

از مقاومت تا پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در میان دختران بلوچ (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه ولایت ایرانشهر)

سامان یوسفوند^۱
عبدالطیف کاروانی^۲
سمیه ریسی^{۳*}

چکیده

پژوهش حاضر باهدف شناخت میزان مقاومت یا پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در میان دانشجویان دختر بلوچ دانشگاه ولایت ایرانشهر انجام شده است. چارچوب نظری پژوهش حاضر بر اساس نظریه بازاندیشی هویتی گیدنز تنظیم شده است. این مطالعه از نوع روش تحقیق کمی و پیمایشی و از ابزار پرسشنامه بهره گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه دانشجویان دختر دانشگاه ایرانشهر بوده است. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۷۷ نفر تعیین و نمونه‌گیری در تحقیق حاضر بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌بندی انجام گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که حدود ۳ درصد از پاسخگویان در مقابل کلیشه‌های جنسیتی مقاومت زیادی داشته‌اند. نتایج همبستگی نشان داد که بین میزان دینداری پاسخگویان، عضویت در انجمن‌ها و سمن‌ها، رضایت فرد از خود و اطرافیان با کلیشه‌های جنسیتی همبستگی معناداری وجود دارد. تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که متغیرهای مدل یعنی میزان دینداری، عضویت در انجمن‌ها و سمن‌ها، رضایت فرد از خود و اطرافیان و استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید به ترتیب با ضرایب $0/52$ ، $0/09$ ، $0/84$ - و $0/04$ بر میزان مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی تأثیر معناداری دارند. بر اساس نتایج پژوهش می‌توان گفت با توجه به بستر جامعه که یک جامعه شبه مدرن و با توجه به میدان پژوهش که سطح دانشگاه است، میزان مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی در سطح پایینی برآورد می‌شود و علت این امر دسترسی اندک به رسانه‌های اجتماعی جدید، میزان دینداری بالا، رضایت فرد از شرایط زندگی و سطح پایین فعالیت‌های مدنی مثل عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم نهاد است.

کلید واژگان: کلیشه‌های جنسیتی، دینداری، رسانه‌های اجتماعی، جامعه شبه مدرن، دختران بلوچ.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۱۸ - 2020/07/08

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۲۵ - 2020/10/16

۱. دانش آموخته دکترای گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های مجلس، تهران، ایران.
(samanyousefvand68@gmail.com)

۲. دانش آموخته دکترای گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
(a.karevani@shirazu.ac.ir)

۳. مربی و عضو هیات علمی دانشگاه ولایت ایرانشهر، زاهدان، ایران.
(نویسنده مسئول)
(somayehraisi66@gmail.com)

مقدمه و طرح مسئله

فرایند هویت‌یابی^۱ در جوامع سنتی عمدتاً منفعلانه و مبتنی بر عوامل انتسابی به‌ویژه جنسیت است و با معیارهای سنتی و نهادی، اجتماعی و فرهنگی، دینی و سیاسی شکل می‌گیرد که نظام‌های معنا مشخصی را تولید می‌کنند. اکنون باعرضه انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی هویت‌آفرین و وسعت یافتن روابط اجتماعی و تعلقات گروهی و آزادی و استقلال نسبی افراد خصوصاً دختران در خانواده صورتی فعالانه، آگاهانه و تأملی به خود گرفته است (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳). هویت جنسیتی^۲ از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری (خانواده، مدرسه، دوستان و رسانه‌های گروهی) به افراد منتقل می‌گردد. به عبارت دیگر، از طریق فرایند جامعه‌پذیری و رشد شخصیت کودک دارای هویت جنسیتی ویژه‌ای می‌گردد که از طریق این هویت در اکثر موارد به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازد که محیط اجتماعی برای یک دختر یا پسر آماده یا تأیید کرده است (لوربر، ۱۹۹۱: ۴۵۶). کلیشه‌های جنسیتی مجموعه‌ای سازمان‌یافته از باورها درباره خصوصیات همه اعضای گروهی خاص است. کلیشه‌های جنسیتی دربرگیرنده اطلاعاتی درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل و... است. کاستلز کلیشه‌های جنسیتی را به این صورت تعریف می‌کند: کلیشه‌های جنسیتی، مجموعه‌ای از باورهای فرهنگی، اجتماعی مشترک هستند که قابلیت‌ها و ویژگی‌های خاصی را به افراد یعنی زن و مرد نسبت می‌دهد که در جامعه به‌وسیله مناسبات اجتماعی تولید و توزیع گشته‌اند و تقریباً این ویژگی‌ها در تمامی جوامع وجود داشته و دارند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۳). 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 کارهای را دارند که به‌صورت معمول با یکدیگر متفاوت‌اند. کلیشه‌سازی از طرفی خصوصیات و توانایی را به زنان اختصاص می‌دهد که زنان از آن بی‌بهره‌اند (اعزازی، ۱۳۸۰: ۴۵). در آخرین گزارش جهانی شکاف جنسیتی (۲۰۲۰) بر اساس چهار شاخص "فرصت و مشارکت اقتصادی، دستیابی به امکانات آموزشی، توانمندسازی و سلامتی و بقا" کشورهای جهان را مورد بررسی قرار داده است. در این گزارش ایران با شش پله سقوط نسبت به سال ۲۰۱۸ از بین ۱۵۳ کشور مورد بررسی در رتبه ۱۴۸ قرار گرفته است. به نظر می‌رسد در کنار عوامل دیگر، نقش کلیشه‌های جنسیتی در قرار گرفتن در این جایگاه نیز مؤثر بوده است؛ چراکه کلیشه‌های رایج در جامعه، زنان را ضعیف، ناتوان، در کارها و مشاغل خاص و محدود تعریف می‌کند. با این رویکرد پژوهش حاضر سعی دارد که این کلیشه‌های جنسیتی را در بستر فرهنگی - اجتماعی جامعه بلوچستان بررسی کند. هدف این پژوهش بررسی این الگوها در بین دانشجویان است که شرایط محیطی و اجتماعی آنان تغییر کرده است تا نقش این تغییرات در این الگوها مورد بررسی و کاوش قرار گیرد.

^۱- identification

^۲- gender identity

این پژوهش ناظر بر مسئله مقاومت یا پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و خصوصاً عواملی که باعث مقاومت یا پذیرش در برابر این کلیشه‌ها در بستر نیمه سنتی در میان دانشجویان دختر دانشگاه ولایت است، جامعه مورد مطالعه جامعه‌ای سنتی است که تغییرات اجتماعی در آن به آرامی صورت گرفته است؛ اما به نظر می‌رسد اخیراً تغییرات محسوسی در حوزه زنان و خانواده دیده می‌شود، در مورد این تغییرات به وجود آمده می‌توان به شواهدی مثل افزایش آمار دانشجویان دختر، تغییر در الگوهای ازدواج و انتخاب در فرایند ازدواج، تغییرات ظاهری در پوشش، مدیریت بدن و زیباسازی و غیره برخی از این تغییرات است. از طرفی دیگر با توجه به این‌که دانشجویان بیشتر در معرض این تغییر و تحولات هستند؛ این مطالعه دانشجویان را به عنوان جامعه هدف انتخاب کرده است.

در راستای مسئله فوق، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است:

دانشجویان دختر بلوچ نسبت به کلیشه‌های جنسیتی چه واکنشی دارند؟

رسانه‌های جدید چه تأثیری بر پذیرش کلیشه‌های جنسیتی دارند؟

دینداری چه تأثیری بر الگوهای کلیشه‌های جنسیتی دارد؟

رضایت از زندگی چه تأثیری بر پذیرش کلیشه‌های جنسیتی دارد؟

عضویت در انجمن‌های مختلف چه تأثیری بر الگوهای کلیشه‌های جنسیتی دارد؟

ادبیات تجربی

در مورد کلیشه‌ها و تصورات قالبی مطالعات نسبتاً متعددی انجام شده است و در این مطالعات به تبیین عوامل مختلف بر کلیشه‌های جنسیتی پرداخته شده است. تمرکز اصلی این مطالعات بیشتر بر زنان و دختران در شهرهای مثل تهران، شیراز، اصفهان و... بوده است و مطالعات اندکی در مورد سایر زنان و به خصوص زنان و دختران بلوچ انجام شده است.

ساروخانی و رفعت جاه (۱۳۸۳) در پژوهشی «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر بازتعریف هویت اجتماعی زنان» را در تهران مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش که از روش ترکیبی، پیمایش و مصاحبه عمیق استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که موقعیت ساختاری در مقایسه با هویت شخصی تأثیر بیشتری در بازتعریف هویت اجتماعی زنان و مقاومت آن در مقابل کلیشه‌های جنسیتی دارد. تأثیر تحصیلات در این بازتعریف بیش از اشتغال است. زنان مذهبی دارای تحصیلات دانشگاهی با ارتقای سطوح تحصیلی بر تعارض‌های هویتی خود فائق می‌آیند.

حسین زاده و ممینی (۱۳۹۰)، پژوهشی با عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان باورپذیری کلیشه‌های جنسیتی در دو سپهر عمومی و خصوصی» انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که در خانواده‌های با ساختار قدرت پدرسالار، نسبت به خانواده‌های با ساختار قدرت مادر سالار و خانواده‌های مشارکتی، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بیشتر است. از دیگر یافته‌های تحقیق، این است که مردان کلیشه‌ای‌تر از زنان فکر و رفتار می‌کنند.

بوستانی (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان «جوانان و هویت بازاندیشانه، مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان». نشان داد که میزان استفاده از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، تحصیلات پدر، تحصیلات مادر، جنسیت، محل تولد، استفاده از ماهواره و منابع اطلاعاتی با بازتعریف هویت رابطه مثبت دارند و هویت مذهبی و مطالعات مذهبی مانع عمده و جدی رشد هویت بازاندیشانه محسوب می‌شوند.

ایمان و حائری (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی عوامل اجتماعی، فرهنگی مرتبط با هویت جنسیتی دختران جوان در دبیرستان‌های دخترانه شیراز پرداخته است. در این مطالعه با استفاده از روش پیمایش و از طریق پرسشنامه هویت جنسیتی ۴۰۰ نفر از دانش آموزان دختر مقطع دبیرستان بررسی شد. یافته‌های آن نشان می‌دهد بین متغیرهای میزان علاقه فرد به خانواده، نظر فرد نسبت به جایگاه فرد در اجتماع و خانواده، علاقه به دوستان، اعتماد به رسانه‌های داخلی و هویت جنسیتی آنان رابطه وجود دارد.

دشتی خویدکی و حسینی (۱۳۹۴)، تحقیقی با عنوان «بررسی مقایسه‌ای میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و رابطه آن با میزان دینداری (مطالعه زنان و مردان بالای ۲۰ سال منطقه ۶ تهران در سال ۱۳۹۲)» انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش، گویای تفاوت جنسیتی معناداری در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بوده است. هم‌چنین رابطه معناداری بین متغیر میزان تحصیلات با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی دیده شد؛ اما بین وضعیت تأهل و پایگاه اجتماعی-اقتصادی پاسخ‌گویان با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها ارتباط معناداری یافت نشد. هم‌چنین یافته‌های تحقیق، گویای رابطه معنادار بین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و میزان دین‌داری افراد است. بر اساس یافته‌ها می‌توان ۸ درصد از نوسان‌های نگرش افراد به کلیشه‌های جنسیتی را بر اساس میزان دین‌داری آن‌ها تبیین کرد.

رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به تبیین رابطه شبکه اجتماعی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان پرداخته‌اند. نتایج آن نشان می‌دهد که زمان عضویت، میزان استفاده و انگیزه و هدف استفاده از فضای مجازی (اینستاگرام) رابطه مستقیمی با بازتعریف هویت جنسیتی دارند.

حسینی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود به رابطه چندگانه شدن زیست جهان اجتماعی با بازاندیشی هویت فرهنگی زنان و دختران پرداخته‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که همبستگی زیست جهان مدرن با بازاندیشی هویت مثبت ولی رابطه همبستگی زیست جهان سنتی و بازاندیشی هویت منفی بوده است، هم‌چنین موقعیت ساختاری با بازاندیشی هویت و زیست جهان مدرن مثبت ولی با زیست جهان سنتی منفی است.

ابوچدید^۱ (۲۰۰۷)، تحقیقی با عنوان «ارتباط وابستگی مذهبی، دینداری و نگرش نقش جنسیتی در دانشجویان کالج مسیحی و مسلمان لبنان» انجام داده است. نتایج نشان داد که زنان به‌طور مداوم نگرش جنسیتی کمتری نسبت به مردان دارند. ارتباط بین جنسیت بر اساس مذهب نشان داد که پاسخ‌دهندگان زن مسیحی و مسلمان نقش‌های جنسیتی «مشخص‌شده سنتی» را در حوزه‌های اجتماعی و عمومی نسبت به مردان مسلمان بیشتر قبول دارند. علاوه بر این، سطح سواد به نظر می‌رسد پیش‌بینی‌کننده ضعف باورهای جنسیتی در مقایسه با تأثیر جنس و دین بر نگرش‌های مربوط به نقش جنسیت باشد. سرانجام، نتایج همبستگی نشان داد که دینداری با نقش‌های جنسیتی سنتی همراه است.

کوینگ^۲ (۲۰۱۸) تحقیقی تحت عنوان «مقایسه کلیشه‌های جنسیتی توصیفی درباره کودکان، بزرگسالان و سالمندان» انجام داده است. نتایج این پژوهش نشان داد که تحقیقات قبلی در مورد کلیشه‌های تجربی برای بزرگسالان: زنان باید جمعی باشند و از تسلط خودداری کنند. مردان باید از نظر ظاهری مؤثر، مستقل، مردانه باشند و به علم و فن آوری علاقه نشان دهند اما از ظاهر ضعیف، عاطفی، خجالتی و زنانه خودداری کنند. کلیشه‌های پسران و دختران از سن ابتدایی تا بزرگسال هنوز این مؤلفه‌ها را شامل می‌شود، اما کلیشه‌های کودکان نوپا عمدتاً در ظاهر و رفتارهای بازیگرانه نقش داشتند. کلیشه‌های نسخه‌ای پیرمردان و مردان ضعیف‌تر بودند. به‌طور کلی، پسران و آقایان از نظر قدرت و تعداد کلیشه‌های تجویز محدودکننده‌تر از دختران و زنان بودند. این یافته‌ها کاربرد کلیشه‌های تجویزی را در گروه‌های سنی مختلف نشان می‌دهد.

ایگلی^۳ و همکاران (۲۰۱۹)، تحقیقی با عنوان «کلیشه‌های جنسیتی تغییر کرده‌اند: یک فرا تحلیل متقاطع از نظرسنجی‌های افکار عمومی ایالات متحده از سال ۱۹۴۶ تا ۲۰۱۸» انجام داده‌اند. این فراتحلیل یکپارچه ۱۶ نظرسنجی نماینده ملی ایالات متحده در مورد کلیشه‌های جنسیتی می‌باشد. در نظرسنجی‌هایی که از اجتماع (به‌عنوان مثال، محبت‌آمیز، عاطفی)، نمایندگی (مثلاً جاه طلب، شجاع) و شایستگی (به‌عنوان مثال، هوشمند، خلاق) پرسیده شده است، پاسخ‌دهندگان نشان دادند که آیا هر صفت برای زنان یا مردان صادق‌تر است یا به همان اندازه در مورد هر دو صادق است. مزیت نسبی زنان در امر زندگی مشترک با گذشت زمان افزایش یافت، اما مزیت نسبی مردان در نمایندگی هیچ تغییری نشان نداد. اعتقاد به برابری شایستگی به مرور زمان و همچنین اعتقاد به برتری زن در بین افرادی که نشان‌دهنده تفاوت جنسی در شایستگی بودند افزایش یافت. کلیشه‌های جنسیتی معاصر بدین ترتیب مزیت قابل‌ملاحظه زن را در امر معاشرت و یک مزیت کوچک‌تر مرد در آژانس، بلکه برابری جنسیتی در صلاحیت و برخی از مزیت‌های زن بیان می‌کند.

¹- Abouchdid

²- Koenig

³-Eagly

سونگ^۱ (۲۰۱۹) در مقاله خود با عنوان «او باید خجالتی شود، فرهنگ، جنسیت و عدم مشارکت را در بین دانشجویان دختر سعودی» به روند جامعه‌پذیری دانشجویان دختر سعودی می‌پردازد. نتایج این مطالعه که با روش کیفی و مصاحبه نیمه ساختاریافته به دست آمده است نشان می‌دهد که بین تصویر ایده آل از زن سعودی با آنچه دانشجویان زن هستند تمایز وجود دارد و این مساله همیشه باعث شرمساری آن‌ها می‌شود. ترس از قضاوت در هویت زنان وجود دارد و آنجایی که زنان پای بند به هنجارهای غالب هستند به عدم مشارکت آن‌ها در کلاس درس منجر می‌شود.

فدجوکف^۲ و دیگران (۲۰۱۹) در پژوهش خود به تغییر هویت در دوره‌های مختلف زندگی می‌پردازند. این مطالعه با روش پیمایش و از نظر زمانی طولی انجام گرفته است و نتایج آن نشان می‌دهد هویت و سبک زندگی در سنین مختلف متفاوت است اما مقایسه‌ها نشان می‌دهد که توسعه و سرعت آن بر زنان بیش از مردان پدیدار می‌شود.

آرامندیا مونتا^۳ و همکاران (۲۰۲۰)، پژوهشی با عنوان «کلیشه‌های جنسیتی در تبلیغات ویدیویی دیجیتال اصلی» انجام داده‌اند. این مطالعه اکتشافی به کلیشه‌های جنسیتی در تبلیغات ویدیویی دیجیتالی به عنوان یک روند مستقل در صنعت تبلیغاتی که شایسته است راه جدیدی از تحقیقات باشد، می‌پردازد. تجزیه و تحلیل محتوا بر روی یک نمونه از ۳۲۴ فیلم دیجیتالی اصلی انجام شده است که جوایز بازاریاب‌های حرفه‌ای را کسب کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که هیچ ارتباط آماری معنی داری بین جنسیت و هر یک از ده ویژگی مورد مطالعه (نحوه ارائه، اعتبار، نقش، سن، نوع استدلال، نوع پاداش، نوع محصول، پس‌زمینه، تنظیم و اظهار نظر نهایی) وجود ندارد. اگرچه مطالعات قبلی، مردان را در نقش‌های علمی نویسنده مرد و با روان و عضله و زنان را به عنوان عینی و یک فرومایه سوء تفکر از جنس نر به تصویر می‌کشیدند، اما این تحقیقات نشان می‌دهد که زنان و مردان در فعالیت‌ها و نقش‌های غیر کلیشه‌ای به همان اندازه ترسیم شده‌اند.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد تمرکز مطالعات این حوزه بر مطالعات مربوط به کلان‌شهرها بوده است و تاکنون مطالعه علمی و روشمندی در این خصوص در میان مناطق بلوچ نشین انجام نشده است. علاوه بر این، پژوهش حاضر بر گروه خاصی از جامعه یعنی زنان و دختران بلوچ تأکید دارد؛ چرا که شناخت مناسبی از دیدگاه این قشر از جامعه نسبت به کلیشه‌های جنسیتی ایجاد نشده است.

چارچوب نظری

بین جنس و جنسیت تفاوت معناداری وجود دارد. مفهوم جنس اشاره به ویژگی‌های بیولوژیکی انسان دارد و مفهوم جنسیت از معنی نر و ماده بودن به دست می‌آید که جامعه بر زنان و مردان اطلاق

¹- Song

²- Fadjukoff

³- Aramendia-Muneta

می‌کند. این صفات در فرهنگ و سنت تعریف می‌شوند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که جوامع گوناگون نقش‌ها و خصوصیات زنان و مردان را متفاوت و گاهی کاملاً مغایر با یکدیگر تعریف می‌کنند. (تورس و روزاریو، ۱۳۷۵: ۱۶) جامعه‌پذیری نقش‌های جنسیتی که خود نوعی از جامعه‌پذیری است. بدین معناست که چگونه دختران و پسران امتیازها و رفتارهای مناسب از نظر جنسیتی را که بر نگرش جنسیتی آن‌ها اثر می‌گذارد فرا می‌گیرد (ویتاکر، ۱۹۹۹: ۳۳). هویت اجتماعی درک این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست. زندگی اجتماعی انسان بدون وجود راهی برای دانستن این‌که دیگران کیستند و بدون درک از این‌که خود ما کیستیم غیر قابل تصور است. هویت اجتماعی همچون یک فرایند است (جکینز، ۱۳۹۱: ۶).

مید معتقد است که "خود" در فراگرد تجربه و فعالیت‌های اجتماعی رشد می‌یابد و شکل می‌گیرد. شکل‌گیری "خود" ناشی از رابطه فرد با این فراگرد اجتماعی و نیز با افراد دیگر در درون این فراگرد اجتماعی است. (مید، ۱۹۳۴: ۱۳۵). "خود" در نظریه مید از دو عنصر بنیادی تشکیل شده است. من فاعلی پاسخ‌ارگانیسم به نگرش‌های دیگران است و من مفعولی مجموعه سازمان‌یافته نگرش دیگران به "خود" است. نگرش‌های دیگران من مفعولی را می‌سازد و واکنش و عکس‌العمل فرد نسبت به نگرش‌های دیگران من فاعلی او را شکل می‌دهد (همان: ۱۷۵). مید در کتاب مذکر و مؤنث، مطالعه بر جنسیت‌ها در جهان در حال دگرگونی اشاره می‌کند ویژگی‌هایی که در فرهنگ جوامع اروپایی زنانگی یا مردانگی نامیده می‌شود لزوماً از موقعیت زیستی مؤنث و مذکر بودن ریشه نمی‌گیرد بلکه حاصل الگوهای فرهنگی است که در شکل دادن شخصیت "زن" یا شخصیت "مرد" مؤثرند. به عبارت دیگر زن یا مرد بودن را نیز دو نوع شخصیت حاصل از تربیت می‌شمارد نه دو موقعیت فیزیکی خارج از اراده (فکوهی، ۱۳۹۰: ۲۰۷). از نظر فمینیست‌های لیبرال نابرابری جنسیتی مبتنی بر سه عامل است: اول اینکه زنان و مردان در موقعیت‌های نابرابر از نظر منابع مادی، منزلت اجتماعی، قدرت، فرصت و ... قرار دارند. دوم اینکه نابرابری از ساختارهای جامعه نشات می‌گیرد و به خاطر تفاوت‌های زیست‌شناختی و شخصیتی زنان و مردان نیست. سوم اینکه زنان در مقایسه با مردان از قدرت کمتری برای برآوردن نیاز به تحقق نفس برخوردارند در صورتی‌که نیازهای هر دو مشترک‌اند. (ریترز، ۱۳۷۴)

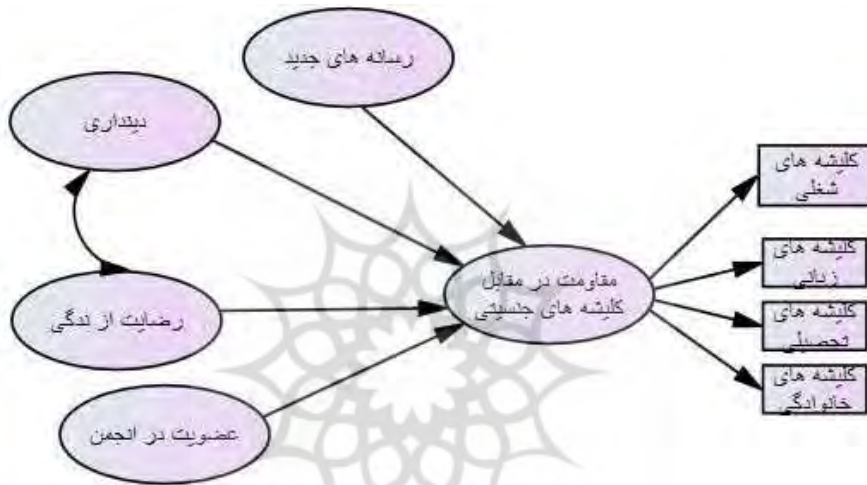
فمینیست‌های لیبرال نشان می‌دهند که تفاوت مردان و زنان ناشی از تفاوت در نوع تربیت دختر و پسر و همچنین ناشی از تفاوت انتظار جامعه از آن‌ها و وجود الگوهای رفتاری و قوانین تبعیض آمیز است (ابوت و والاس، ۱۳۸۰: ۲۸۸).

یکی دیگر از نظریه پردازان هویت و باز تعریف هویت گیدنز است. هویت آن تعریفی است که شخص از خودش دارد و در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌شود و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ کس دارای هویت ثابتی نیست. هویت همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۵). گیدنز هنگام تعریف هویت اجتماعی، موضوع آن از شکل بروزان تفکیک می‌کند. موضوع آن ممکن است فرد، گروه، جامعه، هم‌نوع و مانند آن باشد اما شکل‌های آن ممکن است

به صورت احساس علاقه به خود، خانواده، گروه، هم‌نوع، جامعه، ملیت و مذهب بروز نماید. به نظر گیدنز هویت اجتماعی هویت خاص را که فرد برای خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازد و مستلزم تصمیم‌گیری روزانه است (همان: ۱۲۱).

گیدنز زمانی که در مورد بازاندیشی در هویت صحبت می‌کند همه جنبه‌های هویت فرد را مدنظر قرار می‌دهد و معتقد هست که فرد در همه جنبه‌های هویتی‌اش مورد بازاندیشی قرار می‌دهد که هویت دینی هم از این بازاندیشی مستثنا نمی‌باشد. گیدنز در نظریه‌اش در مورد هویت بازاندیشی، بر این عقیده است که «هویت بازاندیشانه» که مبتنی بر حفظ و تداوم یکپارچگی در عین تغییر و اصلاح است، به عنوان روایت‌های زندگی‌نامه‌ای، در بافت انتخاب چندگانه قرار می‌گیرد و از صافی نظام‌های انتزاعی می‌گذرد «بازاندیشانه بودن [هویت] افراد- نه آنچه هستیم، بلکه آن‌گونه که خودمان را می‌سازیم- حداقل پتانسیل را برای عاملیت از طریق نمایش خلاقیت، بهره‌وری و خودارزیابی مثبت فراهم می‌کند». امروزه افراد اندام‌های بازاندیشانه و انعطاف‌پذیر خود را به نمایش می‌گذارند. به لحاظ ارتباطی، افراد به طور هم‌زمان، به هنگام مسافرت، از طریق لپ‌تاپ و تلفن همراه با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. با وجود این، پروژه هویت بازاندیشانه به صورت بازتولید ساختارهای اجتماعی موجد که تمایل به محدود و ملزم کردن افراد دارند، عمل می‌کند و کنش‌های افراد به واسطه آنچه از قبل موجود بوده است، ارزیابی می‌رود و تعیین می‌یابد (مهدی زاده، ۱۳۸۹). از نظر وی، یکی از مختصات عمده و عوارض افزایش تجربیات با واسطه بی‌شمار در عصر جدید، ورود سرزده یا ناخواسته رویدادهای دوردست به دنیای ذهنی و فکری هرروزه مردم است. بدیهی است که این امر به مدد وسایل ارتباطی و به ویژه اینترنت روی می‌دهد که می‌توانند بر محدودیت‌های و فاصله زمانی و مکانی غلبه کنند. آگاهی از این رویدادهای دوردست، ذهن افراد مدرن را درگیر رویداد و تجربیاتی دوردست و بیرون از زندگی خودشان می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۵۰، عدلی پور، ۱۳۹۲: ۱۱۰). چارچوب پژوهش حاضر بر اساس نظریه گیدنز در مورد بازاندیشی هویتی می‌باشد؛ یعنی اینکه تصور می‌شود افراد هر چه بیشتر به بازاندیشی و بازتعریف هویت شخصی بپردازند، مقاومت بیشتری در برابر کلیشه‌های جنسیتی که طرحواره‌های ثابت و غیرقابل انعطاف‌پذیری هستند، نشان می‌دهند و این طرحواره‌های کلیشه‌ای را بیشتر مورد چالش قرار می‌دهند. پس بر اساس نظر آنتونی گیدنز می‌توان به این نتیجه رسید که بازاندیشی برابر با مقاومت بیشتر در مقابل کلیشه‌های جنسیتی می‌باشند. در واقع، منظور از بازاندیشی و مقاومت در برابر کلیشه‌ها، ترکیب اندیشه و کنش است، در صورتی که سنت و عرف را به چالش بکشد و از ضمانت سنت و عرف برخوردار نباشد. از نظر گیدنز در بازاندیشی و باز تعریف نسبت به هویت متغیرها و نیروهای زیادی دخیل می‌باشند که به رسانه‌های جهانی، فضاهای مجازی، فناوری‌های جدید ارتباطی، هویت دینی و فعالیت‌های مدنی اشاره می‌کند و اعتقاد دارد که اگر دسترسی به رسانه‌های جدید از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، احتمال میزان بازاندیشی هویتی در فرد هم بیشتر است. یا اینکه اگر فرد از ضمانت‌های سنت و عرف و پایبندی بیشتری به هویت

دینی و عرف نشان دهد احتمال اینکه بازاندیشی هویتی در فرد صورت گیرد هم کاهش پیدا می‌کند. از نظر گیدنز این منابع و بسترها باعث تکثر مراجع و زمینه‌های عمل می‌شود و در نتیجه بازاندیشی را در پی دارد. در واقع، آنچه گیدنز در بحث از بازاندیشی به آن اشاره می‌کند، فضاهاى جدید و مدرنی است که انسان عصر جدید با قرار گرفتن در آن، اقدام به تأمل و بازاندیشی می‌کند. بر این اساس، می‌توان پیش‌بینی کرد که هرچه افراد بیشتر در معرض حاملان مدرنیته و منابع بازاندیشی قرار گیرند، بیشتر به بازاندیشی می‌پردازند و به تبع آن در مقابل طرحواره‌ها و کلیشه‌های جنسیتی مقاومت بیشتری از خود نشان می‌دهند. از سوی دیگر با توجه به بستر جامعه و بر اساس مرور تحقیقات تجربی انجام‌شده، مدل نظری ذیل استخراج و طراحی گردید.



مدل ۱: مکانیسم و مدل نظری چگونگی تأثیر بر مقاومت در مقابل کلیشه‌های جنسیتی

روش تحقیق

روش تحقیق از نوع پیمایش مقطعی هست. پیمایش عبارت از جمع‌آوری اطلاعاتی است که با طرح و نقشه و به‌عنوان راهنمای عملی توصیف یا پیش‌بینی و یا به‌منظور تجزیه و تحلیل روابط بین برخی متغیرها، صورت می‌پذیرد. متغیر وابسته و برخی از متغیرهای مستقل بر اساس طیف لیکرت موردسنجش قرار گرفته‌اند. به منظور تحلیل اولیه داده‌ها از نرم‌افزار Spss22 استفاده شد؛ به منظور استخراج تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل از آزمون معادلات ساختاری با نرم‌افزار Amos22 کمک گرفته شد. جامعه آماری در این پژوهش دانشجویان دختر دانشگاه ولایت ایرانشهر بوده‌اند و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۷۷ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری در تحقیق حاضر بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌بندی انجام گرفت. در نمونه‌گیری طبقه‌بندی، جامعه به گروه‌ها و یا طبقات مجزا تقسیم می‌شود و با استفاده از روش تصادفی از هر طبقه نمونه‌ها انتخاب می‌شوند. به منظور سنجش روایی یا اعتبار

ابزار تحقیق، از اعتبار صوری استفاده شد. در این زمینه پرسشنامه به صاحب‌نظران داده شد تا نظرات خود را در مورد سؤالات مطرح نمایند و پس از دریافت نظر آن‌ها نسبت به اصلاح سؤالات و گویه‌ها اقدام گردید سپس پرسشنامه موردنظر در یک نمونه ۳۰ نفری تکمیل شد و گویه‌های که نامفهوم و برای پاسخگویان ابهام داشت در متن نهایی پرسشنامه حذف گردیدند. و به منظور سنجش پایایی پرسشنامه برای تعیین قدرت تبیین‌کنندگی گویه‌ها از الفای کرونباخ استفاده شده است و همه شاخص‌ها از آلفای بالای برخوردار هستند (جدول ۱). برای سنجش متغیر کلیشه‌های جنسیتی از گویه‌های ساروخانی و رفعت جاه، ۱۳۸۳ استفاده شده است. تعاریف عملیاتی سایر متغیرها در جدول (۲) آمده است.

جدول ۱: نتایج روایی شاخص‌های متغیرها

ردیف	شاخص	تعداد گویه	ضریب پایایی (آلفا)
۱	کلیشه‌های جنسیتی	۳۱	۰/۶۰۷
۲	دینداری	۶	۰/۹۰۶
۳	رسانه‌های اجتماعی جدید	۴	۰/۹۲۲
۴	رضایت از خود و اطرافیان	۵	۰/۹۴۸
	ضویت در انجمن‌ها	۳	۰/۹۸۹

جدول ۲: متغیرهای پژوهش به تفکیک ابعاد و گویه‌ها

متغیرها	شاخص و مفهوم (ابعاد)	گویه‌ها
کلیشه‌های جنسیتی	کلیشه‌های شغلی	شرکت زنان در فعالیت‌های خارج از خانه باعث تضعیف نهاد خانواده و تربیت فرزندان می‌شود، زنان نمی‌توانند قاضی شوند چون احساسی تراز مردان هستند، کار طبیعی زنان خانه‌داری و بچه‌داری و کار طبیعی مردان تأمین مخارج زندگی است، مردان هم وظیفه دارند بخشی از امور خانه و تربیت فرزندان را بر عهده گیرند، بهتر است زنان به جای فعالیت اجتماعی زمینه را برای مشارکت فعال‌تر مردان در جامعه مهیا سازند، کار زنان در بیرون از خانه، زنان و جامعه را در مخاطره اخلاقی قرار می‌دهد، حتی اگر مردان هزینه و مخارج زنان را تأمین کنند استقلال مادی برای زن لازم است، زنان کمتر از مردان توانایی مدیریت و تصمیم‌گیری‌های مهم و حساس را دارند، در شرایط استخدامی برابر، حق تقدم با مردان است، بسیاری از مشاغل را زنان در جامعه به همان خوبی مردان انجام می‌دهند، هیچ جا نباید زنان را رئیس و بالادست مردان قرار داد و زنان نمی‌توانند مشاغل مهم سیاسی را بر عهده گیرند
	کلیشه‌های زبانی	مرد سایه سر زنش است، حرف مرد یکی است، زن تا نزاید دلبر است چون زاید مادر است و در خانه حرف آخر را مرد باید بزند

<p>هوش پسران بیشتر از هوش دختران است، رشته‌های مهندسی، فنی و حرفه‌ای با طبیعت زنان ناسازگار است، بعضی‌ها معتقدند توانایی کار فکری زنان کمتر از مردان است. نظر شما چیست؟، رشته‌هایی چون ادبیات، زبان و علوم انسانی با روحیه و توانایی زنان سازگاری بیشتری دارد، بهتر است زنان رشته‌هایی را انتخاب کنند که در خانه‌داری و تربیت کودک به آن‌ها کمک کند، بعضی‌ها معتقدند زنان می‌توانند در رشته‌هایی چون ریاضیات، فلسفه موفق باشند. شما چگونه؟ و تحصیلات دانشگاهی برای دختران حیاتی‌تر است تا پسران</p>	<p>کلیشه‌های تحصیلی</p>	
<p>در امور خانواده برابری زن و مرد خوب است اما همیشه حرف آخر را مرد باید بزند، بعضی از کارهای خانه مثل لباس شستن و جارو کردن از شأن مرد می‌کاهد، رابطه داشتن با جنس مخالف پیش از ازدواج برای زنان بسیار زشت‌تر از مردان است، مردان دارای عقل بیشتر و زنان دارای احساس بیشتری هستند، حق طلاق باید با مرد باشد چون زنان احساسی‌تر هستند، کذب‌و و خانه‌دار بودن درست به اندازه شاغل بودن ارضا کننده است و رعایت اصول اخلاقی برای زنان مهم‌تر از مردان است</p>	<p>کلیشه‌های خانوادگی</p>	
<p>اعتقاد به شرکت در مجالس مذهبی ندارم</p>	<p>حضور در مجالس مذهبی</p>	دینداری
<p>امروزه اعتقادی به نذر دادن و قربانی کردن ندارم</p>	<p>انجام نذورات مذهبی</p>	
<p>قطعاً آخرتی برای حسابرسی همگان وجود دارد</p>	<p>اعتقاد به آخرت</p>	
<p>اگر مشکل پزشکی نداشته باشم و مسافر نباشم روزه‌های ماه رمضان را می‌گیرم</p>	<p>روزه ماه رمضان</p>	
<p>اعتماد زیادی برای رفتن به امکان مذهبی ندارم</p>	<p>حضور در اماکن مذهبی</p>	
<p>در هر شرایطی سعی می‌کنم نماز بخوانم</p>	<p>پایبندی نسبت به نماز</p>	
<p>مالکیت شخصی موبایل</p>	<p>موبایل</p>	استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید
<p>دسترسی به ماهواره</p>	<p>ماهواره</p>	
<p>میزان استفاده از اینترنت</p>	<p>اینترنت</p>	
<p>عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>	<p>فضای مجازی</p>	
<p>از وضعیت مالی‌ام رضایت دارم</p>	<p>رضایت مالی</p>	رضایت فرد از خود و اطرافیان
<p>از اقوام و فامیل رضایت چندانی ندارم</p>	<p>رضایت از اقوام</p>	

رضایت از خانه	از وضعیت فعلی خانوادگی‌ام رضایت دارم
رضایت از دوستان	از دوستانم رضایت کاملی ندارم
رضایت کلی	از وضعیت کلی زندگی‌ام رضایت کاملی ندارم
گروه‌های ورزشی	تا چه حد در گروه‌های ورزشی عضویت و فعالیت دارید؟
دانشگاهی	تا چه میزان در انجمن‌های دانشگاه عضویت دارید؟
مردم نهاد	تا چه حد در نهادهای غیر دولتی (NGO) عضویت دارید؟
عضویت در انجمن‌ها	

یافته‌ها:

در ادامه یافته در قالب دو بخش یافته‌های توصیفی و استنباطی ارائه شده است:

یافته‌های توصیفی

همان‌طور که در جدول زیر آورده شده است، چهار ویژگی وضعیت تأهل و میزان تحصیلات و سن و محل تولد مدنظر است. در وضعیت تأهل فراوانی افراد مجرد ۲۱۰ نفر معادل ۷۶/۴ درصد است و فراوانی متأهلین ۶۵ نفر معادل ۲۳/۶ درصد است. همچنین در میزان تحصیلات تعداد مقطع کارشناسی در نمونه موردنظر ۲۵۸ نفر معادل ۹۳/۱ درصد، ارشد ۷ نفر معادل ۶/۹ درصد است. به لحاظ سن، اکثریت در گروه سنی بین ۱۸ تا ۲۱ سال قرار داشته‌اند. از لحاظ محل تولد اکثریت یعنی ۵۳/۵۶ درصد در شهر بوده‌اند.

جدول ۳: ویژگی‌های توصیفی نمونه

متغیر	طبقات	فراوانی	درصد
وضعیت تأهل	مجرد	۲۱۰	۷۶/۴٪
	متأهل	۶۵	۲۳/۶٪
تحصیلات	کارشناسی	۲۵۸	۹۳/۱٪
	کارشناسی ارشد	۷	۶/۹٪
سن	۱۸ تا ۲۱ سال	۱۳۴	۵۷/۵٪
	۲۲ تا ۲۵ سال	۹۴	۴۰/۳٪
	۲۶ تا ۳۰ سال	۴	۱/۷٪
محل تولد	شهر	۱۷۷	۵۵/۴۶٪
	روستا	۹۷	۳۵/۴٪

جدول زیر فراوانی پاسخگویان در مورد متغیر وابسته به همراه ابعاد آن را نشان می‌دهد. همان‌گونه که در این جدول مشاهده می‌شود میزان مقاومت در مقابل کلیشه‌های جنسیتی در بین دانشجویان

دختر در سطح پایین و متوسطی قرار دارد، به طوری که اکثریت پاسخگویان یعنی ۸۴ درصد پاسخگویان مقاومت پایین یا متوسطی در مقابل کلیشه‌های جنسیتی از خود نشان داده‌اند. به تفکیک ابعاد هم می‌توان گفت که در همه ابعاد این پاسخگویان مقاومت متوسطی از خود نشان داده‌اند و بیشترین فراوانی در بعد کلیشه‌های زبانی بوده است که پاسخگویان ۱۲ درصد در سطح بالایی قرار داشته‌اند و مقاومت بالاتری نسبت به کلیشه‌های جنسیتی داشته‌اند.

جدول ۴: توصیف متغیر وابسته به همراه ابعاد آن

زیاد		متوسط		کم		متغیرهای وابسته
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۵	۸	۸۴/۰	۱۹۴	۱۲/۵	۲۹	کل
۱/۶	۴	۸۵/۹	۲۱۹	۱۲/۵	۳۲	کلیشه‌های شغلی
۱۲/۳	۳۴	۶۶/۷	۱۸۴	۲۱/۰	۵۸	کلیشه‌های زبانی
۱/۱	۳	۸۴/۱	۲۲۲	۱۴/۸	۳۹	کلیشه‌های تحصیلی
۷/۶	۱۹	۶۳/۶	۱۵۹	۲۸/۸	۷۲	کلیشه‌های خانوادگی

یافته‌های استنباطی

در این بخش فرضیات پژوهش مورد آزمون قرار می‌گیرند. تکنیک‌های بکار گرفته شده بر اساس سطح سنجش متغیرها انتخاب شده است. در اینجا علاوه بر تکنیک‌های معمول، برای آزمون مدل از Amos هم استفاده شده است. قبل از اینکه متغیرها وارد مدل معادلات ساختاری شوند، باید از روابط معناداری بین متغیرها اطمینان پیدا کرد. بر این اساس در جدول ذیل این روابط مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جدول (۵) همبستگی میان متغیرهای مستقل و وابسته را نشان می‌دهد. چنانکه ملاحظه می‌شود، همبستگی متغیرهای میزان دینداری، رضایت فرد از خود و اطرافیان، عضویت در گروه‌ها و سمن‌ها با مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی دانشجویان دختر معنادار می‌باشد و فقط بین متغیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید با کلیشه‌های جنسیتی همبستگی معناداری وجود ندارد. بین همه متغیرهای مستقل هم همبستگی معناداری وجود دارد.

جدول ۵: ارتباط بین متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته

میزان دینداری	رضایت فرد از خود و از اطرافیان	عضویت‌ها در گروه‌ها و سمن‌ها	رسانه‌های اجتماعی جدید	مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی
۱	۰/۹۲۰**	۰/۶۲۰**	۰/۵۳۷**	-۰/۵۷۳**
رضایت فرد از خود و از اطرافیان	۱	۰/۶۵۶**	۰/۵۲۷**	-۰/۵۲۶**
عضویت‌ها در گروه‌ها و سمن‌ها	۰/۵۳۹**	۱	۰/۵۲۷**	۰/۵۲۶**
رسانه‌های اجتماعی جدید	۰/۵۲۷**	۰/۶۸۴**	۱	۰/۱۱۶
کلیشه‌های جنسیتی	-۰/۵۷۳**	۰/۲۲۱**	۰/۱۱۶	۱

** $p < 0/111$ *** $p < 0/11$

بررسی روابط اندازه‌گیری و ساختاری مدل

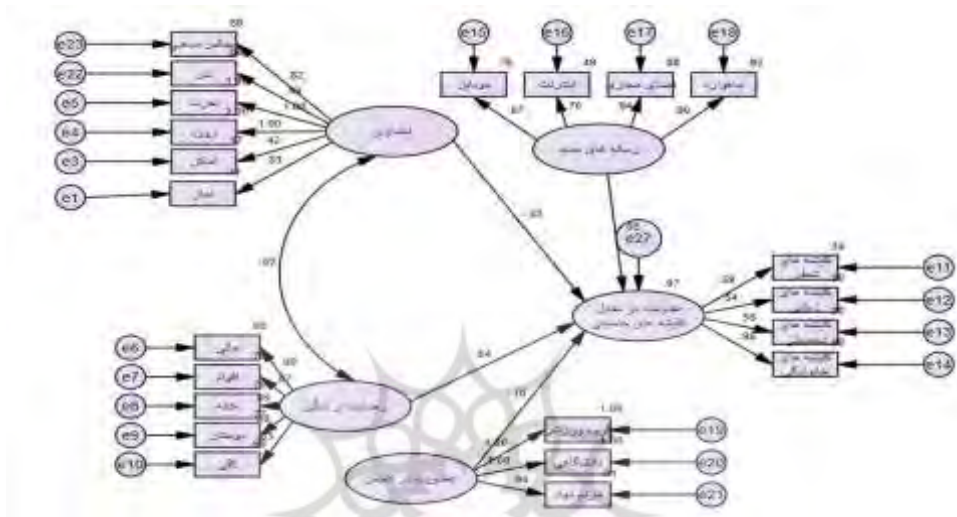
در تحقیق حاضر به منظور بررسی و شناخت هر چه بهتر روابط اندازه‌گیری (مدل عامل تأییدی) و ساختاری (مدل‌های مسیر) از مدل معادله ساختاری استفاده شده است. چنان‌که در جدول (۶) ملاحظه می‌شود، نتایج مربوط به روابط اندازه‌گیری نشان می‌دهد که از بین چهار متغیر پژوهش، متغیر رضایت فرد از خود و اطرافیان با بتای ۰/۸۴۱- بیشترین تأثیر را بر مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی را دارد. همچنین متغیر میزان دینداری هم تأثیر زیادی بر مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی دارد. چنانچه که مشاهده شد در بررسی همبستگی بین دو متغیر رسانه‌های اجتماعی جدید و مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود نداشت، اما در این مدل این تأثیر معنادار بود و در سطح ۰/۰۵ این تأثیر معنادار می‌باشد.

جدول ۶: ضرایب رگرسیونی استاندارد مسیرهای مدل تحقیق

متغیرها	β	p
میزان دینداری ← مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی	-۰/۵۲۰	***
رسانه‌های جدید ← مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی	۰/۰۴۷	۰/۰۴۴
عضویت در انجمن‌ها ← مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی	-۰/۰۹۶	***
رضایت فرد از خود و اطرافیان ← مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی	-۰/۸۴۱	***

** $p < 0/001$ ***

متغیرهای ذکر شده در جدول بالا در نرم آموس به صورت مدل آورده شده‌اند. نرم افزار آموس از این امکان برخوردار است که تأثیر همزمان همه متغیرها را با هم و به صورت یک مدل مورد سنجش و آزمون قرار دهد. از سوی دیگر نتایج درباره روابط ساختاری میان متغیرهای پژوهش در شکل (۲) نشان می‌دهد که این متغیرها تأثیرمعناداری بر متغیر وابسته یعنی مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی دارند.



شکل ۲: نتایج آزمون مدل مفهومی پژوهش همراه با ضرایب

بنا به مدل‌سازی معادلات ساختاری پرسش این است که آیا داده‌های تجربی گردآوری شده از مدل نظری حمایت می‌کنند یا خیر. برای همین در این روش، تعدادی شاخص به‌عنوان شاخص برازش معرفی می‌شوند که نشان‌دهنده میزان همخوانی مدل نظری و داده‌های تجربی هستند. (آلبرایت، ۱۳۹۳، ابارشی و حسینی، ۱۳۹۱). برای بررسی برازش مدل از عمومی‌ترین شاخص‌ها از جمله شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI)، شاخص برازش بنتلر-بونت (NFI) شاخص توکر-لوپس (ILI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازش نسبی (RFI)، شاخص برازش افزایشی (IFI) و همچنین ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) استفاده شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود همه این شاخص‌ها در سطح بالایی قرار دارند. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که مدل نظری تدوین شده با استفاده از داده‌های گردآوری شده تأیید می‌شود و به عبارت دیگر این مدل، داده‌ها را به‌خوبی برازش می‌کند.

جدول ۷: شاخص‌های اصلی برازش مدل

GFI	AGFI	NFI	RFI	IFI	ILI	CFI	RMSEA
۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۸۵	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۰۶

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش همانند بسیاری از پژوهش‌های دیگر، شروع بازتعریف هویتی در دختران و مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی را تأیید می‌کند، هر چند با توجه به یافته‌های پژوهش که فقط سه درصد مقاومت زیادی در برابر این کلیشه‌های جنسیتی از خود نشان داده‌اند، می‌توان گفت که سرعت این تغییرات خیلی کند است. سرعت تغییرات در جوامع مختلف متفاوت است، زیرا بستر جامعه و خصوصیات کلی جامعه تسهیل‌گر یا تسریع‌کننده سرعت این تغییرات هستند. در جوامع سنتی و کمتر توسعه‌یافته اگر برخی از این تغییرات با سرعت زیاد انجام شود، واکنش‌های زیادی را به دنبال خواهد داشت و ساختارهای مقاوم و غیرقابل تغییر و پرنفوذ و قدرتمند سعی می‌کنند که روند تغییرات را از ریل خارج کرده و موانع غیرقابل تغییری در مقابل این تغییرات به وجود می‌آورند. اگر این تغییرات با سرعت کند و در جهت مسیر حرکت و نه مقابل مسیرها شکل گیرند، واکنش‌های منفی چندانی را در پی نخواهند داشت و این تغییرات زیرپوستی و کند جامعه را به سمت این تغییرات هدایت می‌کند. احساس می‌شود که مقاومت در برابر کلیشه‌ها و طرحواره‌ها از همچنین وضعیتی برخوردار هست و با توجه به وجود ساختارها و نهادهای قدرتمند همچون دین و باورهای فرهنگی سرعت کند این تغییرات قابل پیش‌بینی است. بر اساس پایین بودن میزان مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی می‌توان گفت که در جوامع سنتی و با رویکرد مردسالارانه و ساختارهای سنتی مقاومت در برابر این طرحواره‌ها و کلیشه‌های با سرعت کند اتفاق می‌افتاد و این موضوع هم دور از انتظار نیست. جامعه مورد مطالعه این پژوهش با دارا بودن این ویژگی‌ها در سال‌های اخیر با رشد و گسترش ورود دانشجویان دختر به دانشگاه‌ها، بازتر شدن فضاهای اجتماعی برای دختران و افزایش ارتباطات و تعاملات حرکت در مسیر بازتعریف و بازاندیشی هویتی و به تبع آن مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی را شروع کرده است. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های ساروخانی، رفعت‌جاه (۱۳۸۳) و بوستانی (۱۳۹۰) همراستا است و با نتایج تحقیقات ایگلی و همکاران (۲۰۱۹) تفاوت دارد؛ زیرا نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، کلیشه‌های جنسیتی به سمت مردان سوق پیدا کرده‌اند و کلیشه‌های مثبت بیشتری در مورد زنان در این جامعه وجود داشته است و مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی در بین زنان در سطح بالایی قرار داشته است. نتایج همبستگی متغیرها و نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که بین مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی و چهار متغیر میزان دینداری، میزان رضایت فرد از خود و اطرافیانش، میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید و میزان عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد

همبستگی معناداری وجود دارد و این چهار متغیر تأثیر معناداری بر مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی یا پذیرش کلیشه‌های جنسیتی دارند. متغیر رضایت از خود تأثیر بیشتری را بر بازتعریف هویت دختران دانشجو و به تبع آن مقاومت بیشتر در مقابل کلیشه‌های جنسیتی دارد. دخترانی که در جامعه، فرهنگ و خانواده سنتی و با محدودیت بزرگ‌شده و رشد کرده‌اند فرصت رفتن به دانشگاه و ادامه تحصیل در آن برای همه وجود ندارد. معدود دخترانی که به این فرصت دست پیدا می‌کنند؛ احساس خوب و رضایت‌مندی را نسبت به خود، اطرافیان و اجتماع پیدا می‌کنند. این احساس رضایت شرایط بازتعریف و بازاندیشی را برایشان مهیا کرده است. این نتیجه با یافته تحقیق ایمان و کیدقان (۱۳۸۱) هم‌خوانی دارد.

متغیر دینداری، دیگر متغیر مؤثر بر بازتعریف هویت دانشجویان دختر است. ارتباط بین این دو متغیر عکس است. در جوامع سنتی گرایش به دینداری سنتی غالب است. خانواده‌ها دختران را تسلیم، فرمانبر و مطیع اجتماعی می‌کنند که نه تنها فرصتی برای بازتعریف به آن‌ها داده نمی‌شود؛ بلکه در مقابل تغییر الگوهای سنتی به مقاومت و مقابله می‌پردازند. یافته‌های این پژوهش با پژوهش بوستانی (۱۳۹۰)، دشتی خویدکی و حسینی (۱۳۹۴) و ابوچدید (۲۰۰۷)، همسو است. یافته‌ها نشان داد که بین میزان دینداری پاسخگویان و مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی همبستگی معناداری وجود دارد و جهت این همبستگی منفی است. میزان دینداری پاسخگویان به‌عنوان عاملی مؤثر در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی شناخته می‌شود. بر این اساس می‌توان به این نتیجه رسید که دینداری و هویت دینی بالاتر منجر به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی می‌شوند و این متغیر مقاومت در برابر کلیشه‌ها و علی‌الخصوص کلیشه‌های جنسیتی را با موانع زیادی روبرو می‌کند. داده‌های به دست آمده ارتباط بین متغیر عضویت در گروه‌ها و انجمن‌ها را با مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی تأیید می‌کند. همچنین نتایج پژوهش در سطح همبستگی نشان داد که بین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید و مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی همبستگی معناداری وجود ندارد و به نظر می‌رسد کمبود امکانات رسانه‌های جمعی و نبود زیرساخت‌های مناسب ارتباطی و رسانه‌ای، مثل موبایل‌های هوشمند، اینترنت پرسرعت دلیلی بر این عدم رابطه می‌باشد؛ با توجه به این شرایط و مهیا نبودن زیرساخت‌های مناسب ارتباطی و رسانه‌ای، پاسخگویان سطح پایینی از این رسانه‌ها استفاده می‌کنند و به تبع آن میزان آگاهی رسانه‌ای این گروه هم ارتقا پیدا نمی‌کند و کمتر در مقابل کلیشه‌ها و طرحواره‌ها از خود مقاومت نشان می‌دهند. هر چند در مدلسازی معادلات ساختاری، رسانه‌های جدید بر مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی تأثیر معناداری داشته‌اند، اما میزان تأثیر در سطح پایینی بود.

استنباط نظری پژوهش این است که قرار گرفتن دختران در مسیر بازتعریف هویت، نوید بخش تحرک، پویایی و رشد دخترانی است که به دلیل ساختارهای سنتی جامعه‌شان مورد بی‌توجهی قرار گرفته‌اند. با این وجود نگرانی‌هایی به همراه دارد از یک طرف جامعه‌ای که سنتی و مذهبی است تغییر

در دختران و زنان و تعدی از الگوهای سنتی را نمی‌پذیرد و گاهی نسبت به این تغییرات عکس‌العمل‌های غیر قابل پیش بینی از خود نشان می‌دهد، از طرف دیگر شروع این تغییر در جامعه‌ای با ویژگی‌هایی که ذکر شد بدون الگو و چشم‌انداز تعریف‌شده بحران‌هایی برای این قشر از جامعه به همراه دارد که گاهی ممکن است جبران ناپذیر باشد. همچنین براساس نظریه گیدنز می‌توان گفت بازاندیشی زمانی صورت می‌گیرد که فرد سنت و عرف را به چالش بکشد، که در این پژوهش با توجه به سطح بالای دینداری پاسخگویان و میزان عضویت پایین این پاسخگویان در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد، می‌توان گفت که هنوز بخش زیادی از کنش‌ها و رفتارهای افراد و پاسخگویان از ضمانت عرف و سنت برخوردار است و با تکیه بر این دو منبع، درصد زیادی از کنش‌های خود را تنظیم می‌کنند. همان‌گونه که گیدنز بیان داشته است؛ هنوز بازاندیشی و بستر بازاندیشی در این جامعه شبه مدرن کاملاً مهیا و آماده نیست، چراکه رسانه‌های اجتماعی و به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی جدید مثل شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه نهاد تأثیرگذار در این جامعه نقش بازی نمی‌کند و بیشتر در پستوهای جامعه زیست و قرار دارند. بر این اساس نقش پررنگی در تغییرات این جامعه نمی‌توانند بازی کنند. از سوی دیگر نهاد دین، به‌مثابه نهادی قدرتمند و ساختار ساز تولید و بازتولید می‌شود و در تعاملات و کنش‌های روزمره افراد نقش پررنگی دارد.

منابع

- آلبرایت، جرمی جی. (۱۳۹۳). *تحلیل عامل تأییدی*، ترجمه: حسین صفیری، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- ابارشی، احمد و حسینی، سیدیعقوب. (۱۳۹۱). *مدلسازی معادلات ساختاری*، تهران: جامعه‌شناسان.
- ابوت، پاملا و والاس، کلر. (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی زنان*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.
- اعزاز، شهلا. (۱۳۸۰). *تحلیل ساختاری جنسیت، نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران*، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- ایمان، محمدتقی و حائری، فاطمه. (۱۳۹۱). *بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با هویت جنسیتی دختران جوان: نمونه مورد مطالعه دبیرستان‌های ناحیه دو شهر شیراز، فصلنامه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۰(۴): ۴۰-۷.
- ایمان، محمد تقی و کیدقان، طاهره. (۱۳۸۱). *بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان، فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهراء (س)*، ۱۲(۴۴): ۷۹-۱۰۷.
- بوستانی، داریوش. (۱۳۹۰). *جوانان و هویت بازاندیشانه مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان، مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۵(۱): ۷۲-۴۲.
- تورس، اماری لیس و روزاریو، دل روزاریو. (۱۳۷۵). *جنسیت و توسعه*، ترجمه جواد یوسفیان، تهران: بانو.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۱). *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.

- حسین زاده، علی و ممبئی، ایمان. (۱۳۹۰). عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان باورپذیری کلیشه‌های جنسیتی در دو سپهر عمومی و خصوصی، *مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، ۲(۳): ۸۴-۶۷
- حسینی، سیده مریم؛ حقیقتیان، منصور و جهانبخش، اسماعیل. (۱۳۹۸). رابطه چندگانه شدن زیست جهان‌های اجتماعی با بازاندیشی هویت فرهنگی زنان و دختران (مورد مطالعه: زنان و دختران ۱۴-۴۹ ساله کرج)، *فصلنامه زن و جامعه*، ۱۰(۳۸): ۲۱۶-۱۹۵.
- دشتی خویدکی، منصوره و حسینی، سید حسن. (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و رابطه‌ی آن با میزان دینداری (مطالعه زنان و مردان بالای ۲۰ سال منطقه ۶ تهران در سال ۱۳۹۲)، *مطالعات زنان و خانواده*، ۳(۲): ۱۸۳-۱۵۱.
- رهبر مهرپرو، بهناز؛ رشیدی، احتشام و دانایی، ابوالفضل. (۱۳۹۸). تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان، *پژوهش‌نامه زنان*، ۱۰(۲۸): ۱۱۲-۸۵.
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- ساروخانی، باقرو رفعت جاه، مریم (۱۳۸۳). زنان و بازتعریف هویت اجتماعی، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۵(۲): ۱۶۰-۱۳۳.
- عدلی پور، صمد، یزدخواستی، بهجت و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۰(۳): ۱۲۸-۱۰۱.
- کاستلز، امانوئل. (۱۳۸۵). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: قدرت هویت*، ترجمه افشین خاکباز، حسن چاوشیان، احد علیقلیان، تهران: طرح نو.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۹۰). *تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی*، تهران: نی
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- مقدس، علی اصغر و خواجه نوری، بیژن. (۱۳۸۴). جهانی شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان بررسی موردی در دو شهر شیراز و استهبان، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، شماره ۷: ۳۳-۵۸.
- مهدی زاده، سید محمد. (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: نشر همشهری.
- هومین فر، الهام (۱۳۸۲). تحول جامعه‌پذیری جنسیتی، *پژوهش زنان*، ۱(۷): ۱۱۳-۸۹.
- Abouchedid, K. E. (2007). Correlates of religious affiliation, religiosity and gender role attitudes among Lebanese Christian and Muslim college students. *Equal Opportunities International*.
- Aramendia-Muneta, M. E., Olarte-Pascual, C., & Hatzithomas, L. (2020). Gender stereotypes in original digital video advertising. *Journal of Gender Studies*, 29(4), 403-419.
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of US public opinion polls from 1946 to 2018. *American psychologist*, 75(3), 301.
- Fadjukoff, P., Feldt, T., Kokko, K., & Pulkkinen, L. (2019). Identity status change within personal style clusters: A longitudinal perspective from early adulthood to midlife. *Identity*, 19(1), 1-17.

- Koenig, A. M. (2018). Comparing prescriptive and descriptive gender stereotypes about children, adults, and the elderly. *Frontiers in psychology*, 9, 1086.
- Lorber, J., & Farrell, S. A. (Eds.). (1991). *The social construction of gender* (pp. 309-321). Newbury Park, CA: Sage.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society* (Vol. 111). University of Chicago Press.: Chicago.
- Song, J. (2019). "She Needs to Be Shy!": Gender, Culture, and Nonparticipation Among Saudi Arabian Female Students. *Tesol Quarterly*, 53(2), 405-429.
- Whitaker, L. D. (1999). Women in Politics: Have the Outsiders Become Insiders.
- World Economic Forum. (2020) The Global Gender Gap Report 2018. Geneva, Switzerland: The World Economic Forum (WEF).



From resistance to accepting gender stereotypes among Baluch girls((Case study: students of Velayat University Iranshahr)

Saman Yousefvand¹, Abdul Latif Karwani², Somayeh Reisi^{3*}

Abstract

The aim of this study was to identify the level of resistance or acceptance of gender stereotypes among Baluch female students of Iranshahr University. The theoretical framework of the present study is based on Giddens's theory of identity rethinking. This study is a quantitative and survey research method and a questionnaire was used. The statistical population of this study included all female students of Iranshahr University. The sample size was determined based on Cochran's formula of 277 people and sampling in the present study was based on classification sampling. The results of this study showed that about 3% of respondents were very resistant to gender stereotypes. The results of the correlation showed that there is a significant correlation between the level of religiosity of the respondents, membership in associations and associations, self-satisfaction and the environment with gender stereotypes. Analysis of structural equations showed that the variables of the model, namely the degree of religiosity, membership in associations and societies, self-satisfaction of people and others and the use of new social media, -0.520, 0.096, -0.841 and / 047, respectively. 0 have a significant effect on the degree of resistance to gender stereotypes. Based on the research results, it can be said that considering the context of society as a quasi-modern society and considering the research field which is university level, the level of resistance to gender stereotypes is estimated at a low level and the reason for this is low access to new social media. High level of religiosity, individual satisfaction with living conditions and low level of civic activities such as membership in associations and non-governmental organizations.

Key words: Gender stereotypes, religiosity, social media, quasi-modern society, Baluch girls

1 . PhD student in Sociology, University of Tehran, Researcher, Parliamentary Research Center, Tehran, Iran.
(samanyousefvand68@gmail.com)

2 . PhD student in Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran
(a.karevani@shirazu.ac.ir)

3 . Instructor and faculty member of Velayat University Iranshahr, Zahedan, Iran
* (responsible author) (somayehraisi66@gmail.com)