

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی

مریم مقدم

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی؛ گرایش بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

mrm_moghaddam@yahoo.com

چکیده

ضرورت و اهمیت شناخت کلیشه‌های جنسیتی و بررسی آن‌ها در جامعه، به دلیل اثرات زیان‌آور کلیشه‌هاست. کلیشه‌های جنسیتی به عامل تبعیض میان جنس‌ها بدل می‌شوند. این‌گونه کلیشه‌ها هم بر مردان و هم بر زنان تأثیر منفی می‌گذارند؛ اگرچه تأثیر منفی آن‌ها بر زنان بیش‌تر است، زیرا آن‌ها در این کلیشه‌ها به‌صورت جنس ضعیف و فرودست مطرح می‌شوند. کلیشه یکی از پرکاربردترین مفاهیم در علوم اجتماعی است. فرهنگ و بستر کلیشه را چنین تعریف می‌کند: تصویر ذهنی استاندارد شده‌ای که بین اعضای یک گروه مشترک است. کلیشه‌ها نشانگر عقاید بسیار ساده شده، نگرش‌های احساسی و قضاوت‌های نقد ناپذیرند. در این تعریف اشاره مستقیمی به نگرش‌های منفی نسبت به گروه هدف نشده است. این اصطلاح برای اولین بار در سال ۱۷۹۸ به کار گرفته شد و معنای اصلی آن، قالب فلزی برای شکل دادن به چیزهای مختلف بود. بازنمایی زنان در رسانه‌های جمعی با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی در جامعه سازگاری دارند. در مورد بازنمایی مناسبات جنسیتی، معمولاً مردان به‌صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر به تصویر کشیده می‌شوند. در مقابل، زنان معمولاً تابع، منفعل، تسلیم و کم‌اهمیت‌اند. در واقع، رسانه‌ها با نشان دادن مردان و زنان به این صورت، بر ماهیت نقش جنسیتی و عدم برابری جنسیتی صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی، رسانه‌های جمعی نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده می‌گیرند. پیرو تغییرات صنعتی که در نیمه‌ی دوم قرن بیستم در جوامع صنعتی به وجود آمد، ضرورت سواد و آموزش نظام‌مند رفته‌رفته در بیشتر کشورهای جهان پذیرفته شد؛ لذا وظیفه مدرسه تنها آموزش خواندن و نوشتن به کودکان نیست، بلکه با توجه به بررسی‌های انجام‌یافته، بخشی از رشد و پرورش جسمی، روانی و اجتماعی کودک نیز از کارکردهای اساسی مدرسه است. بنابراین، اندیشه‌هایی که در ذهن فرد در حال رشد، در مورد جنسیت و نقش‌های جنسیتی شکل می‌گیرد، در آینده جهت دهنده‌ی انواع فعالیت‌ها، علایق و دست‌آوردهای بعدی کودک محسوب می‌شود. در فرآیند رشد، بافت‌های اجتماعی با تکرار پیام‌های جنسیتی، باورها، ارزش‌ها و نیز جهت‌گیری فکری او را در برخورد با نقش‌های جنسیتی و نابرابری جنسیتی، تکوین و ترجیحاً تغییر شکل می‌دهند. بنابراین، ارائه چگونگی تصاویر و محتوا در کتاب‌های درسی دارای اهمیت فراوانی است؛ زیرا از طریق آن‌ها کودک رابطه‌ای بین آموزش و واقعیات اجتماعی به دست می‌آورد. بسیاری از فمینیست‌های معاصر برای رهایی زنان از سلطه‌ی مردان، خواهان جامعه‌ای فارغ از جنسیت شده‌اند که در آن، حقوق و وظایف اساسی بر پایه جنس بیولوژیک تعیین نشوند. آرمان دوجنسیتی که از تأکید و حمایت ویژه‌ی فمینیست‌های لیبرال برخوردار است، به جنبه‌ی اثباتی اهداف فمینیستی اشاره دارد. بسیاری از طرفداران آندروژنی، از دوجنسیتی واحد، و عده‌ای نیز از دوجنسیتی متکثر جانب‌داری کرده‌اند. مقصود از دوجنسیتی واحد، سنخ شخصیتی واحد یا متحدی است که بهترین ویژگی‌های جنسیتی مردانه و زنانه، به‌طور تلفیقی در آن تجسم می‌یابند و این سنخ شخصیتی برای همگان مفروض گرفته می‌شود. دوجنسیتی متکثر نیز اشاره به سنخ‌های شخصیتی متنوعی دارد که از زنانگی خالص تا مردانگی خالص در نوسان‌اند و طبعاً شخصیت‌های

آمیخته از زنانگی و مردانگی نیز در میان آن‌ها قرار می‌گیرند. در این مقاله سعی بر آن است که به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی پرداخته و نقش آموزش و پرورش و رسانه‌ها در تولید کلیشه‌ها مورد بررسی قرار گیرد و همچنین توصیف و تشریح مفهوم آندروژنی و فواید آن برای جامعه از مباحث مورد بحث در این پژوهش می‌باشد.

واژگان کلیدی: کلیشه‌های جنسیتی، تصورات قالبی^۱، جنسیت، دو جنسیتی^۲

۱- مقدمه

ضرورت و اهمیت شناخت کلیشه‌های جنسیتی و بررسی آن‌ها در جامعه، به دلیل اثرات زیان‌آور کلیشه‌هاست. از مهم‌ترین اثرات زیان‌آور کلیشه‌های جنسیتی می‌توان به این مسئله کرد که کلیشه‌های جنسیتی به عامل تبعیض میان جنس‌ها بدل می‌شوند. این‌گونه کلیشه‌ها هم بر مردان و هم بر زنان تاثیر منفی می‌گذارند؛ اگرچه تاثیر منفی آن‌ها بر زنان بیش تر است، زیرا آن‌ها در این کلیشه‌ها به صورت جنس ضعیف و فرو دست مطرح می‌شوند. در واقع این کلیشه‌ها زنان را به عنوان انسان‌هایی برخوردار از حقوق کامل به رسمیت نمی‌شناسند، از برقراری روابط هماهنگ و برابر میان افراد دو جنس و از شرکت کامل زنان در پیشرفت جامعه ی خود جلوگیری می‌کنند و بدین ترتیب زنان را از شکوفایی تام توانایی‌های انسانی خود باز می‌دارند. از طرفی دیگر کلیشه‌های جنسیتی مردان را از شکوفایی همه جانبه ی احساسات و انسانیت آن‌ها باز می‌دارند و باعث می‌شوند هرچه بیشتر به سمت خشونت، رقابت، پرخاشگری، بی‌اعتنایی و بی‌احساسی پیش روند (میشل، ۱۳۷۶، به نقل از حسینی و دشتی، ۱۳۹۱: ۳۱). بر اساس کلیشه‌های جنسیتی، زنان و مردان در جامعه دارای ویژگی‌های خاص، رفتار خاص و حالات روانی خاص هستند و در نهایت قابلیت انجام وظایف و کارهایی را دارند که به طور معمول با یکدیگر متفاوت اند. کلیشه سازی از طرفی خصوصیات و توانایی‌هایی را به زنان اختصاص می‌دهد که در مردان از آن‌ها نشانه ای نیست و از طرف دیگر توانایی‌ها و خصوصیتی را به مردان نسبت می‌دهد که زنان از آن بی‌بهره اند (اعزاز، ۱۳۸۰: ۴۵). بین جنس و جنسیت تفاوت‌های معناداری وجود دارد که منشاء آن را باید در فرهنگ جست و جو کرد. جنس به تفاوت‌های زیست‌شناختی زن و مرد اشاره دارد و جنسیت، ویژگی‌های شخصیتی و روانی است که جامعه آن‌ها را تعیین می‌کند. مفهوم جنسیت که از معنای نر و ماده بودن به دست می‌آید و جامعه بر زنان و مردان اطلاق می‌کند، با توجه به فرهنگ و سنت تعریف می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که جوامع گوناگون نقش‌ها و خصوصیات زنان و مردان را متفاوت و گاهی کاملاً مغایر با یکدیگر تعریف می‌کنند (توروس و روزایو، ۱۳۵۷). در فرهنگ ما اینکه مرد نباید گریه کند؛ زن احساساتی است و نمی‌تواند قضاوت درستی بکند یا اینکه زن ترسو، خرافاتی و نازک دل است؛ مرد سنگ دل، پرخاشگر و سلطه جو است، نمونه‌های معدودی از فهرست طولانی کلیشه‌های جنسیتی است که این کلیشه‌ها، در نهایت به پیش‌داوری و تبعیض جنسیتی منجر می‌شوند. لذا شناسایی میزان شیوع کلیشه‌های جنسیتی نیز عوامل مؤثر بر تشکیل و ترویج آن‌ها می‌تواند گامی مهم در پیشگیری از پیش‌داوری و تبعیض جنسیتی (به ویژه علیه زنان) محسوب گردد و نقش آن‌ها در فرآیند توسعه بر جسته نماید (ریاحی، ۱۳۸۶: ۱۱۳).

محتوای کلیشه‌های جنسیتی دارای چهار مولفه ی جدا از هم است که مرم برای جدا کردن زنان و مردان از آن استفاده می‌کنند. این چهار مولفه عبارت‌اند از: صفات، رفتارها، ویژگی‌های فیزیکی و مشاغل. این مولفه‌ها نسبتاً مستقل از یکدیگر هستند اما افراد معمولاً یک سری از آنان را به زنان و سری دیگر را به مردان نسبت می‌دهند. به عبارت دیگر، بر اساس دانش حاصل از یک مولفه، ارزیابی به سه مولفه ی دیگر نیز بسط داده می‌شود (حجازی، ۱۳۸۰). باور افراد به تفاوت‌های جنسیتی در توانایی‌های مختلف از جمله توانایی زبان‌آموزی، توانایی یادگیری ریاضی و علوم کامپیوتر و نظایر آن، موجب می‌شود که در تقسیم کار اجتماعی نیز نوعی نابرابری جنسیتی مشاهده شود. وجود کلیشه‌های مبنی بر استعداد بیشتر پسران در یادگیری ریاضی و

1- stereotypes
2- androgynous

توان بالای دختران در فنون زبانی، مانند خواندن و نوشتن، فیلتر مهمی در انتخاب شغلی بعدی خواهد شد (حسین زاده و ممبئی، ۱۳۹۰: ۷۰). تفاوت های جنسیتی در کلاس درس ممکن است به تفاوت های جنسیتی در انتخاب شغل نیز بیانجامد. بنابراین وجود کلیشه‌ها ی جنسیتی هم در سپهر خصوصی، یعنی خانه و خانواده، و هم در سپهر عمومی، یعنی اجتماع و بازار کار، زنان را در موقعیت فرودستی قرار می دهد و هر کدام در بازتولید این جایگاه نا برابر نقش فعال دارد (شادی طلب، ۱۳۸۱).

۱-۱- سوال و هدف تحقیق

حال با بیان مقدمه پیش گفته می توان سوال تحقیق را اینطور صورت بندی کرد که عوامل اجتماعی موثر بر تولید کلیشه‌های جنسیتی چیست؟ چگونه می توان از ایجاد تفکرات قالبی و کلیشه جنسیتی دوری کرد؟ آیا آندروژنی می تواند نسخه ای برای بهبود جامعه ای که دچار کلیشه‌های جنسیتی است باشد؟ یکی از اهداف این تحقیق می تواند شناخت عواملی باشد که در شکل گیری کلیشه‌های جنسیتی موثر هستند، باشد و اصلی ترین هدف این تحقیق رسیدن به راه کاری برای جلوگیری از تولید و باز تولید کلیشه‌های جنسیتی و تفکرات قالبی می باشد. در این پژوهش توصیه هایی برای هر چه کمرنگ تر شدن کلیشه‌های جنسیتی ارائه شده است.

۲- ادبیات نظری

کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی در برگزیده اطلاعات درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل است. مهم ترین نکته آن است که این ابعاد متنوع به هم مربوطند. صرف شناخت این که یک فرد زن است این معنی ضمنی را دارد که آن فرد خصوصیات جسمانی خاص (صدای آرام، ظریف و زیبا) و صفات روانی خاص (مهرورز، وابسته، ضعیف و عاطفی) خواهد داشت و به فعالیت های خاص (مراقبت از کودک، آشپزی و باغبانی) خواهد پرداخت (حجازی و رضادوست، ۱۳۹۱: ۵۹). کلیشه‌ها به قدری اهمیت دارند که به نظر می رسد یکی از مهم ترین واقعیت های زندگی اجتماعی است به گونه ای که برخی متفکران معتقدند «کلیشه سازی پدیده اصلی زندگی اجتماعی است و به خوبی ثابت شده که کلیشه‌ها می توانند قضاوت های اعضای گروه ها را تحت تاثیر قرار دهند.» (فیسک و همکاران، ۱۹۹۱؛ کاندو و تاگارد، ۱۹۹۶ به نقل از معینی فر) به طور مثال «زمانی که سفید پوستی که دارای طرز فکر کلیشه ای است با سیاه پوستی روبرو می شود، سعی نمی کند رفتار خاص او را مورد قضاوت قرار دهد، بلکه بر مبنای همین القای کلیشه ای او را دارای صفات منفی و غیر قابل تغییر می داند. (دی فلور و دنیس، به نقل از معینی فر).

۲-۱- تعریف

کلیشه‌های جنسیتی، مجموعه ای از باورهای ذهنی است که مبنای نگرش فرهنگی و اجتماعی به مفهوم جنسیت^۱ قرار می گیرند. به عبارتی وجود این کلیشه‌ها باعث می شود که ویژگی‌های خاصی به طور جداگانه به زنان/مردان تعلق گرفته، به گونه ای که چنین مشخصاتی به لحاظ «خاص بودگی»^۲ ویژه ی تنها ی جنس تلقی شوند. بدین ترتیب مبنای قضاوت در مورد زن بودگی / مرد بودگی عمل فرد نیست، بلکه جنسیت وی تعیین می کند که او دارای چه خصوصیات مثبت یا منفی غیر قابل تغییر یا تعدیل - صرف نظر از درست بودن قضاوت ارزشی- است. این کلیشه‌ها بیش از هر چیز در سطح زبان خود را نشان می دهد و به شکل گزاره های مفهومی کاربرد دارد و بدین ترتیب در ادبیات و زبان هر جامعه ای به وفور پیدا می شود (همان).

آندره میشل^۳ (Mitchell, 2002) در کتاب خود با عنوان پیکار با تبعیض جنسیتی با بررسی پژوهش هایی که در سطوح بین المللی و برای یونسکو صورت پذیرفته است، نمونه هایی از تصورات قالبی و کلیشه‌های جنسیتی مشترک در سطح دنیا درباره زنان و مردان را ارائه می دهد:

1- gender
2- specific
3- Andre Mitchell

از نظر میشل کلیشه‌های جنسیتی را در چهار دسته کلی می‌توان جای داد:

۱. نقش‌های گوناگون در درون خانواده: مادر، نقش خدمت‌رسان خانوادگی و وابسته به همسر را به عهده دارد و پدر نقش نان‌آور و تکیه‌گاه را.
۲. خصوصیات شخصیتی: پسران و مردان آفریننده، تصمیم‌گیر و اهل عمل هستند (فعال)، اما دختران وابسته و نظاره‌گر (منفعل).
۳. نقش‌های اجتماعی و سیاسی: زنان اگر هم، در سطوح اجتماعی فعال باشند، در سطوح کوچک و محلی فعالند، اما مردان از مسئولیت برخوردارند و یا رهبر سیاسی هستند.
۴. نقش حرفه‌ای: مشاغل به دو بخش زنانه و مردانه تقسیم شده‌اند. زنان منشی یا پرستارند و مردان کارفرما و یا پزشک.
۵. کلیشه‌ها، باورها و نگرش‌ها به مردانگی و زنانگی را شکل داده و بدین ترتیب بر نقش‌های اجتماعی که هر یک از زن و مرد می‌توانند بپذیرند، اثر می‌گذارند (حجازی و رضادوست، ۱۳۹۱: ۵۹).

بر اساس دیدگاه مارتین و همکاران، کودکان در سه سالگی علایمی که دال بر وجود کلیشه‌های جنسیتی باشد، از خود نشان می‌دهند. آنان در فاصله چهار تا شش سالگی بر اساس کلیشه‌سازی جنسیتی شروع به قضاوت در مورد کودکانی می‌کنند که فعالیت‌ها و علایق مشابهی با آنان در مورد اسباب بازی دارند، اما هنوز قادر به ارزیابی کلیشه‌ای در مورد کودکانی که علایقشان متفاوت از آنان است، نیستند. آن‌ها بر این باورند که تحول کلیشه‌ها در سه مرحله صورت می‌گیرد: در مرحله نخست کودک نمی‌تواند رفتار و ویژگی‌های مرتبط با جنس را تشخیص دهد و کلیشه‌های جنسیتی وجود ندارند. در مرحله دوم این تشخیص به گونه غیر مستقیم صورت می‌گیرد و او رفتارها و ویژگی‌ها را به صورت غیر مستقیم به جنسیت اسناد دهی می‌کند. این اسناد دهی فقط برای همجنسان است، در خلال این مرحله کلیشه‌های مربوط به خود رشد پیدا می‌کنند. در مرحله نهایی یعنی مرحله سوم، کودک می‌تواند رفتار مرتبط با جنسیت را برای هم جنس و غیر هم جنس معین کند و کلیشه‌ها را برای جنس خود و جنس دیگر توسعه دهد. زمانی که دانش کلیشه‌ای ایجاد شد از یک سو باعث پذیرش این کلیشه‌ها می‌شود و از سوی دیگر، به فرد توانایی می‌دهد که مطابق با کلیشه‌های جنسیتی عمل نکند و این حالت انعطاف‌پذیری جنسیتی را در فرد ایجاد می‌کند (خسروتاش، ۱۳۸۲).

والتر لیپمن^۱ نخستین کسی است که در کتابش با عنوان فرهنگ عامه، تفکر قالبی را به معنای تصاویر ثابت و محدود در ذهن به کار برد. در نظر او کلیشه‌ها یا تفکرات قالبی شامل: باورها، اندیشه‌ها و قالب‌های ساخته و پرداخته ذهنی بود که به ادراکات شخص از محیط پیرامون خود، رنگ و هیأت خاصی می‌بخشند و به صورت میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند (ستوده، ۱۳۸۰: ۱۷۵). می‌توان دو خصوصیت واضح را برای تفکرات قالبی در نظر گرفت: اولاً، تفکرات قالب در برابر تغییر، مقاومت نشان می‌دهند ثانیاً، عموماً معانی محدود و تحقیرآمیز را ارائه می‌دهند (حسین زاده و ممبئی، ۱۳۹۰: ۷۵).

۲-۲- نظریه طرحواره جنسیتی^۲

بم^۳ (۱۹۸۱) نظریه طرحواره را برای شناخت فرآیند سنخیت جنسی در نظریه طرحواره جنسیتی خود به کار گرفت. فرض او این است که هر یک از ما به عنوان بخشی از ساختار دانش خود طرحواره جنسیتی یا مجموعه‌ای از تداعی‌های مرتبط با جنسیت داریم، وانگهی، طرحواره جنسیتی آمادگی یا زمینه اصلی را برای پردازش اطلاعات بر اساس جنسیت عرضه می‌کند (حجازی و رضا دوست، ۱۳۹۱: ۶۱). بم می‌گوید فرآیند سنخیت جنسی یا اکتساب نقش جنسیتی در کودکان نتیجه یادگیری تدریجی کودک از محتوای طرحواره جنسیتی جامعه است. تداعی‌های مرتبط با جنسیت، که طرحواره را شکل

1- Walter lippmann

2- gender schema theory

3- Sandra Beem

می‌دهند، بسیار هستند: پسران قوی و محکم هستند، دختران زیبا هستند. شاید صرفاً از صفاتی که بزرگسالان برای کودکان به کار می‌گیرند آموخته‌اند، پسران هرگز خوشگل خطاب نمی‌شوند و یا به ندرت این‌گونه خطاب می‌شوند، هرگز دختران را قوی نمی‌نامیم و یا به ندرت این کلمه در مورد دختران به کار برده می‌شود. دختران برای اینکه مادر شوند بزرگ می‌شوند، ولی پسران نه. طرحواره جنسیتی ارتباط نزدیکی با خود پنداره دارد. یک دختر پنج ساله می‌داند که دختر است و طرحواره ای جنسیتی دارد که، به معنایی که او از دختر بودن خود دارد، مربوط است. پس احترام به خویشتن در آن دختر کوچک بستگی می‌یابد به اینکه تا چه حد او بتواند به خوبی با طرحواره ی دختر بودن خود هماهنگی داشته باشد. او در این مرحله از لحاظ درونی برانگیخته می‌شود تا از نقش جنسیتی زن در جامعه پیروی کند. جامعه او را وادار نمی‌کند که آن نقش را بپذیرد، او با رغبت آن نقش را می‌پذیرد و در این فرآیند احساس خوبی نسبت به خود دارد (زرگر شیرازی، ۱۳۸۹: ۴۱). پس در هر جامعه ای، کودک همراه با تحول، از طرحواره های جنسیتی موجود در جامعه نیز شناخت حاصل می‌کند. بر مبنای این طرحواره ها الگوهای نقش های جنسیتی و رفتار مناسب در اجتماع را می‌آموزد و بدین ترتیب خودپنداره در بزرگسالی نیز شکل گرفته و چارچوبی برای مفاهیم مردانگی و زنانگی فردی به دست می‌آید (حجازی و رضادوست، ۱۳۹۱: ۶۱). چون زنانگی و مردانگی به لحاظ اجتماعی ساخته شده و توسعه یافته‌اند، نقش های زنانگی و مردانگی به وسیله مردمی که فرهنگ مشترک دارند، تولید و بازتولید می‌شوند. به بیان دیگر، زنانگی و مردانگی ثابت نمی‌مانند و بر حسب مکان و زمان متغیر خواهند بود (همان). نظریه بم ترکیب های ویژه ای برای هویت نقش جنسیتی قائل است:

- نقش سنتی مردانه با درجه نسبتاً بالای مردانگی و نسبتاً پایین زنانگی.
- نقش سنتی زنانه با درجه نسبتاً بالای زنانگی و نسبتاً پایین زنانگی.
- نقش دو جنسیتی با موقعیت و درجه نسبتاً بالای مردانگی و زنانگی نسبت به هر دو جنس. افراد دو جنسیتی کسانی هستند که میان استفاده از ویژگی های مردانه و زنانه تعادل برقرار کرده و در موقعیت های گوناگون از نقش های مردانه و زنانه مورد نیازشان استفاده می‌کنند.
- نقش جنسیتی نامتمایز که دارای درجه نسبتاً پایین زنانگی و مردانگی نسبت به هر دو جنس (ظهره وند، ۱۳۷۵).

۳-۲- نظریه شخصیت اقتدار گرا

نویت سانفورد^۱، دانیل لوینسون^۲ و آدرنو^۳ معتقدند که خود محوری و فاشیسم جزئی از ویژگی های اقتدارگرایی است. افراد اقتدارگرا در خانواده هایی رشد می‌کنند که اقتدار پدر همیشه تضمین کننده بهترین تصمیمات بوده است. در این خانواده، ارزش ها یک بار برای همیشه تعریف می‌شوند و اعضای خانواده نمی‌توانند نظرات مخالف خود را بیان نمایند. این چنین خانواده ای از بروز دشمنی و نفرت در خانواده جلوگیری می‌نمایند، اما باعث می‌شود اعضای خانواده این احساس را به سوی افراد خارج از خانه هدایت نمایند. در واقع این افراد خشم خود را به سوی افراد خارج از خانواده سوق می‌دهند. تفکر این افراد حالت سخت، بدون انعطاف و کلیشه ای دارد. که باعث شکل گیری دیدگاه دو وجهی مطلق در آنها می‌شود. احتمال پیدایش کلیشه‌ها در افراد اقتدارگرا زیاد است (گروسی، ۱۳۹۵: ۷۰).

۳- پیشینه تحقیق

معینی فر (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در رسانه بیان می‌کند؛ بارزترین کلیشه ای که از مجموع نتایج تحلیل کیفی یافت می‌شود آن است که مردان در نقش مهاجم و معترض به زنان، و در مقابل زنان به صورت قربانی بازنمایی شده‌اند. در یافته های به دست آمده عنوان شده است؛ زنان باز هم سوژه های جنسی هستند، سوژه هایی که به

1- Nevitt Sanford
2- Daniel Levinson
3- Adorno

دلیل جنسیت زنانه به جهت استفاده در نقش جنسی مورد آزار، اذیت و تعرض قرار می‌گیرند. نکته‌ی بسیار مهمی که در پژوهش فوق‌متذکر شده است، عرف شایع اجتماعی در جامعه‌ی ماست که این کلیشه‌سازی‌ها را مورد تایید قرار می‌دهد. معینی فر به تصویر زن در صفحه حوادث روزنامه همشهری اشاره می‌کند، که در آن هر دو نوع کلیشه‌سازی توصیفی و تجویزی به چشم می‌خورد (معینی فر، ۱۳۸۸).

ثقفی و راد (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه کلیشه‌های جنسیتی با مشارکت اجتماعی در بین دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شهر میاندوآب بیان می‌کنند؛ که بین کلیشه‌های جنسیتی سنتی و مدرن و میزان گرایش به مشارکت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. آنها بیان می‌کنند با توجه به سنتی بودن جامعه مورد مطالعه به طور خاص و کشورمان به طور عام می‌توان این‌گونه تبیین کرد که هرچقدر کلیشه‌های جنسیتی در جامعه بیشتر باشد و فرصت‌های تحرک فردی در جامعه محدودتر، در نتیجه تبعیض و مردسالاری در جامعه افزایش خواهد یافت. در نتیجه زنان و دختران تحصیل کرده جامعه برای رهایی از وضع موجود گرایش به مشارکت اجتماعی پیدا می‌کنند، تا بدین صورت از کلیشه‌های جنسیتی موجود در جامعه کاسته شده و از عواقب آن جلوگیری شود (ثقفی و راد، ۱۳۹۴).

سفیری و راوندی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان کلیشه‌های جنسیتی و سلامت اجتماعی بیان می‌کنند؛ تقویت تعاریفی که مردان از خود بر اساس کلیشه‌های جنسیتی داشته‌اند به ارزش گذاری مثبت آن‌ها از کارایی خود در جامعه منجر شده است، چرا که کلیشه‌های جنسیتی مردانه با تعاریف مثبت و تایید آن‌ها در جامعه همراه بوده است و در مقابل زنان هستند که تقویت کلیشه‌های منفی درباره‌ی خودشان، آن‌ها را از حضوری مثبت و فعال در جامعه باز می‌دارد. بر اساس نتایج پژوهش حاضر، تقویت کلیشه‌های جنسیتی مثبت، عمدتاً در مردان، حس مفید بودن در جامعه را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر تقویت کلیشه‌های جنسیتی منفی در زنانی که سطح تحصیلات پایینی دارند، به کاهش خصوصیات مثبتی برای رشد و تعالی فردی و اجتماعی آن‌ها منجر شده است (سفیری و راوندی، ۱۳۹۴).

حسین زاده و ممبئی (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان عوامل اجتماعی بر میزان باورپذیری کلیشه‌های جنسیتی در دو سچهر عمومی و خصوصی؛ که بر مبنای یک پیمایش ۶۰۰ نفره در بین دانشجویان پسر و دختر دانشگاه‌های آزاد اسلامی شوشتر و شهید چمران اهواز انجام گرفته، نشان می‌دهد که در خانواده‌های با ساختار قدرت پدرسالار، نسبت به خانواده‌های با ساختار قدرت مادرسالار و خانواده‌های مشارکتی، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بیشتر است. از دیگر یافته‌های تحقیق، این است که مردان کلیشه‌ای‌تر از زنان فکر و رفتار می‌کنند (حسین زاده و ممبئی، ۱۳۹۰).

۴- کلیشه‌های جنسیتی و جامعه‌پذیری جنسیتی زنان و مطالعات فرهنگی

جامعه‌پذیری یکی از مفاهیم کلیدی در جامعه‌شناسی است. از راه فرآیند جامعه‌پذیری ارزش‌ها، هنجارها، نقش و باورهای مورد پذیرش اکثریت جامعه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. اساساً فرهنگ هر جامعه از راه فرآیند جامعه‌پذیری فرا گرفته می‌شود (احمدنیا، ۱۳۸۲). کلیشه یکی از پرکاربردترین مفاهیم در علوم اجتماعی است. فرهنگ وبستر کلیشه را چنین تعریف می‌کند: تصویر ذهنی استاندارد شده‌ای که بین اعضای یک گروه مشترک است. کلیشه‌ها نشانگر عقاید بسیار ساده شده، نگرش‌های احساسی و قضاوت‌های نقد ناپذیرند. در این تعریف اشاره مستقیمی به نگرش‌های منفی نسبت به گروه هدف نشده است. این اصطلاح برای اولین بار در سال ۱۷۹۸ به کار گرفته شد و معنای اصلی آن، قالب فلزی برای شکل دادن به چیزهای مختلف بود. این واژه از ترکیب دو کلمه یونانی استروس و توپوس به معنای نظرات سخت و غیر قابل تغییر تشکیل شده است. روان‌شناسان و روان‌پزشکان، پیش از این از اصطلاح مشابهی از همین ریشه استفاده می‌کردند. قصد آنها از کاربرد این اصطلاح، توصیف تکرار مکرر و ماشین‌وار حرکات، حالات و صحبت‌های مشابه درون یک گروه بود. البته هنوز هم برخی مردم‌شناسان و روان‌شناسان بالینی از این اصطلاح برای اشاره به رفتارهای سخت شده، تکراری و یکنواخت استفاده می‌کنند. روان‌شناسان اجتماعی بر خلاف گروه‌های قبل، از این اصطلاح برای توصیف نگرش‌های کلیشه‌شده استفاده می‌کنند، نه رفتارهای قالبی و تکراری (گروس، ۱۳۹۵: ۶۱-۶۰).

والتر لیپمن متفکر سیاسی مشهور آمریکایی برای نخستین بار در سال ۱۹۲۲، کلیشه را به علوم اجتماعی وارد کرد. از نظر وی کلیشه به معنای تصاویر موجود در ذهن انسان بود، مفهومی نیمه انسان ساخته و نیمه محیط ساخته. از نظر وی انسان نمی تواند به واقعیت های موجود واکنش نشان دهد، بلکه فقط می تواند به تصاویر بازنمایی شده از واقعیت در ذهن، عکس العمل نشان دهد. محیط واقعی بسیار بزرگتر و پیچیده تر از آن است که بتوان مستقیماً در برابر آن عمل کرد، پس انسان باید نقشه ای ذهنی برای عمل در برابر جهان پیرامون داشته باشد. کلیشه ها همین نقشه ها هستند. برداشت لیپمن بسیار نزدیک به دیدگاه های امروزی در جامعه شناسی است. در واقع انسان ها برای واکنش نشان دادن به جهان پیرامونی، مجبورند دست به ساخت آن ها در ذهن بزنند. کلیشه ها از دیدگاه لیپمن نقش فیلتر دو سویه ای را بازی می کنند: از یک سو در نقش ادراکات و از سوی دیگر در نقش کنش. برخی معتقدند که تعریف واقعیات قبل از مشاهده آن ها یا حتی همزمان با مشاهده، فقط می تواند به معنا سازی اشتباه منتهی شود (لینس، ۱۹۹۴).

وود (۱۹۹۹) ضمن تعریف کلیشه به عنوان تعمیم بخشی وسیع در خصوص طبقه ای از پدیده ها، معتقد است که کلیشه مبتنی بر شناخت محدود از برخی جنبه های بعضی از اعضای آن طبقه است. او معتقد است زمانی که افراد از باور قالبی یا کلیشه استفاده می کنند، از برچسب عامی برای توصیف همه اعضای یک گروه استفاده می کنند. به این ترتیب کلیشه ها به صورت نماد برای معرفی و شناسایی یک گروه، مثلاً یک گروه جنسیتی مورد استفاده قرار می گیرند. برای مثال، اگر تعداد زیادی از زنان که در اطراف فرد زندگی می کنند علاقه ای به ورزش نداشته باشند و فرد این صفت را به همه زنان، بدون در نظر گرفتن زنانی که ورزشکارند تعمیم دهد، کلیشه ای پدید آمده است که افراد متعددی از آن به عنوان نمادی برای شناسایی زنان استفاده می کنند. در اغلب فرهنگ ها، مردان قوی و عقلانی تصویر می شوند و زنان ضعیف و احساساتی، در واقع کلیشه های فرهنگی این دیدگاه های جنسیتی را ایجاد و تقویت می نمایند و چهارچوب ادراکی ما و دیگران را شکل می دهند. از این چهارچوب ادراکی برای قضاوت در مورد اعضای هر دو گروه جنسیتی استفاده می شود. یکی از ویژگی های اکثر زبان ها به خصوص زبان فارسی، قطبی بودن آن است برای مثال، نرم-زبر، تند-کند و... این قطبی بودن زبان تفکر قطبی را شدت می بخشد، یعنی در این نوع تفکر موارد مختلف همیشه در گروه های متضاد قالب بندی می شوند. شاید یکی از مبانی تشکیل کلیشه ها همین زبان قطبی شده است. جهان و آنچه در آن است به دو بخش تقسیم می شود: بخش متعلق به زنان و بخشی متعلق به مردان؛ برای مثال، احساسات و عواطف برای زنان و عقلانیت و خرد برای مردان در نظر گرفته می شود علاوه بر صفات، حتی توانایی ها و کیفیات هم، به زنانه و مردانه تقسیم می شوند. زبان با ویژگی قطب بندی خود، به طور دائمی قطبی شدن جنسیت را تولید و بازتولید می کند (گروسی، ۱۳۹۵: ۶۸).

از نظر هینتون^۱ منشاء پیدایش کلیشه دو چیز است:

۱. محدودیت فرآیندهای شناختی انسان، به این ترتیب ادراک و شناخت از فرآیند ساخت تصاویر فوق العاده ساده شده از جهان به دست می آید؛

۲. محتوای کلیشه از بستر فرهنگی که فرد در آن رشد کرده است، ریشه می گیرد.

کلیشه با ویژگی هایی همچون غیر منعطف بودن و نداشتن آمادگی برای تغییر مشخص می شود. هینتون معتقد است از آنجا که محتوای اکثر کلیشه ها غیر دقیق، نادرست و منفی است؛ خطر فرو غلطیدن به دام پیشداوری نسبت به بعضی گروه ها بسیار شدید است (هینتون، ۲۰۰۰).

1- Vood
2- Hinton

۵- رسانه و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی

زن و مرد به گونه‌های مختلفی در رسانه‌ها معرفی می‌شوند. کسانی که علاقمند به مسائل زنان هستند، به خوبی می‌دانند که معرفی زن در رسانه‌ها موضوعی مهم و قابل بحث است. موارد زیر بازگو کننده ویژگی زنان بر اساس پنداشت‌های قالبی و کلیشه‌ها در رسانه می‌باشد:

۱. زنان نسبتاً نامرئی هستند. در آگهی‌های تجارتي تلوزیون و صفحه‌های روزنامه‌ها، میزان حضور مردان بیش از دو برابر زنان است.

۲. زنان نسبتاً ناشنیده هستند. هرگاه زنان زیاد دیده نشوند، طبعاً زیاد هم شنیده نمی‌شوند. در رسانه‌ها مانند رادیو و تلوزیون اغلب صدای مردان را می‌شنویم تا صدای زن‌ها را.

۳. با وجود افزایش شمار زنان در مشاغل مختلف در سال‌های اخیر، رسانه‌ها در معرفی آنان به افراد جامعه، تغییرات اصولی صورت نداده‌اند. زنانی هم که در تلوزیون نشان داده می‌شوند کم‌تر از میان زنان شاغل و بیشتر زنان خانه‌دار هستند. درحالی‌که زنان متخصص مایل هستند از راه رسانه‌ها شناسانده شوند.

۴. در رسانه‌ها هر کجا صحبت از خانواده هست تنها بر نقش سنتی زنان و کم‌تر بر تخصص و توانایی‌های آن‌ها تکیه می‌شود. در سریال‌های تلوزیونی، اغلب زنان را در خدمت مردان به تصویر می‌کشند و اغلب، مردانند که به عنوان صاحب قدرت به زنان می‌گویند چه بکنند چه نکنند.

۵. زنان افرادی انفعالی، وابسته و نه چندان باهوش معرفی می‌شوند. زنان به ویژه در تلوزیون به نوعی، جنس دست دوم و پایین‌تر از مرد به تصویر کشیده می‌شوند.

۶. در جوامع غربی از بدن و اندام زنان به شیوه‌ای ابزاری و متفاوت از مردان در آگهی‌های تجارتي و تبلیغاتی استفاده می‌شود و زنان با کارکرد تزئینی و اغواگری و نماد زیبایی و مسائل جنسی به گونه‌ای در خدمت خواست‌ها و نیازهای مردان معرفی می‌شوند که این خود مقام و منزلت و جایگاه زن را به حدافا تنزل می‌دهد. در روزنامه‌ها و مجله‌ها معمولاً صورت مردان با قدرت و جدی و زنان را با تصویری از تمام بدن و بعضاً نیمه برهنه و در حال انجام فعالیت‌های غیر ماهرانه نشان می‌دهند.

۷. زنان متعلق به نژادها و اقوام مختلف، با روش‌های سوگیرانه معرفی می‌شوند. زنان سیاهپوست اغلب به عنوان مستخدمه‌ی سفیدپوستان معرفی می‌شوند. با وجود تغییرات بسیاری که در این زمینه رخ داده است، ولی رسانه‌ها هنوز هم در توصیف زنان سیاه‌پوست و فرهنگ آمریکایی توفیق چندانی نداشته‌اند. زنان شرقی نیز در نهایت آزادی و کم‌رویی، همانند عروسک چینی و یا به عنوان زنی دیو صفت به تصویر کشیده می‌شوند (نوابی نژاد، ۱۳۹۱: ۱۳۱-۱۲۹).

بازنمایی زنان در رسانه‌های جمعی با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی در جامعه سازگاری دارند. در مورد بازنمایی مناسبات جنسیتی، معمولاً مردان به صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر به تصویر کشیده می‌شوند. در مقابل، زنان معمولاً تابع، منفعل، تسلیم و کم‌اهمیت‌اند. در واقع، رسانه‌ها با نشان دادن مردان و زنان به این صورت، بر ماهیت نقش جنسیتی و عدم برابری جنسیتی صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی، رسانه‌های جمعی نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده می‌گیرند (معینی فر، ۱۳۸۸: ۱۶۸).

فناي نمادین^۱ زنان به عدم توجه به تولید فرهنگی و باز تولید رسانه‌ای به زنان و در نتیجه در حاشیه قرار گرفتن و ناچیز محسوب شدن زنان و منافع آن‌ها اشاره می‌کند. فنا سازی نمادین زنان به این معنی است که زندگی و منافع آن‌ها به نحو شایسته‌ای در رسانه‌های جمعی منعکس نمی‌شود. فرهنگ رسانه‌ای، زندگی واقعی زنان را به ما نشان نمی‌دهد. نتیجه، عدم حضور، محکومیت و ناچیز به حساب آمدن زنان، حذف، تعصب و مخدوش شدن زنان در رسانه‌های جمعی است. زنان یا در عرصه اجتماعی حضور ندارند و یا به صورت طبقه‌ای نشان داده می‌شوند که بر پایه جذابیت جنسی و انجام وظایف خانگی

شکل گرفته اند (معینی فر، ۱۳۸۸: ۱۷۷). از نظر فمینیست ها، تصویر فرهنگی زنان در رسانه های جمعی در راستای حمایت و تداوم تقسیم کار جنسیتی و تقویت مفاهیم پذیرفته شده درباره ی زنانگی و مردانگی به کار می رود. رسانه ها با فنای نمادین زنان به ما می گویند که زنان باید در نقش همسر، مادر و کدبانو و... ظاهر شوند و در یک جامعه پدرسالار، سرنوشت زنان جز این نیست. بازتولید فرهنگی نحوه ی ایفای این نقش ها را به زنان می آموزد و سعی می کند آن ها را در نظر زنان طبیعی جلوه دهد (همان). از انتقادهای عمده فمینیسم نسبت به فرهنگ رسانه ای، نادیده گرفته شدن زنان به عنوان مقوله ای اجتماعی و به حاشیه رانده شدن آنان (فنای نمادین) است (بشیریه، ۱۳۷۹: ۱۱۴).

۶- آموزش و پرورش و کلیشه های جنسیتی

آموزش و پرورش از طریق ایفای نقش در بازدهی سرمایه انسانی، نوین سازی نگرش ها، ملت سازی، بهبود جامعه پذیری افراد، افزایش مشارکت و اداره امور و افزایش کیفیت زندگی، فرآیند توسعه را در کشورها تسهیل می کند. نهاد آموزش و پرورش همچون در هر کشور مسئول ایجاد امکانات و فرصت های برابر آموزشی برای همه شهروندان است. اگر مدرسه و آموزش و پرورش، خود فرصت های برابر انسان ها را از بین ببرد ضد توسعه تلقی می شود (عظیمی، ۱۳۷۸).

مارتین و هالورسون، اظهار داشته اند که کودکان کلیشه های جنسیتی را که مجموعه های سازمان یافته از باورها و انتظارات در مورد دختران و پسران است از دو طریق کسب می کنند. یکی کلیشه هایی که کودکان به طور سطحی و ظاهری در داخل و خارج از گروه به دست می آورند، مانند یادگیری نقش ها و ویژگی هایی که دختران و پسران دارند (به طور مثال ماشین برای پسرهاست و عروسک برای دختران؛ دختران گریه می کنند، اما پسرها نباید گریه کنند). طریق دوم کلیشه هایی است که کودکان به صورت دستورات خاص جنس خود به دست می آورند و به عنوان رفتارهای ثابت جنسیتی عمل می کنند (مردان قوی، محکم، باهوش هستند؛ زنان ظریف، حساس و مهربانند). متفاوت بودن الگوهای تعاملی والدین با فرزندان دختر و پسر، انتظارات متفاوت از توانایی های تحصیلی آن ها، تبلیغات رسانه های گروهی از قبیل تلوزیون در جهت بازنمایی کلیشه های فرهنگی در جامعه و نگرش سوگیرانه و بازنمایی نقش های متفاوت جنسیتی برای مردان و زنان در کتاب های درسی از جمله عوامل موثر در تحول و رشد کلیشه های جنسیتی در کودکان و نوجوانان به شمار می رود (رضایی، ۱۳۸۴).

پیرو تغییرات صنعتی که در نیمه ی دوم قرن بیستم در جوامع صنعتی به وجود آمد، ضرورت سواد و آموزش نظام مند رفته رفته در بیشتر کشورهای جهان پذیرفته شد؛ چنانکه اعضای جدید جامعه در روند جامعه پذیری و ورود به مدرسه آموزش ها و تخصص های لازم را کسب می کنند و کودکان جامعه طبق نیازهای پیچیده امروزی، برخی از مهارت هایی را که برای زندگی در جامعه صنعتی امروز لازم است، از طریق فرآیند آموزش در مدارس فرا می گیرند. به عبارتی، همه فرهنگ ها انتظارات خود را درباره دستیابی به شایستگی های مورد نیاز، از طریق فرآیند جامعه پذیری به افراد جامعه منتقل می کنند و نقش پذیری جنسیتی یکی از پیامدهای آشکار فرآیند جامعه پذیری است (بتر، ۲۰۰۱). لذا، وظیفه مدرسه تنها آموزش خواندن و نوشتن به کودکان نیست، بلکه با توجه به بررسی های انجام یافته، بخشی از رشد و پرورش جسمی، روانی و اجتماعی کودک نیز از کارکردهای اساسی مدرسه است. بنابراین، اندیشه هایی که در ذهن فرد در حال رشد، در مورد جنسیت و نقش های جنسیتی شکل می گیرد، در آینده جهت دهنده ی انواع فعالیت ها، علایق و دست آوردهای بعدی کودک محسوب می شود. در فرآیند رشد، بافت های اجتماعی با تکرار پیام های جنسیتی، باورها، ارزش ها و نیز جهت گیری فکری او را در برخورد با نقش های جنسیتی و نابرابری جنسیتی، تکوین و ترجیحا تغییر شکل می دهند. بنابراین، ارائه چگونگی تصاویر و محتوا در کتاب های درسی دارای اهمیت فراوانی است؛ زیرا از طریق آن ها کودک رابطه ای بین آموزش و واقعیات اجتماعی به دست می آورد (آب روشن و ارجمندی، ۱۳۹۱: ۹). به نظر می رسد برخی از جوامع از جمله جامعه ما به آموزش دختر و پسر به طور یکسان ارزش نمی گذارد و سواد و کسب مهارت های ستایش برانگیز برای پسران مفیدتر از دختران القاء می شود. در صورتی که، نظام آموزشی باید با این کلیشه های جنسیتی و تصورات قالبی به مبارزه برخیزد و نقش های اجتماعی دختران که در کتاب های درسی به آن ها ارائه می شود، بایستی نمایانگر این مسئله و نشانگر کاربرد سواد در زندگی باشند. نظام آموزشی نه تنها شامل

برنامه ها و موضوعات به وضوح تعریف شده و آشکار، بلکه شامل برنامه های آموزشی پنهان نیز هست. برنامه آموزشی در لایه پنهان، به ارزش ها، نگرش ها و رفتارهایی اشاره دارد که جزء برنامه آموزشی رسمی نیست، اما پیام هایی را به دختران و پسران منتقل می کند که کلیشه های جنسیتی را به دختران و پسران منتقل می کند که کلیشه سازی جنسیتی را تقویت و منجر به تقسیمات جنسیتی می شود (همان).

۷- تاثیر کلیشه جنسیتی در هویت یابی جنسیتی^۱

هویت اجتماعی از مفاهیمی است که در جامعه شناسی و روان شناسی کاربرد زیادی دارد. هویت اجتماعی احساسی است که افراد نسبت به خود دارند. به عبارتی، تعریفی که فرد از که یا چه بودن خود دارد همان هویت اجتماعی است (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۶۸۱). بر خلاف هویت شخصی که اساس آن بر شرح حال و ویژگی های شخصی بنا شده است، هویت اجتماعی از پایگاهی ریشه می گیرد که فرد در جامعه اشغال کرده است، مانند پایگاه والد یا فرزندی. خود آن چنان که در جامعه شناسی و روان شناسی اجتماعی مطرح می شود، برآیندی از چگونگی نمایش فرد در موقعیت های مختلف و واکنش دیگران نسبت به اوست. بنابراین دیدگاه، همیشه دیگران در تشکیل خود و قضاوت فرد در مورد کیستی خود دخالت دارند. هویت اجتماعی به هر فرد نشان می دهد که چگونه عمل کند و ملاکی برای تشخیص فرد برای چگونگی رفتار در هر موقعیت است (گروسی، ۱۳۹۵: ۷۵).

در جامعه شناسی مکتب کنش متقابل نمادین، با نظریه صاحب نظرانی همچون کولی و جرج هربرت مید شناخته می شود، به هویت و چگونگی شکل گیری آن توجه ویژه ای دارد. ایده اساسی در این نظریه آن است که کنش گران، معانی نمادین را به رفتارها، انسان ها، اشیاء و موضوعات می دهند و سپس با استفاده از این معانی نمادین، با یکدیگر به کنش متقابل می پردازند. این معانی مشترک و بین الادهانی، پیوسته در جریان کنش های متقابل، تغییر و تحول می یابند. هویت ها نیز در فرآیند کنش متقابل شکل می گیرند. محیط اجتماعی و تعاملاتی که در آن به وجود می آید، خود را می سازند (دوران، ۱۳۸۷: ۶۸۱). در زندگی اجتماعی، هویت های اجتماعی به صورت متداخل عمل می نمایند؛ برای مثال، هویت جنسیتی فرد با هویت شغلی او در آمیختگی پیدا می کند. در جامعه ای که شغل پرستاری کودک، شغلی کاملاً زنانه تلقی می شود، اگر مردی به عنوان پرستار کودک استخدام شود، به لحاظ هویت یابی اجتماعی یا شناسایی اجتماعی دچار مشکل می شود. یا در جامعه ای که مدیریت صنعتی، شغلی کاملاً مردانه تلقی می شود، اگر زنی به این شغل رو آورد، برخی جنبه های هویت جنسیتی او با برخی از جنبه های هویت شغلی اش سازگاری نخواهد داشت. در مثال های فوق، آنچه باعث پیچیدگی تداخل بین هویت های جنسیتی و شغلی می شود، اهمیت جنسیت در زندگی اجتماعی و جنسیتی شدن بسیاری از پدیده های اجتماعی از جمله مشاغل و حرفه ها است (گروسی، ۱۳۹۵: ۷۹). یکی از مهم ترین هویت های اجتماعی، هویت جنسیتی است، زیرا در اکثر مواقع افراد در معرفی خود بر اساس آزمون من کیستم مانفرد کان، به جنسیت خود اشاره می کنند و خود را زن یا مرد معرفی می نمایند. جنسیت یکی از معقولات مهمی است که ما برای توصیف خودمان از آن استفاده می کنیم. رشد هویت جنسیتی موضوعی مهم و اساسی در روان شناسی رشد تلقی می شود (همان). هویت جنسیتی اشاره به شرایط روانی دارد که در آن، شخص خود را به عنوان مرد یا زن معرفی می کند. این امکان وجود دارد که فردی که همه ویژگی های زیستی مردانه را داراست خود را زن بداند (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۶۸۳).

در هویت جنسیتی بسیاری از معانی و نشانه ها نهفته است: ویژگی های شخصیتی زنانه و مردانه (مردان رقابتی هستند و زنان نگران)، رفتار نقش جنسیتی (مردان رهبرند و زنان پرورش دهنده کودکان)؛ یا حتی ویژگی های جسمانی (مردان سینه سطر دارند و زنان صدایی ملایم و نرم) نمونه هایی از این دست می باشد. برخی محققان بر این باورند که نباید در بحث هویت، جنسیت را به عنوان مقوله اجتماعی منفردی در نظر گرفت، بلکه می توان حتی از هویت های جنسیتی شده نام برد که به هویت های اجتماعی چندگانه یک نفر اشاره دارد، که به شدت تحت تاثیر جنسیت وی قرار گرفته اند. مثلاً شغل پرستاری و

هویت شغلی که یک پرستار کسب می کند به شدت تحت تاثیر مفهوم جنسیت و زنانه شدن قرار دارد. نکته مهم در اینجا، آن است که همه هویت ها لزوماً با یکدیگر تداخل ندارند، برای مثال، هویت والدی با هویت نقش موسیقیدانی تداخل چندانی آشکاری ندارند، اما هویت جنسیتی و هویت نقش رهبری تداخل چشمگیری با هم دارند. از سوی دیگر باید در نظر داشت که جنسیتی شدن یا جنسیت یافتگی هویت ها به گونه ای که در بالا ذکر شد، لزوماً امری قطعی و حتمی نیست بلکه کاملاً وابسته به فرهنگ می باشد (Deaux and Stewart, ۱۳۹۵). به نقل از گروسی،

شارما و شارما (۲۰۱۰) در مطالعات خود به این یافته دست یافتند که زنان به دلیل کلیشه‌های درونی منفی و فقدان دسترسی به منابع روانی و اجتماعی، نسبت به مردان آسیب پذیرتر هستند. به عقیده فیسک (۱۹۹۵) فرهنگ و جامعه با هدف پیام های سوگیرانه درباره ی نقش های جنسیتی و هویت جنسیتی می تواند الگوهای رفتاری و نقش های جنسیتی مساوات طلبانه ای را گسترش دهند. ساختار اجتماعی که میزان قدرت متمایز را برای مردان استمرار می بخشد، منجر به نقش های جنسیتی و کلیشه‌های جنسیتی انعطاف ناپذیر می شود. آلن (۱۹۹۵) بر این اعتقاد است، کلیشه‌های جنسیتی بازنمایی کننده دقیق تفاوت های واقعی زن و مرد نیست و این فرآیند قوی، هم کسانی را تحت تاثیر قرار می دهد که کلیشه‌ها را تحمیل می کنند و هم کسانی که هدف کلیشه‌ها هستند (خمسه ای، ۱۳۸۳: ۱۲۱). بررسی ها نشان داده اند که تفاوت های جنسیتی ممکن است یکی از عوامل پیش بین سلامت اجتماعی باشد. سازمان بهداشت جهانی (۲۰۱۰)، جنسیت را به عنوان یکی از تعیین کننده های اجتماعی سلامت معرفی کرده و فراسوی تفاوت های زیست شناختی بر این نکته تاکید کرده است که نقش های جنسیتی و هنجارها، چگونگی دسترسی زنان و مردان را به خدمات بهداشتی و چگونگی پاسخ دهی نظام های سلامت به نیاز های متفاوت آن‌ها را تحت تاثیر قرار می دهد (نیکوگفتار، ۱۳۹۳). فشارهای اجتماعی و خانوادگی ناشی از کلیشه‌های جنسیتی بر جسم و روان زنان و مردان اثر می گذارد و سلامت آن‌ها را در ابعاد جسمی و روانی و اجتماعی به خطر می اندازد، در نتیجه فقدان تفکرات اجتماعی صحیح و نگاه جنسیتی به پیوندهایی سست با جامعه و هنجارهای اجتماعی، کاهش فعالیت های اجتماعی و کاهش کارایی زنان و مردان در جامعه منجر خواهد شد.

۸- فراسوی کلیشه‌های جنسیتی: دو جنسیتی بودن

آندروژنی واژه ای یونانی مرکب از andro (مرد) و gyn (زن) که به معنای آمیزه ای روانی و جسمانی از خصایص زنانه و مردانه است. باید این اصطلاح را از نر-مادگی که عمدتاً یک حالت فیزیکی است، متمایز دانست. آندروژنی تاریخچه ای طولانی دارد. بسیاری از ادیان هند و اروپایی، زن و مرد را در یک موجود نخستین دو جنسیتی تلفیق می کنند. نخستین نظریه های فمینیستی درباره ی دو جنسیتی بودن، معرف الگویی دو رگه بود. برای نمونه، الیزابت گدی استانتن در کتاب مقدس زنان (۱۸۹۵)، انسان ساکن بهشت را دو جنسیتی توصیف می کند. ویرجینیا وولف در اتاقی از آن خود، دو جنسیتی را همچون پیوستاری می دانست که موجودات بشری می توانستند جای خود را در روی آن صرف نظر از تاریخ یا سنت انتخاب کنند. در روان شناسی فمینیستی، سانرا بام آزمونی به نام منشاء نقش جنسیتی تهیه کرد که نشان می داد که انسان هرچه باهوش تر باشد، دو جنسیتی تر است (انصاریان، ۱۳۸۴: ۱۲۴). از دیدگاه بام آندروژن ها گونه ی جنسیتی جداگانه ایی از دیگران دارند و از بهداشت روانی بهتر و منش والاتری برخوردار اند. آنان در بند مفاهیم خشک اندیشانه ی نقش جنسیتی نمی مانند و در پاسخ دهی کارآمد به موقعیت های گوناگون و گسترده تر، آزادتر اند. بام پژوهشی نشان داد که افراد دارای آندروژنی بالاتر استقلال بیشتری دارند و در کنش ورزشی با کودکان نیز مهرورزتر اند. بنابراین، آندروژن ها کاملاً نرمش پذیر اند و کارکردشان در کارهای مردانه به شیوه ای مردانه و در کارهای زنانه به روشی زنانه است. از دیدگاه وی آندروژن ها از دیگران کامل تر و بهتر اند و نمره هایشان در عزت نفس از مردان و زنان سنتی بالاتر است (ابوالقاسمی و کیامرثی، ۱۳۸۵: ۵۷).

بسیاری از فمینیست‌های معاصر برای رهایی زنان از سلطه ی مردان، خواهان جامعه ای فارغ از جنسیت شده اند که در آن، حقوق و وظایف اساسی بر پایه ی جنس بیولوژیک تعیین نشوند. آرمان دو جنسیتی که از تاکید و حمایت ویژه ی فمینیست

های لیبرال برخوردار است، به جنبه ی اثباتی اهداف فمینیستی اشاره دارد. بسیاری از طرفداران آندروژنی، از دو جنسیتی واحد، و عده ای نیز از دو جنسیتی متکثر جانبداری کرده اند. مقصود از دو جنسیتی واحد، سنخ شخصیتی واحد یا متحدی است که بهترین ویژگی های جنسیتی مردانه و زنانه، به طور تلفیقی در آن تجسم می یابند و این سنخ شخصیتی برای همگان مفروض گرفته می شود. دو جنسیتی متکثر نیز اشاره به سنخ های شخصیتی متنوعی دارد که از زنانگی خالص تا مردانگی خالص در نوساند و طبعاً شخصیت های آمیخته از زنانگی و مردانگی نیز در میان آن ها قرار می گیرند (بستان، ۱۳۸۲: ۱۰۱-۱۰۰).

نتیجه گیری

نقش هایی که زنان و مردان در جامعه ایفا می کنند، محصول جبری طبیعت آن ها نیست. در تفاوت های بیولوژیک زنان و مردان، هیچ تردیدی نیست؛ اما آنچه مهم است شیوه ی تربیت دختران و پسران و اینکه چه رفتاری را مناسب با جنس آن ها تلقی کنیم و به آن ها القاء نماییم، است. در کل جامعه، شکل دهنده ی کلیشه ها است (حسین زاده و ممبئی، ۱۳۹۰: ۸۰).

وقتی که افراد در آموزش، با واقعیت های مربوط به شرایط فیزیولوژیکی دو جنس، از احاط علم، آشنا می شوند و درمی یابند که بسیاری از تفاوت هایی که آن ها به دو جنس نسبت می دهند، به جای آنکه یک ویژگی جسمی باشد، بیشتر یک اعتقاد شناختی است که به وسیله ی نسل قبل و از طریق گفت و گو، شیوه ی برخورد و رفتار آن ها منتقل شده است؛ بهتر می توانند کلیشه های جنسیتی را از واقعیت دو جنس متمایز سازند؛ مثلاً تفاوت هایی را افراد به ساختار مغز دو جنس نسبت می دهند و تصور می کنند که حجم مغز زنان به گونه ای است که آنها را از لحاظ هوشی، حافظه و یادگیری، ضعیف تر از مردان می سازد و یا این مسأله را که توانایی پسران در یادگیری ریاضی بیشتر از دختران است، هیچ پژوهشی تأیید نکرده است (هاید و لیبن، ۱۹۸۸). به طور کلی بر اساس کلیشه ها افراد جامعه به دو گروه تقسیم می شوند: افرادی که دارای ویژگی های مثبت و معقول آن جامعه هستند و افرادی که خصوصیات دقیقاً خلاف این ویژگی ها دارند. رفتارهایی که با افراد جامعه بر اساس کلیشه ها می شود و انتظاراتی که از آن ها می رود، مطابق با پیش داوری هاست. کلیشه سازی باعث می شود تفاوت های فردی نادیده انگاشته شوند. همچنین تفاوت میان زنان و مردان را در میزان این استعدادها در نظر نمی گیرد. با وجود آنکه رفتارهای مردان و زنان در جوامع در طی زمان تغییر کرده اند، کلیشه ها ثابت مانده اند (سفیری و راوندی، ۱۳۹۴: ۶۲).

امروزه بسیاری از والدین تمام تلاش خود را برای آموزش برابری و آزادی نقش جنسیتی به کودکان به کار می گیرند اما باز هم مشاهده شده که کودکان همان کلیشه های جنسیتی قدیمی تکراری را که مردم به طور سنتی به آن اعتقاد دارند بیان می کنند. برای مثال خیلی از کودکان در سنین مهد کودک انتظار دارند که دکترها و خلبان ها مرد و پرستارها و معلم ها زن باشند.

بر اساس نظریه پلاک سه مرحله در رشد و تحول نقش جنسیتی وجود دارد:

مرحله نخست: در نخستین مرحله رشد و تحول نقش جنسیتی مفاهیم نقش جنسیتی کودک هنوز سازمان نیافته است و کودک ممکن است حتی جنسیت خود را هنوز نشناسد و هنوز یاد نگرفته است که فقط مردان می توانند کارهای خاصی را انجام دهند و یا کارهای دیگر فقط برای زنان در نظر گرفته شده است.

مرحله دوم: در مرحله دوم رشد و تحول نقش جنسی کودکان کلیشه های جنسیتی را می شناسند و انگیزه بالایی دارند که به عنوان قانون از آنها پیروی کنند و نیز دیگران را هم وادار به اطاعت از این قوانین می کنند. این مرحله در کودکی آغاز می شود و احتمالاً در نوجوانی به اوج خود می رسد یعنی زمانی که میزان تبعیت از نقش جنسی بسیار قوی است.

مرحله سوم: در مرحله سوم رشد و تحول نقش جنسیتی افراد فراتر از محدودیت های نقش های جنسیتی که توسط جامعه به آنها تحمیل می شود می روند. این افراد در پاسخ به نیازها و ارزش های درونی خود دوجنسیتی بودن را شناختی را در خود پدید می آورند.

بسیاری از افراد البته هرگز از مرحله دوم به سوی مرحله سوم حرکت نمی‌کنند. آنها تمام زندگی خود را با محدودیت‌های جدی نقش‌های جنسیتی می‌گذرانند (شیبلی هاید، ۱۹۹۰: ۴۹۷).

همانطور که بیان شد کلیشه‌های جنسیتی ریشه‌ای عمیق در فرهنگ و نحوه‌ی جامعه‌پذیری افراد دارد که نهادهای دیگر مانند آموزش و پرورش و صدا و سیما و همچنین رسانه آن را تولید و باز تولید می‌کنند. در اینجا است که لزوم دو جنسیتی بودن و یا آندروژنی بیش از پیش به چشم می‌خورد. افرادی که خصوصیات و ویژگی‌های مردانه و زنانه را با هم دارا هستند. آنان در بند مفاهیم خشک اندیشانه‌ی نقش جنسیتی نمی‌مانند و در پاسخ‌دهی کارآمد به موقعیت‌های گوناگون و گسترده‌تر، آزادتراند.

پیشنهادهات

برگزاری کلاس و کارگاه برای شناخت و بازگو کردن کلیشه‌های جنسیتی و منع خانواده‌ها از پررنگ کردن آن‌ها در خانواده تغییر محتوای کتاب‌ها به نحوی که زنان و مردان را دوشا دوش یکدیگر در مشاغل و حرفه‌های با اهمیت و سخت نشان دادن تغییر نحوه برخورد معلمین با دانش‌آموزان در خصوص استفاده از کلیشه‌های جنسیتی. برای مثال: هوش پسرها در ریاضی بالاتر از دختران است تغییر در برنامه و سریال‌های صدا و سیما و پرهیز از هرگونه بزرگ‌نمایی در خصوص کلیشه‌های جنسیتی. برای مثال: زنان به آشپزی و ظرف شستن مشغول هستند و مردان در حال روزنامه خواندن و یا تعمیر یک وسیله‌ی برقی بسیار پیچیده دوری جستن از هرگونه برچسب زنی که منجر به وجود کلیشه‌های جنسیتی شود. برای مثال: رنگ صورتی دخترانه و رنگ آبی پسرانه؛ عروسک دخترانه و ماشین پسرانه پرهیز از هرگونه تفکیک جنسیتی در سال‌های ابتدایی رشد و جامعه‌پذیر شدن کودک که منجر به شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی شود.

منابع

- انصاریان، معصومه (۱۳۸۴)، دختران و زنان مرد ساخته، پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان، شماره ۴۱.
- ابوالقاسمی، عباس، کیامرثی، آذر (۱۳۸۵)، بررسی رابطه آندروژنی و سلامت روانی با سازگاری زناشویی در زنان، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات اجتماعی- روان شناختی زنان، شماره ۱۰.
- اعزازی، شهلا (۱۳۸۰)، تحلیل ساختاری جنسیت: نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۹)، نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم، تهران: موسسه آینده پویان.
- بستان، حسین (۱۳۸۲)، نابرابری و ستم جنسیتی از دیدگاه اسلام و فمینیسم، قم: نشر پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- ثقفی، زهره، راد، فیروز (۱۳۹۳)، بررسی رابطه کلیشه‌های جنسیتی با مشارکت اجتماعی در بین دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شهر میاندوآب، مجله علوم اجتماعی- مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۲۲.
- حجازی، الهه، رضا دوست، زهرا (۱۳۹۱)، بررسی اثر جنس و طرحواره‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی، فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه، سال سوم، شماره ۳.
- حسین زاده، علی حسین، ممبئی، ایمان (۱۳۹۰)، عوامل اجتماعی موثر بر میزان باور پذیری کلیشه‌های جنسیتی در دو سپهر عمومی و خصوصی، فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، سال دوم، شماره ۳.
- خمسه‌ای، اکرم (۱۳۸۵)، بررسی ارتباط میان رفتار جنسی و طرحواره‌های نقش جنسیتی، در دو گروه از دانشجویان متاهل، مقایسه رفتار جنسی زنان و مردان در خانواده، مطالعات اجتماعی- روانشناختی زنان، سال ۱۰، شماره ۱.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۸)، هویت اجتماعی: نظریه‌ها و رویکردها، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- گروسی، سعیده (۱۳۹۵)، جنسیت؛ جامعه و جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- سفیری، خدیجه، راوندی، فاطمه (۱۳۹۴)، کلیشه‌های جنسیتی و سلامت اجتماعی؛ مطالعه زنان و مردان شهر تهران، مجله علوم اجتماعی- مطالعات اجتماعی- روان شناختی زنان، شماره ۴۳.

۱۳. ستوده، هدایت ا... (۱۳۸۱)، روان شناسی اجتماعی، تهران: نشر آوای نور.
۱۴. شبیلی هاید، جانت (۱۹۹۰)، روان شناسی زنان، ترجمه دکتر اکرم خمسه، تهران: انتشارات آگه.
۱۵. عضدانلو، حمید (۱۳۸۴)، آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه شناسی، تهران: نشر نی .
۱۶. ریاحی، محمد اسماعیل (۱۳۸۶)، عوامل اجتماعی موثر بر پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، پژوهش زنان، دوره پنجم، شماره ۱.
۱۷. معینی فر، حشمت السادات (۱۳۸۸)، بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در رسانه: مطالعه موردی صفحه حوادث روزنامه همشهری، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۷.
۱۸. نوایی نژاد، شکوه (۱۳۹۱)، روانشناسی زن، تهران: نشر علم.
۱۹. نیکوگفتار، منصوره (۱۳۹۳)، تفاوت های جنسیتی در سلامت اجتماعی: نقش فردگرایی و جمع گرایی، فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، سال چهاردهم، شماره ۵۳.

