاشته شده‌اند، احساس از خودبیگانگی و انزوا می‌دهد. زبان جنسیت‌زده تصویر کلیشه‌ای و منفی از زنان ارائه می‌کند و این تصویر بر انتظارات مردان و حتی خود زنان در مورد آنچه شایسته آنان است تأثیر می‌گذارد.

در تاریخچه مطالعات زبان و جنسیت دو نوع کار انجام شده است: یکی مطالعه این که مردان و زنان چگونه صحبت می‌کنند، یعنی آنچه که به‌عنوان گویش جنسیتی نامیده می‌شود و دیگری مطالعه این که چگونه از مردان و زنان صحبت می‌شود، موضوعی که شامل زبان جنسیت‌زده می‌شود. کامرون در مورد زبان و جنسیت چند پرسش اساسی مطرح کرده است: «آیا زنان و مردان زبان را به شیوه‌های متفاوتی استفاده می‌کنند؟ زبان به چه شیوه‌هایی ساختار، محتوا و استفاده روزمره نابرابری جنسیتی را نشان می‌دهد؟ زبان

جنسیت زده چگونه تغییر می‌کند؟» (کامرون، ۱۹۹۲: ۶۳۸). لکاف (۱۹۷۳) معتقد است نمود وابستگی و عدم قدرتمندی زنان را در هر دو مورد می‌توان دید: هم در انتظاراتی که مردم از شیوه صحبت کردن مردان و زنان دارند و هم چنین شیوه‌ای که مردم از مردان و زنان صحبت می‌کنند.

کامرون (۱۹۹۲) می‌گوید در هر اجتماعی عقایدی در مورد زنان می‌بایم که به‌سادگی به‌عنوان یک امر عمومی و مشترک پذیرفته شده‌اند. این عقاید نه تنها چیزهایی را که یک گویشور به‌طور معمول استفاده می‌کند توضیح می‌دهند بلکه رفتارهای زبانی خاصی را قاعده‌مند می‌کنند. برای مثال، در بیشتر فرهنگ‌ها این عقیده وجود دارد که زنان شنوندگان خوبی هستند. این کلمه «هستند» در عین حال نوعی «باید باشند» را نیز رواج می‌دهد. بنابراین تمایز بین کلیشه‌های زبانی مردم و حقایق زبانی بسیار لازم و ضروری به نظر می‌رسد به‌ویژه زمانی که کلیشه‌های مربوط به زنان گویشور تحقیرکننده و اهانت‌آمیز است.

یک مردم‌شناس امریکایی به نام مارگارت مید در کتاب جنسیت و خلق و خود در سه جامعه بدوی (به‌نقل از کامرون، ۱۹۹۲) خاطر نشان کرده که هر جامعه‌ای بر اساس فرهنگ خود برخی ویژگی‌ها را مردانه و برخی دیگر را زنانه معرفی می‌کند و حتی ممکن است آنچه مردانه تصور می‌شود با ارزش‌تر به نظر برسد تا آنچه که زنانه در نظر گرفته می‌شود (البته این ویژگی‌ها و فعالیت‌ها ممکن است از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت و حتی عکس هم باشند). به عبارت دیگر، آنچه با آن روبه‌رو هستیم تنها یک تفاوت نیست بلکه یک سلسله‌مراتب است. بنا به نظر یک جامعه‌شناس به نام دوبوار (به‌نقل از کامرون، ۱۹۹۲)، مردان از زنان با عنوان «دیگری» یاد می‌کنند. هر چه مردان برای خود تعریف می‌کنند زنان به‌عنوان عکس آن تعریف می‌شوند. اگر مردان فعال هستند، زنان باید منفعل باشند، اگر مردان منطقی هستند، زنان احساساتی هستند و... به عبارت دیگر، تمام ویژگی‌های منفی نوع انسان به زنان تعلق دارد.

در مورد جنسیت‌زدگی در ساختارهای زبانی، شایان گفتن است که یکی از عوامل مؤثر در جنسیت‌زدگی یک جمله این است که جمله بر اساس پیش‌فرض‌هایی بیان می‌شود

که هر فعالیت مرتبط با زنان را در مقایسه با فعالیت‌های مردانه اساساً ناچیز یا درجه دوم می‌داند. برخی از این پیش‌فرض‌ها که تا حد زیادی بر پایه عقاید کلیشه‌ای و سنتی هستند، مرسوم و سازمان‌دهی شده‌اند و بخشی از احساسات عمومی پس‌زمینه‌ای را تشکیل می‌دهند که شنوندگان و نویسندگان مفروض می‌دانند. میلز (۲۰۰۸) معتقد است کلمات به‌خودی‌خود بار جنسیتی ندارند بلکه این هم‌جواری و هم‌نشینی کلمات است که به یک عبارت یا جمله، بار جنسیتی می‌دهد. وی هم‌چنین اضافه می‌کند نه‌تنها عناصر زبانی جنسیت‌زده، بلکه عقاید و مباحثه‌های مربوط به زنان و مردان و آنچه در رسانه‌ها از طریق زبان ارائه و مطرح می‌شود باعث ترویج جنسیت‌زدگی می‌شود. جنسیت‌زدگی در زبان‌های مختلف در حوزه‌های متفاوتی نمود دارد.

پاک‌نهاد جبروتی (۱۳۸۱) حوزه‌های متداول بروز جنسیت‌زدگی در زبان فارسی را به چند دسته تقسیم می‌کند که در زیر به اختصار شرح داده می‌شوند. او جنسیت‌زدگی در حوزه واژگان را به دو صورت دلالت‌های ضمنی و صریح معرفی می‌کند. دلالت‌های صریح شامل واژه‌ها و عباراتی می‌شوند که مستقیماً به زن اشاره می‌کنند یا مربوط به این جنسیت خاص می‌شوند. اسامی خاص زنانه (فاطمی، کلثوم و...) که اسامی جنسیتی بوده و کلمات و عباراتی مانند «بچه‌داری، کنیز، زن و...» از جمله دلالت‌های صریح می‌باشند. دلالت‌های ضمنی یا درون‌بافتی به‌طور صریح مطرح نمی‌شوند بلکه به لایه‌های زیرین معنایی مربوط می‌شوند و شامل عبارات یا کلماتی هستند که اشاره به زن در آنها از طریق توجه به کاربرد واژه‌ها صورت می‌گیرد. این دسته از کلمات و عبارات از نظر معنایی و واژگانی اجباری برای انتساب به زنان ندارند بلکه شیوه کاربرد آنها در اجتماع، فرودست‌انگاری زبانی زنان را مشخص می‌کند. کلمات و عباراتی مانند «جوانمرد، قول مردانه» نمونه‌هایی از دلالت‌های ضمنی یا درون‌بافتی می‌باشند. جنسیت‌زدگی واژگانی به چند شکل نمود پیدا می‌کند از جمله اسامی عام یا عام‌نگری یعنی استفاده از کلماتی که در آن تجارب آدمی از دیدگاهی مردانه ولی به‌عنوان هنجار برای عام مطرح می‌شود مثل کلمه «آدم» یا «بنی آدم» یعنی «مرد» و «نوع بشر» و بدین ترتیب زن، غیر محسوب می‌شود. شکل دیگر آن، ترکیب‌های نشان‌دار شامل ترکیب‌های واژگانی توهین‌آمیز است که در

مورد زنان به کار می‌رود؛ مانند «حمام زنانه». نوع دیگر جنسیت‌زدگی واژگانی استفاده از صفات منفی برای زنان است یعنی اشاره دائمی به وجود صفات منفی در زنان و ایجاد این باور که آنها به‌طور ذاتی واجد این صفات منفی هستند. کاربرد صفاتی مانند «ناقص‌العقل، پراگم، کم‌طاقت» برای زنان از این دست می‌باشند.

پاک‌نهاد جبروتی (۱۳۸۱) معتقد است گاهی جنسیت‌زدگی در حوزه معنا نمود پیدا می‌کند. او یکی از راه‌های اعمال نابرابری بین دو جنسیت را استفاده از معنا، به‌طور ضمنی و با استفاده از مؤلفه‌های معنایی می‌داند اگرچه به‌صورت ناآگاهانه به کار رود. او نمود جنسیت‌زدگی معنایی را به‌شکل‌های مختلفی از جمله نام‌گذاری و مرکزیت دوگانه معرفی می‌نماید. وی از قول کامرون می‌گوید مردم، دنیا را با دیدگاهی مردسالار و مطابق با باورهای کلیشه‌ای درباره جنسیت نام‌گذاری می‌کنند. میلز (به‌نقل از پاک‌نهاد جبروتی، ۱۳۸۱) نام‌گذاری را شیوه‌ای فرهنگی برای تثبیت چیزی می‌داند که افراد به‌عنوان واقعیت در دنیای پیرامون خود روی آن حساب باز می‌کنند. در واقع، برچسب‌هایی که برای خود و دیگران به کار می‌بریم بخشی از یک نظام بزرگ‌تر است که به‌گونه‌ای ضمنی و پنهانی ما را بر اساس قدرت به گروه‌هایی تقسیم‌بندی می‌کند. پدیده‌هایی مثل کاربرد ساخت منفعل فعل برای زنان در مقابل ساخت فعال فعل برای مردان مثل «شوهر کردن- زن گرفتن» و یا «طلاق گرفتن- طلاق دادن» نمونه‌هایی از این دست می‌باشند.

نمونه دیگر، تحقیر معنایی است که از دیدگاه کامرون (۱۹۹۰) نوعی قاعده نهفته معنایی یا دستوری است که بر اساس آن مرد مثبت و زن منفی است، به‌طوری که گویی نوعی شوونیسیم (طرفداری مفرط و غیرعقلانی خصوصاً همراه با کینه و بداندیشی نسبت به گروه رقیب) مردانه درون زبان نهفته است. در همین مورد پاک‌نهاد جبروتی (۱۳۸۱) جفت‌واژه‌های تقابلی را در زبان فارسی ذکر می‌کند که در آنها یک واژه مختص مرد و واژه متقابل آن مختص زن است اما واژه یا جزء زنانه معنای ضمنی کاملاً متفاوتی نسبت به جفت مردانه خود تداعی می‌کند؛ مثل «خانم/آقا» که واژه اول علاوه بر معنای اصلی دارای بار جنسیتی نیز هست. او هم‌چنین مواردی را ذکر می‌کند که برای زنان به کار می‌رود و معادلی برای مردان ندارد از جمله «اهل خانه، خاله زنک، حمام زنانه، مادر فولادزره».

پاک‌نهاد جبروتی علاوه بر این، کاربرد حسن تعبیر را نیز نمودی از جنسیت‌زدگی معنایی می‌داند، به این صورت که در زبان جنسیت‌زده، صحبت درباره برخی از تجربه‌های مشترک زنانه ممنوع یا تابو است مگر آن‌که از دیدگاهی مردانه مطرح شود. حسن تعبیر (کاربرد تخفیف‌یافته، مبهم یا طولانی مطلب به جای توصیف صریح یا بیان حقیقت ناخوشایند) یکی از روش‌هایی است که از طریق آن با تابوهای بسیاری که زندگی زنان و مردان را تحت سلطه خود قرار داده‌اند برخورد می‌شود. زن بودن و ماهیت، هویت و جنسیت زنانه داشتن در فرهنگ‌ها و اساطیر ملل مختلف از جمله ایرانیان، نوعی «تابو» به حساب می‌آید؛ برای نمونه هرگاه به واژه «زائیدن» در کنار مادر یا زن اشاره شود، این واژه سخیف و زشت شمرده می‌شود و برای بیان مؤدبانه این موضوع معمولاً به جای آن، عبارت «به دنیا آوردن» به کار برده می‌شود.

۳. پیشینه تحقیق

در مورد چگونگی بازنمایی زنان در متون نوشتاری گوناگون، تحقیقاتی در ایران انجام شده است. برخی از این تحقیقات نشان می‌دهند که در کتاب‌های درسی، هویت جنسی دختران کم‌رنگ شده است، محتوای کتاب‌ها در جهت تقویت مرزبندی جنسیتی عمل می‌کنند و در کتاب‌ها کلیشه‌های جنسیتی هنوز مشاهده می‌شود (شیخاوندی، ۱۳۸۴؛ ظهره‌وند، ۱۳۸۵؛ هاشمی و شهرآرای، ۱۳۸۷). هم‌چنین زنان مطرح‌شده در بیشتر اشعار فارسی از جمله شعر نیما، اغلب به صورت کلی و نمادین مشخص شده‌اند و چهره این زنان عاری از ویژگی‌ها و خصوصیات فردی است (عبداللهی، ۱۳۸۱). در میان منظومه‌های غنایی، زنان در خسرو و شیرین نظامی از بهترین و مطلوب‌ترین موقعیت برای رشد و پرورش شخصیت در تمامی ابعاد برخوردارند. در مرتبه بعد، زنان بوستان سعدی قرار دارند که وجودشان تحت قیومیت و حاکمیت بلامنازع مردان به رسمیت شناخته می‌شود. اما در نازل‌ترین و پایین‌ترین مراتب، زنان حدیقه سنایی جای می‌گیرند که در اکثر موارد رکیک‌ترین دشنام‌ها و اهانت‌ها در موردشان به کار گرفته می‌شود و شأن انسانی آنها به وقیحانه‌ترین وجهی شکسته می‌شود (نصر، ۱۳۸۲).

ادبیات داستانی پیوسته چهره‌ای تکراری از زنان ترسیم می‌کند. تصویر زنان در داستان سمک عیار به واقعیت نقش اجتماعی زنان نزدیک شده است و چهره آنان نه کاملاً منفی است و نه کاملاً مثبت (کرمی و حسام‌پور، ۱۳۸۴). در تذکره‌الاولیای عطار زنان چنان نقش حساسی برعهده داشته‌اند که برجستگی سیمای آنان قابل ذکر است (روضاتیان و میرباقری فرد، ۱۳۸۶). مدلول واژه زن در ادب فارسی همیشه به معنای واقعی آن یعنی موجود انسانی مؤنث در مقابل مرد نبوده است بلکه بسیاری از اوقات این واژه همچون رمزی برای بیان بعضی از مفاهیم قدسی یا شیطانی به کار رفته و کاربرد آن نمادین شده است (حسینی، ۱۳۸۸). در ادبیات داستانی معاصر، زنان گرفتار ستم جنسیتی، خشونت، نابرابری، سرکوب و حقارت هستند و در نقش‌های «زن قربانی» و «زن فداکار» مطرح می‌شوند (واصفی و ذوالفقاری، ۱۳۸۸). زنان قصه‌های جمال‌زاده عموماً زنان دوره قاجارند: کم‌اطلاع، سطحی و عموماً بی‌سواد و خرافاتی (نصر اصفهانی و میرزایی، ۱۳۸۸). در قصه‌های عامیانه، زنان در اغلب موارد در نقش‌های خانوادگی و کلیشه‌ای سنتی ظاهر شده‌اند و ویژگی‌های اخلاقی بارز آنها ضعف و ناتوانی، مهربانی و دلسوزی، نداشتن قدرت و ابزار آن است (نوبخت و احمدی، ۱۳۸۸). در بعضی از رمان‌های فارسی، تصویر اولیه زنان موجوداتی منفی و منفعل، درون‌گرا، احساساتی، تسلیم، مطیع همسر (و حتی فرزندان) و از طبقه متوسط هستند اما از اواسط داستان، زنان سعی می‌کنند وضعیت خود را به‌ویژه با نقد روابط قدرت نابرابر بین زن و مرد زیر سؤال ببرند (پرستش و ساسانی‌خواه، ۱۳۸۹). هم‌چنین رمان‌های عامه‌پسند ایرانی دهه هفتاد سازگاری زن را اشاعه می‌دهند (میرفخرایی، ۱۳۸۴).

۴. هدف تحقیق

هم‌چنان که از مرور پیشینه برمی‌آید و تا آنجا که محققین حاضر اطلاع دارند، به نظر می‌رسد هیچ پژوهشی به بررسی زبان مطبوعات اجتماعی ایران نپرداخته است. از طرف دیگر، همان‌طور که قبلاً به تفصیل شرح داده شد، رسانه‌ها از جمله مطبوعات در کلیشه‌سازی و ترویج تفکر قالبی و طبیعی و بدیهی جلوه دادن آن نقش بسیار مهمی ایفا

می‌کنند. با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به بررسی وجود یا عدم وجود زبان جنسیتی و در صورت وجود زبان جنسیتی به بررسی چگونگی (صریح یا ضمنی بودن) آن در داستان‌های برگزیده از مطبوعات اجتماعی ایران می‌پردازد. برای رسیدن به این اهداف ابتدا مؤلفه‌های زیر مورد بررسی قرار می‌گیرند: (۱) اسامی شخصیت‌های داستان‌ها، (۲) بازنمایی شخصیت‌ها در داستان‌ها (بازنمایی در مرکز یا در حاشیه داستان و سنتی یا مدرن بودن) در قالب کلمات، (۳) کلمات و عبارات مربوط به ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و چگونگی واکنش شخصیت‌های داستان‌ها در برابر فشارهای اجتماعی و (۴) صفات، اشارات و کنایات به کاربرده شده برای شخصیت‌های داستان‌ها. سپس با توجه به نتایج مربوط به این بررسی‌ها، به دو هدف اصلی پژوهش پرداخته می‌شود.

۵. روش تحقیق

داده‌های لازم برای پژوهش حاضر با روش تحلیل محتوا از داستان‌های منتشر شده در چهار مجله خانوادگی *خانواده سبز*، *روزهای زندگی*، *خانه سبز* و *فضیلت خانواده* گردآوری شد. این مجلات در ابتدا پس از یک پرس‌وجوی ساده و غیررسمی از زنان خانواده و همکاران شاغل در مورد انتخاب و مطالعه مجلات ایرانی در اوقات فراغت انتخاب شدند. پس از بررسی بیشتر و دقیق‌تر مشخص شد که این مجلات در ایران نسبت به بقیه مجلات از تیراژ بالاتری برخوردارند، حتی برخی از آنها در خارج از ایران نیز عرضه می‌شوند و در ضمن نسبت به بقیه مجلات تعداد بیشتری داستان منتشر می‌کنند.

نمونه مورد بررسی به شرح زیر انتخاب شد. به منظور انتخاب یک نمونه معرف، به شمارگان منتشر شده از این مجلات در طی دو سال ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸ و داستان‌های منتشر شده در آنها شماره‌ای اختصاص داده شد و سپس از هر عنوان مجله، ۵ شماره در هر سال (در مجموع ۲۰ مجله) و از هر شماره ۳ داستان (در مجموع ۶۰ داستان) به روش کاملاً تصادفی برگزیده شد. در بین ۶۰ داستان برگزیده، نویسنده دو داستان ناشناس و نویسندگان داستان‌های دیگر تقریباً به‌طور مساوی از هر دو جنسیت بودند.

شایان گفتن است در این تحقیق، واحد تحلیل برای جنسیت‌زدگی صریح، کلمه و برای

جنسیت‌زدگی ضمنی، جمله، عبارت، اشارات و کنایات است. برای دستیابی به داده‌های لازم، ابتدا متن داستان‌ها با توجه به مؤلفه‌های کوچک‌تر زیر بررسی شد: (۱) اسامی شخصیت‌ها، (۲) تصاویر ارائه‌شده از شخصیت‌های داستانی (مرکزی یا حاشیه‌ای و مدرن یا سنتی بودن آنها) در قالب کلمات، (۳) ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و واکنش شخصیت‌های داستان در برابر فشارهای اجتماعی و (۴) صفات، اشارات و کنایات به کاررفته برای شخصیت‌های داستانی. در مرحله بعد، متن داستان‌ها به‌دقت بررسی و اطلاعات لازم برای هر مؤلفه بر اساس متن داستان‌ها تهیه شد. البته به‌منظور اطمینان حاصل کردن از روایی دسته‌بندی و کدگذاری داده‌ها، در ابتدا ۲ داستان به‌طور تصادفی انتخاب و داده‌های مربوط توسط هر یک از دو محقق به‌طور جداگانه بررسی و کدگذاری شد و پس از اطمینان نسبت به یکنواختی کدگذاری در ۲ داستان نمونه، کدگذاری سایر داستان‌ها توسط محقق اول انجام شد.

پس از کدگذاری و شمارش اولیه داده‌ها، برای انجام تجزیه و تحلیل‌های آماری از نرم‌افزار SPSS استفاده شد بدین ترتیب که ابتدا بسامد و درصد کاربرد هر یک از مؤلفه‌ها در مجموع داده‌ها و همچنین به تفکیک جنسیت محاسبه شد و سپس برای بررسی وجود یا عدم وجود ارتباط بین جنسیت و هر یک از مؤلفه‌ها، آزمون مجذور خی انجام گرفت. در پایان، بر اساس نتایج به‌دست آمده وجود یا عدم وجود جنسیت‌زدگی و صریح و ضمنی بودن آن بررسی شد.

۶. نتایج و بحث

چنان که پیش از این اشاره شد، هدف اصلی این پژوهش پاسخ به این پرسش است که آیا در مطبوعات اجتماعی ایران زبان جنسیتی و کلیشه‌های جنسیتی زبانی وجود دارد یا نه. این هدف کلی به اهداف کوچک‌تری تقسیم شد به این ترتیب که پس از مطالعه تک‌تک داستان‌ها، تعداد و جنسیت شخصیت‌های مطرح شده، اسامی و شیوه‌بازنمایی شخصیت‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و صفات و اشارات به کاررفته در مورد هر شخصیت به تفکیک جنس بررسی شد. جدول ۱ نتایج بررسی کاربرد هر یک از مؤلفه‌های موردنظر در مورد هر

دو جنس را بدون در نظر گرفتن جزئیات چگونگی بازنمایی و نیز نتایج آزمون مجذور خی برای بررسی معنی دار بودن تفاوت‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. بسامد مؤلفه‌های مورد بررسی برای شخصیت‌های داستان‌ها به تفکیک جنس و نتایج آزمون مجذور خی برای چگونگی بازنمایی زنان و مردان

مؤلفه	تعداد زنان	درصد مردان	تعداد مردان	درصد کل	تعداد کلی	عدد خی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
تعداد شخصیت‌ها	۱۹۱	۵۳/۱	۱۶۹	۴۶/۹	۳۶۰	۱/۳۴۴	۱	۰/۲۴۶
اسامی	۲۰۴	۵۳/۱۳	۱۸۰	۴۶/۸۷	۳۸۴	۱/۵۰۰	۱	۰/۲۲۱
تصاویر	۱۹۵	۵۲/۱۴	۱۷۹	۴۷/۸۶	۳۷۴	۰/۶۸۴	۱	۰/۴۰۸
ویژگی‌ها	۱۲۶۹	۵۷/۴۲	۹۴۱	۴۲/۵۸	۲۲۱۰	۴۸/۶۸۱	۱	۰/۰۰۰
صفات	۱۳۴۱	۵۶/۴۶	۱۰۳۴	۴۳/۵۴	۲۳۷۵	۳۹/۶۸۴	۱	۰/۰۰۰

بنا بر بسامدها و درصدهای به‌دست آمده، ظاهراً در اغلب موارد تفاوت چندانی در بازنمایی زنان و مردان بر اساس مؤلفه‌های مورد نظر دیده نمی‌شود. بر اساس نتایج به‌دست آمده از آزمون مجذور خی، در ارائه شخصیت‌ها (زنان ۵۳/۱٪، مردان ۴۶/۹٪)، نام بردن اسامی (زنان ۵۳/۱۳٪، مردان ۴۶/۸۷٪) و تصاویر ارائه‌شده از زنان و مردان در قالب کلمات (زنان ۵۲/۱۴٪، مردان ۴۷/۸۶٪) تفاوت معنی‌داری بین بسامد به‌دست آمده برای زنان و مردان وجود ندارد (به ترتیب عدد خی = ۱/۳۴۴، درجه آزادی = ۱، سطح معنی‌داری <

۰/۰۵؛ عدد خی = ۱/۵۰۰، درجه آزادی = ۱، سطح معنی‌داری < ۰/۰۵؛ عدد خی = ۰/۶۸۴، درجه آزادی = ۱، سطح معنی‌داری < ۰/۰۵). اما در بازنمایی ویژگی‌ها (زنان ۵۷/۴۲٪، مردان ۴۲/۵۸٪) و صفات ارائه‌شده برای زنان و مردان (زنان ۵۶/۴۶٪، مردان ۴۳/۵۴٪) تفاوت معنی‌داری وجود دارد (به ترتیب عدد خی = ۴۸/۶۸۱، درجه آزادی = ۱، سطح معنی‌داری > ۰/۰۵؛ عدد خی = ۳۹/۶۸۴، درجه آزادی = ۱، سطح معنی‌داری > ۰/۰۵). از آنجا که در این دو مورد اخیر درصد مربوط به زنان بیشتر از مردان است، به نظر می‌رسد زبان این مجلات در بازنمایی زنان و مردان در داستان‌ها از نظر بسامد این دو مؤلفه به نفع زنان جنسیت‌زده است.

به منظور بررسی دقیق چگونگی بازنمایی مؤلفه‌های موردنظر، هر یک از مؤلفه‌ها به زیرمجموعه‌های خاص تقسیم‌بندی شد و توزیع شخصیت‌های مرد و زن داستان‌ها در این زیرمجموعه‌ها مورد بررسی دقیق قرار گرفت. در هر یک از دو قسمت بعد، نتایج بررسی مؤلفه‌ها دوباره ارائه می‌شود.

۶. ۱. کاربرد اسامی و ارائه تصاویر از زنان و مردان

چنان‌که پیش از این اشاره شد، بر اساس نتایج به‌دست آمده، از نظر نام بردن اسامی تفاوت معنی‌داری بین زنان و مردان مشاهده نشد اگرچه از مجموع ۳۶۰ شخصیت مطرح‌شده در داستان‌های مورد مطالعه، زنان (۵۳/۱٪) بیشتر از مردان (۴۶/۹٪) در داستان‌ها مطرح شده بودند. برای بررسی دقیق‌تر اسامی زنان و مردان در متن داستان‌ها، این اسامی به سه دسته ذکرشده با هویت فردی مستقل (مانند «علی، مریم، ...»)، اسامی ذکرشده بدون هویت فردی مستقل (مانند «مادرم، همسرم، پدرم، خواهرش، ...») و اسامی ذکرشده تقسیم شدند. شایان گفتن است که در میان شخصیت‌های مرد ۱۱ شخصیت و در میان شخصیت‌های زن سه شخصیت با هویت شغلی (مثل «پرستار، قاضی، وکیل، ...») معرفی شده بودند که جهت سهولت در امر شمارش، این اسامی نیز در گروه اسامی با هویت مستقل جای گرفتند. جدول ۲ بسامد هر یک از مؤلفه‌های در نظر گرفته‌شده برای اسامی زنان و مردان را نشان می‌دهد.

جدول ۲. چگونگی ذکر اسامی زنان و مردان

مجموع		ذکر نشده		ذکر شده بدون هویت فردی مستقل		ذکر شده با هویت فردی مستقل		اسامی
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	جنسیت
۵۳/۱	۲۰۴	۳/۹	۱۵	۱۵/۴	۵۹	۳۳/۸	۱۳۰	زنان
۴۶/۹	۱۸۰	۵/۵	۲۱	۱۰/۹	۴۲	۳۰/۵	۱۱۷	مردان
۱۰۰	۳۸۴	۹/۴	۳۶	۲۶/۳	۱۰۱	۶۴/۳	۲۴۷	مجموع
عدد خی = ۳/۰۵۸ درجه آزادی = ۲ سطح معنی داری = ۰/۲۱۷								آزمون مجذور خی

با توجه به آمار ارائه شده در جدول ۲، از مجموع ۳۸۴ اسم، ۶۴/۳٪ دارای هویت فردی مستقل بوده‌اند که ۳۳/۸٪ آن به زنان و ۳۰/۵٪ به مردان اختصاص داشته است. از ۲۶/۳٪ اسامی با هویت فردی غیرمستقل ۱۵/۴٪ به زنان و ۱۰/۹٪ به مردان اختصاص داشته است. از ۹/۴٪ اسامی بدون هویت فردی (ذکر نشده) ۳/۹٪ سهم زنان و ۵/۵٪ سهم مردان بوده است. در مجموع، به نظر می‌رسد زنان بیش از مردان در این داستان‌ها مورد توجه نویسندگان قرار گرفته‌اند. اما با توجه به نتایج آزمون مجذور خی (عدد خی = ۳/۰۵۸، درجه آزادی = ۲، سطح معنی داری < ۰/۰۵) رابطه معنی داری بین جنسیت و نوع اسامی به کاررفته در داستان‌ها وجود ندارد بدین معنی که اگرچه نویسندگان این داستان‌ها ظاهراً در نحوه به کار گرفتن اسامی برای زنان و مردان تفاوت قائل شده‌اند و در هر دو مورد درصد بیشتری از اسامی به زنان اختصاص داده شده است، اما این تفاوت آنقدر چشمگیر و معنی دار نیست که بتوان نتیجه گرفت در امر بازنمایی زنان و هویت بخشیدن به آنها جنسیت زدگی وجود دارد. به عبارت دیگر، زبان این داستان‌ها خالی از جنسیت زدگی آشکار در هویت بخشیدن به زنان و مردان می‌باشد.

برای بررسی شیوه بازنمایی زنان و مردان در داستان‌های موردنظر، تصاویر ارائه شده از زنان و مردان در قالب کلمات به چهار دسته مرکزی-مدرن، مرکزی-سنتی، حاشیه‌ای-مدرن و سرانجام حاشیه‌ای-سنتی تقسیم شد. بسامد و درصد تصاویر ارائه شده به تفکیک جنسیت برای هر یک از موارد بالا در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. چگونگی تصاویر ارائه شده از زنان و مردان

تصاویر	مرکزی - مدرن		مرکزی - سنتی		حاشیه‌ای - مدرن		حاشیه‌ای - سنتی		مجموع
	تعداد	در صد	تعداد	درصد	تعداد	در صد	تعداد	در صد	
زنان	۴۴	۱۱/۸	۱۳	۳/۵	۶۰	۱۶/۱	۷۸	۲۰/۸	۱۹۵
مردان	۳۸	۱۰/۱	۴	۱/۱	۶۹	۱۸/۴	۶۸	۱۸/۲	۱۷۹
مجموع	۸۲	۲۱/۹	۱۷	۴/۶	۱۲۹	۳۴/۵	۱۴۶	۳۹/۰	۳۷۴
آزمون مجذورخی	عدد خی = ۵/۸۴۳ درجه آزادی = ۳ سطح معنی داری = ۰/۱۲۰								

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول بالا، در داستان‌های بررسی شده، زنان بیشتر از مردان به تصویر کشیده شده‌اند (۵۲/۲٪ در مقایسه با ۴۷/۸٪). اما زنان به ترتیب بیشتر به صورت حاشیه‌ای - سنتی (۲۰/۸٪)، حاشیه‌ای - مدرن (۱۶/۱٪) و مرکزی - مدرن (۱۱/۸٪) و کمتر از همه به صورت مرکزی - سنتی (۳/۵٪) بازنمایی شده‌اند در حالی که مردان تقریباً به تساوی به صورت حاشیه‌ای - مدرن (۱۸/۴٪) و حاشیه‌ای - سنتی (۱۸/۲٪) اما بیشتر از مرکزی - مدرن (۱۰/۱٪) بازنمایی شده‌اند اگرچه کمترین درصد بازنمایی مردان هم به صورت مرکزی - سنتی (۱/۱٪) بوده است. با توجه به نتایج آزمون مجذور خی (عدد خی = ۵/۸۴۳، درجه آزادی = ۳، سطح معنی داری < ۰/۰۵)، بین جنسیت و چگونگی تصاویر ارائه شده از زنان و مردان در داستان‌های بررسی شده رابطه معنی داری وجود ندارد. بنابراین به نظر می‌رسد در داستان‌های مورد بررسی با توجه به ساختارهای متغیر جامعه ایرانی، اسامی و نام‌های زنان و مردان به نوعی انتخاب شده‌اند که از جنسیت زدگی صریح و آشکار در این زمینه خودداری شده است. نکته قابل توجه دیگر آن که در این داستان‌ها کلمات زشت و اسامی ناپسند مثل «ضعیفه، منزل و...» در مورد زنان به کار نرفته است و زنان دارای هویت فردی (مستقل و یا غیرمستقل) هستند و از آنها با نام‌های معمول و متداول در جامعه یاد شده است.

اما جالب توجه این است که چنان که جدول ۳ نشان می‌دهد، تعداد دفعاتی که زنان به صورت حاشیه‌ای (مدرن و سنتی ۳۶/۹٪) بازنمایی شده‌اند بسیار بیشتر از تعداد دفعاتی

است که به صورت مرکزی (مدرن و سنتی ۱۵/۳٪) بازنمایی شده‌اند اگرچه زنان سنتی (حاشیه‌ای و مرکزی ۲۴/۳٪) تقریباً به اندازه زنان مدرن (حاشیه‌ای و مرکزی ۲۷/۹٪) به تصویر کشیده شده‌اند. این در حالی است که مردان نیز بیشتر به صورت حاشیه‌ای (مدرن و سنتی ۳۶/۶٪) و کمتر به صورت مرکزی (مدرن و سنتی ۱۱/۲٪) اما بیشتر مدرن (حاشیه‌ای و مرکزی ۲۸/۵٪) تا سنتی (حاشیه‌ای و مرکزی ۱۹/۳٪) بازنمایی شده‌اند. البته با بررسی محتوای تک‌تک داستان‌ها به نظر می‌رسد با وجود برابری نسبی زنان و مردان در شیوه بازنمایی و قرار گرفتن آنها در حاشیه یا مرکز داستان، زنان در بیشتر داستان‌ها از موقعیت اجتماعی پایین‌تری برخوردارند. در بسیاری از داستان‌هایی که زنان در مرکز داستان قرار گرفته‌اند، فعالیت‌ها و ویژگی‌های آنان در سطح پایین‌تری نسبت به فعالیت‌ها و ویژگی‌های مردان قرار دارد. حتی در تعداد زیادی از داستان‌های بررسی شده دیده شد با وجود این که شخصیت اصلی داستان زن است اما در داستان بیشتر به فعالیت‌ها و ویژگی‌های مردان پرداخته شده است. بدین ترتیب اگرچه زنان به طور واضح بازنمایی شده‌اند اما تعداد دفعاتی که به صورت شخصیت مرکزی داستان معرفی شده‌اند کمتر از تعداد دفعاتی است که به صورت حاشیه‌ای بازنمایی شده‌اند و نکته جالب توجه این است که چنان که در بخش‌های بعدی نشان داده می‌شود، در بیشتر موارد زنان به صورت کلیشه‌ای معرفی شده‌اند و شاید بتوان گفت این امر حاکی از این است که زنان هنوز در نقش‌های کلیشه‌ای سنتی به تصویر کشیده می‌شوند.

۲.۶. بازنمایی ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و واکنش زنان و مردان نسبت

به فشارهای اجتماعی و کاربرد صفات، کنایات و اشارات برای آنها

برای بررسی ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و واکنش زنان و مردان، این ویژگی‌ها به ۵ گروه مثبت و فعال (مانند «همکاری، درستکاری، تصمیم‌گیری، ...»)، مثبت و منفعل (مانند «آرام، متین و مطیع دیگران، ...»)، منفی و فعال (مانند «دسیسه‌چین، دروغگو، بزهکار، ...»)، منفی و منفعل (مانند «قربانی‌شده، خرافه‌پرست، وابسته، ...») و ذکر نشده تقسیم شدند. بسامد و چگونگی توزیع این ویژگی‌ها بر حسب جنسیت در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. چگونگی بازنمایی ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و واکنش زنان و مردان نسبت به فشارهای اجتماعی

ویژگی‌ها	مثبت و فعال		مثبت و منفعل		منفی و فعال		منفی و منفعل		ذکر نشده		مجموع	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
زنان	۳۸۰	۱۷/۲	۱۳۶	۶/۲	۲۹۹	۱۳/۵	۴۲۹	۱۹/۴	۲۵	۱/۱	۱۲۶۹	۵۷/۴
مردان	۵۱۱	۲۳/۱	۴۷	۲/۱	۲۰۱	۹/۱	۱۶۱	۷/۳	۲۱	۱	۹۴۱	۴۲/۶
مجموع	۸۹۱	۴۰/۳	۱۸۳	۸/۳	۵۰۰	۲۲/۶	۵۹۰	۲۶/۷	۴۶	۲/۱	۲۲۱۰	۱۰۰
آزمون مجذور خی	عدد خی = ۱/۵۸۷ درجه آزادی = ۴ سطح معنی داری = ۰/۰۰۰											

بر اساس اطلاعات ارائه شده در جدول بالا، ویژگی‌های شخصیت‌های داستان‌ها به‌طور کلی به ترتیب به صورت مثبت و فعال (۴۰/۳٪)، منفی و منفعل (۲۶/۷٪)، منفی و فعال (۲۲/۶٪) و سرانجام مثبت و منفعل (۸/۳٪) ارائه شده است و در ۲/۱٪ از موارد ویژگی خاصی برای شخصیت‌های داستان ارائه نشده است. ویژگی‌های زنان (۵۷/۴٪) بیشتر از مردان (۴۲/۶٪) مورد توجه نویسندگان داستان‌ها قرار گرفته است که با توجه به تعداد بیشتر شخصیت‌های زن داستان‌ها و اکثریت مخاطبان این مجله‌ها که زنان هستند طبیعی و قابل توجه به نظر می‌رسد.

اما نتیجه آزمون مجذور خی (عدد خی = ۱/۵۸۷، درجه آزادی = ۴، سطح معنی داری > ۰/۰۵) نشان می‌دهد که بین جنسیت و ویژگی‌های ارائه شده برای زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد. در حالی که مردان بیشتر از زنان با ویژگی‌های مثبت و فعال (۲۳/۱٪ در مقایسه با ۱۷/۲٪) توصیف شده‌اند، زنان بسیار بیشتر از مردان با ویژگی‌های منفی و منفعل (۱۹/۴٪ در مقایسه با ۷/۳٪) و منفی و فعال (۱۳/۵٪ در مقایسه با ۹/۱٪) بازنمایی شده‌اند. زمانی نیز که زنان با ویژگی‌های مثبت بیشتری نسبت به مردان بازنمایی شده‌اند، این ویژگی‌ها مثبت و منفعل (۶/۲٪ در مقایسه با ۲/۱٪) می‌باشند. به عبارت دیگر،

می توان چنین گفت که ویژگی های زنان به طور عمده منفی است و ویژگی های مثبت، بیشتر به مردان نسبت داده شده است. به این ترتیب می توان نتیجه گرفت که در زبان این مجلات از نظر بازنمایی ویژگی های زنان و مردان جنسیت زدگی وجود دارد و این جنسیت زدگی به نفع مردان است.

نکته شایان توجه این که بدون استثنا در تمام ۶۰ داستان بررسی شده ویژگی «احساساتی بودن» و واکنش انفعالی «گریه کردن» در توصیف حداقل یکی از شخصیت های زن داستان به کار رفته است. این در حالی است که برای مردان نیز در تعداد کمی از داستان ها ویژگی «گریه کردن» ذکر شده است اما در همه موارد این ویژگی به نشان پشیمانی و ندامت و یا هنگام دعا و نیایش به کار رفته است در صورتی که برای زنان این ویژگی به عنوان واکنش انفعالی هنگام برخورد با مشکلات و سختی ها و مظلوم واقع شدن در برابر ظلم و ستم مردان بازنمایی شده است. ویژگی های منفی دیگری که بارها برای زنان ارائه شده است عبارتند از: رؤیاپردازی، خیال بافی، سخن چینی، عدم رازداری، وابستگی و ساده لوحی، بزهکاری و اعتیاد. این در حالی است که ویژگی های مثبت حمایت گری، مدیریت، عاقلانه تصمیم گرفتن، بااراده بودن و... بیشتر برای مردان مطرح شده است. به علاوه، در بازنمایی ویژگی های اخلاقی مشاهده می شود که در این داستان ها تعداد زنان معتاد، خودفروش و بزهکار به مراتب بیشتر از تعداد مردان معتاد و بزهکار است. بنابراین می توان نتیجه گرفت در داستان های بررسی شده ساختار زبان بر بازنمایی زنان اثر گذاشته و آنها را در جایگاهی که اهمیت کمتری نسبت به جایگاه مردان دارد قرار داده، واقعیت وجود زنان را بر اساس عادات زبانی رایج در جامعه محدود کرده، کلیشه های رایج در مورد زنان را پذیرفته، ویژگی های زنان را منفی نشان داده و زنان را فاقد قدرت و اهمیت و آنان را با صفات عکس مردان بازنمایی کرده است.

برای بررسی چگونگی کاربرد صفات، کنایات و اشارات در این داستان ها، این دسته از واژگان و عبارات به تفکیک کاربرد برای زنان و مردان، به سه گروه مثبت، منفی و ذکر نشده دسته بندی شدند. بسامد و چگونگی توزیع صفات، کنایات و اشارات به تفکیک جنسیت در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. چگونگی کاربرد صفات، کنایات و اشارات مربوط به زنان و مردان

مجموع		ذکر نشده		منفی		مثبت		صفات
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	جنسیت
۵۶/۵	۱۳۴۱	۱/۱	۲۵	۳۵/۳	۸۳۹	۲۰/۱	۴۷۷	زنان
۴۳/۵	۱۰۳۴	۰/۶	۱۵	۱۹/۱	۴۵۴	۲۳/۸	۵۶۵	مردان
۱۰۰	۲۳۷۵	۱/۷	۴۰	۵۴/۴	۱۲۹۳	۴۳/۹	۱۰۴۲	مجموع
عدد خبی=۸۶/۳۲۷ درجه آزادی=۲ سطح معنی داری=۰/۰۰۰								آزمون مجذور خی

بر اساس جدول بالا، صفات و اشارات و کنایات به کاررفته برای زنان (۵۶/۵٪) بیشتر از مردان (۴۳/۵٪) است. به علاوه، در مجموع صفات منفی (۵۴/۴٪) بیش از صفات مثبت (۴۳/۹٪) بوده و در ۱/۷٪ از موارد برای شخصیت موردنظر صفت خاصی ذکر نشده است. به این ترتیب به نظر می‌رسد در کاربرد صفات، اشارات و کنایات برای شخصیت‌های زن و مرد داستان‌های موردنظر سوگیری جنسیتی وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون مجذور خی (عدد خبی=۸۶/۳۲۷ درجه آزادی=۲ سطح معنی داری > ۰/۰۵) بین جنسیت و صفات، اشارات و کنایات ارائه شده برای زنان و مردان رابطه معنی داری وجود دارد. صفات منفی برای زنان به مراتب بیشتر از مردان به کار برده شده است (۳۵/۳٪ در مقایسه با ۱۹/۱٪) در حالی که مردان بیشتر از زنان (۲۳/۸٪ در مقایسه با ۲۰/۱٪) با صفات مثبت بازنمایی شده‌اند. گفتنی است اشارات و صفاتی مثل «وابسته»، احساساتی، ساده لوح، دهن لُق، فریبکار، اعتماد بی جا و...» به زنان بیشتر از مردان نسبت داده شده است و مردان بیش از زنان با صفاتی مثل «مدیر و مدبر، محترم، عاشق، با گذشت، مصمم، قاطع و...» بازنمایی شده‌اند. حتی در مواردی که مردان متهم به خیانت به همسر یا تعدد زوجات شده‌اند علت این کار با انتساب دلایلی مثل بیماری جسمی یا روحی و یا نازایی به همسر اول، بی توجهی وی به شوهر و امثال آن توجیه شده است.

به نظر می‌رسد نویسندگان این داستان‌ها سلسله مراتب قدرت در جامعه مردسالار ایرانی را صحیح دانسته و با بازنمایی زنان به صورت منفی و در مقابل انتساب بیشتر صفات مثبت به مردان به نوعی این صفات زنانه را تأیید و تجویز می‌کنند. از آنجا که مخاطبین این مجلات

بیشتر زنان هستند به نظر می‌رسد این داستان‌ها آنها را به نوعی هم‌ذات‌پنداری با شخصیت‌های زن ترغیب می‌کنند و این امر باعث می‌شود خوانندگان زن این مجلات خود را محق داشتن چنین صفات منفی دانسته و وجود چنین صفاتی را در زنان طبیعی بپندارند. به عبارت دیگر، مجلات خانوادگی مورد بررسی به عنوان بخشی از مطبوعات اجتماعی و رسانه‌های موجود در ایران، زنان و مردان را در نقش‌های قالبی خود نمایش داده و تفکرات قالبی رایج در جامعه ایرانی را تأیید و تحکیم می‌کنند. خلاصه آن که در داستان‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر گرچه تعداد شخصیت‌های زنان و مردان تقریباً برابر است و رابطه معنی‌داری بین جنسیت و تعداد شخصیت‌های داستان‌ها وجود ندارد ولی در اکثر موارد زنان اوضاع نابسامانی دارند و با صفات و ویژگی‌های منفی بازنمایی شده‌اند.

۳.۶. وجود جنسیت‌زدگی و صریح و ضمنی بودن آن

همان‌طور که در بخش‌های پیش از این اشاره شد، یکی از اهداف این پژوهش پاسخ‌گویی به این پرسش کلی است که آیا در مجموع در مطبوعات اجتماعی ایران کلیشه‌های جنسیتی وجود دارد یا نه. برای پاسخ‌گویی به این پرسش، خلاصه‌ای از نتایج به دست آمده از تحلیل متون در مورد رابطه بین جنسیت و شیوه بازنمایی زنان و مردان در نمونه داستان‌های مجلات بررسی شده در جدول ۶ ارائه می‌شود.

جدول ۶. نتایج آزمون مجذور خی برای بررسی وجود یا عدم وجود جنسیت‌زدگی در زبان مجلات خانوادگی

مؤلفه	درجه آزادی	عدد خی	سطح معنی‌داری
اسامی	۲	۳/۰۵۸	۰/۲۱۷
تصاویر	۳	۵/۸۴۳	۰/۱۲۰
ویژگی‌ها	۴	۱/۵۸۷	۰/۰۰۰
صفات	۲	۸۶/۳۲۷	۰/۰۰۰

با توجه به نتایج به‌دست آمده، در دو مورد اسامی به‌کاررفته برای زنان و مردان و چگونگی بازنمایی تصاویر آنها در داستان‌های موردنظر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و جنسیت‌زدگی زبان مشاهده نمی‌شود. هم‌چنین از کاربرد کلمات ناخوشایند دربارهٔ زنان خودداری شده و سعی در کاربرد آگاهانهٔ کلمات مؤدبانه برای هر دو جنسیت شده است. اما در مورد دو مؤلفهٔ دیگر تفاوت معنی‌داری در بازنمایی زنان و مردان مشاهده می‌شود و بر اساس نتایجی که در بالا به تفصیل شرح داده شد در مورد چگونگی بازنمایی ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و عملکرد زنان و مردان و نیز در مورد کاربرد صفات، اشارات و کنایات برای دو جنس، زبان به‌کاررفته در این مجلات به نفع مردان جنسیت‌زده است. از آنجا که جامعه و فرهنگ ایران جنسیت‌زده و مردسالار است، به نظر می‌رسد داستان‌های مورد بررسی برای نمایش و یا حتی شاید تأیید وجود کلیشه‌های جنسیتی و روابط قدرت در جامعهٔ ایرانی، زنان را از نظر ویژگی‌ها و صفاتی که به آنان نسبت داده می‌شود در موقعیتی فرودست قرار داده‌اند. بنابراین در مجموع بر اساس نمونهٔ مورد بررسی می‌توان گفت که زبان مطبوعات اجتماعی ایران جنسیت‌زده است.

آخرین پرسشی که این پژوهش به بررسی آن می‌پردازد این است که در صورت وجود جنسیت‌زدگی زبانی، آیا این جنسیت‌زدگی در داستان‌های مطبوعات اجتماعی به‌صورت صریح نمایان است یا به‌صورت ضمنی. با توجه به نتایج ارائه‌شده در جدول ۶ به نظر می‌رسد زبان مطبوعات اجتماعی ایران مبتلا به جنسیت‌زدگی صریح و پنهان است چرا که در داستان‌های بررسی‌شده، علاوه بر کاربرد صفات و ویژگی‌های منفی و منفعل برای زنان (جنسیت‌زدگی صریح)، هم‌نشینی بیشتر کلماتی که بار معنایی منفی دارند با شخصیت‌های زن داستان‌ها و انتساب ویژگی‌های منفی به زنان (جنسیت‌زدگی پنهان)، آنان را در موقعیتی پایین‌تر از مردان قرار می‌دهد و کلیشه‌های جنسیتی رایج در جامعه را تأیید می‌کند.

۷. نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نویسندگان داستان‌های مورد بررسی در شیوهٔ به‌کارگرفتن اسامی برای زنان و مردان و قرار دادن آنها در مرکز یا حاشیهٔ داستان تفاوت زیادی قائل

نشده‌اند اما زنان بیشتر با ویژگی‌های منفی و منفعل بازنمایی شده‌اند در حالی که مردان بیشتر با ویژگی‌های مثبت و فعال بازنمایی شده‌اند. هم‌چنین صفات منفی برای زنان بیشتر از مردان به کار رفته است در حالی که مردان بیشتر از زنان با صفات مثبت بازنمایی شده‌اند. با توجه به این نتایج، فقط در مورد اسامی به کار رفته برای زنان و مردان و شیوه بازنمایی تصاویر آنها در داستان‌های مورد نظر جنسیت‌زدگی زبانی مشاهده نمی‌شود اما در مورد چگونگی بازنمایی ویژگی‌های عاطفی، شخصیتی و واکنش زنان و مردان و بالاخره در مورد کاربرد صفات، اشارات و کنایات برای این دو جنس، زبان به کار رفته در مطبوعات اجتماعی جنسیت‌زده است.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت زبان مطبوعات اجتماعی ایران به هر دو شکل جنسیت‌زدگی صریح و پنهان مبتلاست، به این صورت که اگرچه در نمونه مورد بررسی در پژوهش حاضر از جنسیت‌زدگی آشکار به‌ویژه در بخش اسامی و تصاویر اجتناب شده است، زنان بیش از مردان شخصیت‌پردازی و مطرح شده و حضور پررنگی در داستان‌ها دارند و ظاهراً حتی تعداد شخصیت‌های زن داستان‌ها بیشتر از تعداد شخصیت‌های مرد است اما حضور کیفی کم‌رنگ و کلیشه‌ای زنان نوعی تبعیض پنهان و درون‌بافتی را نشان می‌دهد. این داستان‌ها با نمایش فرودستی زنان و ایجاد نوعی هم‌ذات‌پنداری با شخصیت‌های داستان در خوانندگان (که عمدتاً زنان هستند) به‌نوعی، کلیشه جنسیتی فرودستی زنان را تأیید و ترویج می‌نمایند. به‌علاوه، با توجه به این که در این داستان‌ها زنان بیشتر با ویژگی‌ها و صفات و اشارات منفی توصیف شده‌اند، هم‌نشینی کلمات منفی با شخصیت‌های زن داستان بار جنسیتی به متن داستان‌ها داده است. بنابراین اگرچه در این داستان‌ها از کاربرد کلمات ناخوشایند درباره زنان خودداری شده و (شاید به‌طور آگاهانه) کلمات مؤدبانه برای هر دو جنس استفاده شده است اما برای بازنمایی و شاید حتی تأیید وجود کلیشه‌های جنسیتی و روابط قدرت در جامعه ایرانی، این داستان‌ها زنان را از نظر ویژگی‌ها و صفاتی که به آنان نسبت داده می‌شود در موقعیتی فرودست قرار داده‌اند.

چنان‌که پیش از این اشاره شد، اهمیت توجه به نقش‌های جنسیتی و نحوه بازنمایی آنان در زبان به کار گرفته شده در رسانه‌ها بر کسی پوشیده نیست. از جمله رسانه‌هایی که در

امر انتقال زبان، فرهنگ، اعتقادات، آداب و رسوم هر کشور از جمله ایران نقش در خور اهمیتی دارد، مطبوعات به‌ویژه بخش اجتماعی آنهاست. در مطبوعات اجتماعی ایران علاوه بر بازنمایی فرهنگ و زبان ایرانی، امر انتقال فرهنگ، ارزش‌گذاری و فرهنگ‌سازی نیز صورت می‌گیرد. داستان‌های چاپ‌شده در مطبوعات پس از گذشتن از صافی‌های متعدد آینه‌ای از فرهنگ، زبان و تفکر ایرانی هستند. از طرف دیگر، هم‌چنان که میلز (۲۰۰۸) معتقد است، جنسیت‌زدگی زبان را نمی‌توان به‌طور ساده یک اشتباه شخصی یا لغزش زبانی دانست که به‌خاطر عدم تفکر یا فقدان آگاهی اتفاق می‌افتد و بنابراین با توجه و تمرکز روی اشتباهات و کاربرد گزینه‌های مناسب قابل‌اصلاح است. میلز معتقد است تبعیض جنسیتی درست مثل تبعیض نژادی و دیگر شکل‌های تبعیض زبانی ریشه در عوامل اجتماعی مهم‌تری دارد؛ از جمله نابرابری قدرت و نزاع بر سر این که چه کسی حق استفاده از موقعیت، منابع و امکانات را دارد. بنابراین شایسته است نویسندگان داستان‌ها با توجه به یافته‌های این پژوهش به روشن شدن ذهن مخاطبان و مبارزه با جنسیت‌زدگی زبانی کمک نموده و ترغیب شوند با القای گفتمان جنسیتی حاکم مبارزه کرده و سعی در ارائه تصویری صحیح و واقعی از زنان داشته باشند.

منابع

- اعزازی، شهلا (۱۳۸۰). تحلیل ساختاری جنسیت در نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران. گردآوری و تنظیم: نسرين جزینی، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- باطنی، محمدرضا (۱۳۷۴). مسائل زبان‌شناسی نوین (ده مقاله). تهران: انتشارات آگاه.
- پاک‌نهاد جبروتی، مریم (۱۳۸۱). فردستی و فردوستی در زبان. تهران: گام نو.
- پرستش، شهرام و فائزه ساسانی‌خواه (۱۳۸۹). «بازنمایی جنسیت در گفتمان رمان (۱۳۷۵ تا ۱۳۸۴)». زن در فرهنگ و هنر (پژوهش زنان). دوره ۱. شماره ۴. صص ۷۴-۵۵.
- حسینی، مریم (۱۳۸۸). «رمزپردازی زن در ادب عرفانی». پژوهش زنان. دوره ۷. شماره ۱. صص ۲۹-۴۵.

۱۵۶ / بررسی زبان جنسیتی در مطبوعات اجتماعی ایران: مطالعه موردی چهار مجله خانوادگی پرتیراژ

دوستی‌زاده، محمدرضا (۱۳۸۷). «اهمیت انتقال فرهنگ در کسب مهارت‌های زبانی». پژوهش زبان‌های خارجی. شماره ۴۶. صص ۸۴-۶۷.

روضاتیان، سیده‌مریم و سید علی اصغر میرباقری‌فرد (۱۳۸۶). «سیمای زن در تذکره‌های اولیای عطار نیشابوری». مطالعات زنان. سال ۵. شماره ۲. صص ۱۴۷-۱۳۵.

شیخاوندی، داور (۱۳۸۴). «بازتاب هویت‌های جنسیتی در کتاب‌های تعلیمات اجتماعی آموزش ابتدایی و دوره راهنمایی تحصیلی». فصلنامه تعلیم و تربیت. شماره ۸۷. صص ۹۳-۲۰.

ظهوروند، راضیه (۱۳۸۵). «تحقق آموزش و پرورش حساس به جنسیت در برنامه‌ریزی آموزشی دوره آموزش عمومی». فصلنامه تعلیم و تربیت. شماره ۸۷. صص ۱۷۴-۱۴۷.

عبداللهی، منیژه (۱۳۸۱). «زنان در شعر نیما یوشیج». مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز. دوره ۱۷. شماره ۲. صص ۹۷-۸۶.

کرمی، محمدحسین و سعید حسام‌پور (۱۳۸۴). «تصویر و جایگاه زن در داستان‌های عامیانه «سمک عیار» و «داراب نامه»». مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز. دوره ۲۲. شماره ۱. صص ۱۳۶-۱۲۵.

مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۳). «بررسی محتوایی و حرفه‌ای مطالب هفت خبرگزاری غیردولتی». فصلنامه رسانه. شماره ۳. صص ۱۲۷-۱۲۶.

میرفخرایی، تژا (۱۳۸۴). «تصویر زن در رمان‌های عامه‌پسند ایرانی». مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۴. صص ۲۲۱-۱۹۷.

نصر، زهرا (۱۳۸۲). «تحلیلی بر جایگاه و موقعیت زن در منظومه‌های غنایی، تعلیمی و عرفانی». مجله علمی و پژوهش دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان. دوره دوم. شماره ۳۲ و ۳۳. صص ۱۸۷-۱۶۹.

نصر اصفهانی، محمدرضا و طاهره میرزایی (۱۳۸۸). «نقد و بررسی دیدگاه‌های جمال‌زاده درباره زن ایرانی». پژوهش‌های زبان و ادبیات فارسی. دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان. شماره ۴. صص ۱۳۰-۱۱۵.

فصلنامه علمی - پژوهشی زبان‌پژوهی دانشگاه الزهراء / ۱۵۷

نوبخت، رضا و نسرین احمدی. (۱۳۸۸). «بررسی نقش و جایگاه زن جنوب در قصه‌های

عامیانه (گپ شو)». پژوهش زنان. دوره ۱. شماره ۱. صص ۶۱-۷۳.

هاشمی، سهیلا و مهرناز شهرآرای (۱۳۸۷). «بررسی باورها و ارزش‌های دانش‌آموزان و

خانواده و کتاب‌های درسی درباره تساوی جنسیت». مطالعات زنان. سال ۶. شماره ۲.

صص ۲۷-۴۶.

واصفی، صبا و حسن ذوالفقاری. (۱۳۸۸). «خشونت علیه زنان در آثار محمود دولت‌آبادی».

پژوهش زنان. دوره ۷. شماره ۱. صص ۶۷-۸۷.

Cameron, D. (1990). "Demythologizing Sociolinguistics: Why Language does not Reflect the Society". *Ideologies of Language*. J. E. Joseph & T.J. Taylor (eds.). London: Routledge. pp. 79-96.

_____ (1992). *Feminism and Linguistic Theory*. London: MacMillan Press Ltd.

Lakoff, R. (1973). "Language and Women Place". *Language in Society*. 2. pp. 45-80.

Mills, S. (2008). *Language and Sexism*. Cambridge: Cambridge University Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی