

بررسی اثر جنس و طرحواره‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی

الهه حجازی^۱ و زهرا رضادوست^{۲*}

چکیده

این پژوهش به بررسی تاثیر جنس و نقش‌های کلیشه‌ای جنسیتی بر الگوهای دوستی می‌پردازد. تعداد ۱۶۲ دانشجوی دختر و ۱۳۸ دانشجوی پسر از دانشکده‌های دانشگاه تهران مورد مطالعه قرار گرفتند. برای جمع‌آوری داده‌ها از نمونه مورد مطالعه از دو پرسشنامه کیفیت دوستی حجازی (Hejaze, 1996) و پرسشنامه نقش‌های جنسیتی بَم (Bem, 1981) استفاده گردید. داده‌های بدست آمده با استفاده از روش‌های آماری آزمون تی برای گروه‌های مستقل، آزمون همبستگی خی دو تجزیه و تحلیل گردید. نتایج پژوهش نشان دادند بین جنس افراد و الگوهای دوستی ارتباط معناداری وجود دارد به گونه‌ای که میزان رضایت و خود فاش‌سازی و صمیمیت در بین زنان بیش‌تر از مردان است و میزان اعتماد مردان نسبت به زنان بیش‌تر است، اما بنظر می‌رسد که میان کلیشه‌های جنسیت و الگوهای دوستی ارتباط معناداری وجود ندارد. در واقع، کلیشه‌های جنسیتی موجود نمی‌تواند چگونگی الگوهای دوستی افراد را پیش‌بینی کند. هم‌چنین، بین جنس و نقش‌های کلیشه‌ای جنسیتی نیز ارتباط معناداری وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: زنانگی، مردانگی، دوجنسیتی، BSRI، کلیشه‌های جنسیتی، الگوهای دوستی، جنس.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

۱- دانشیار روان‌شناسی بالینی، دانشگاه تهران، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی. E_hejaze@ut.ac.ir

۲- دانش‌آموخته کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه تهران.

*- نویسنده مسئول مقاله: Z_rezadost_b@yahoo.com

پیشگفتار

شناخت ماهیت تفاوت‌های میان زنان و مردان از آغاز آفرینش نوع بشر افراد را مجذوب خود ساخته است. پس از تولد با واریسی اندام تناسلی نوزاد، به او جنسیتی مذکر یا مونث می‌دهند و این بر تجارب آتی او تاثیر عمیق می‌گذارد. در واقع در تمام جوامع انسانی، تمایزهای اجتماعی بر پایه جنسیت بین زنان و مردان شناخته شده است. مفاهیم و فرایندهای جنسیتی بر رفتار، افکار، احساسات فردی و تعامل‌های بین فردی اثر می‌گذارد و به تعیین ساختارهای اجتماعی کمک می‌کند و سرانجام تفاوت‌های جنسیتی را تداوم می‌بخشد. در واقع جنسیت تاثیر مستقیمی بر افکار و فعالیت افراد دارد و این واقعیت که یک فرد زن است یا مرد، هویت اجتماعی و فرصت‌های اجتماعی او را شکل می‌دهد. افراد در درون جامعه با نقش جنسیتی خود آشنا می‌شوند، یعنی مجموعه انتظاراتی درباره رفتار ی رفتار ی که برای افراد دارای آن جنس مناسب تلقی می‌شود. این انتظارات بسته به نحوه تعریف زنانگی و مردانگی فرق دارد. در نتیجه ی این تعاریف گوناگون یک سری کلیشه‌های جنسیتی (بر آمده از این تمایزهای جنسیتی) در تمام جوامع بوجود می‌آیند که در تمام سطوح ارتباطات و فعالیت‌های زنان و مردان تاثیر داشته و طرح‌واره‌های ذهنی را درباره زنانه‌گی و مردانه‌گی تشکیل می‌دهند.

همان گونه که گفته شد یادگیری این طرح‌واره‌ها، شکل دهنده فرصت‌ها و فعالیت‌ها و ارتباطات ما هستند. یکی از این حوزه‌های ارتباطی با افراد دیگر، حوزه دوستی و الگوهای دوست‌یابی است.

بنا به تعریف اسپادین (Spadin, 1989) دوستی یک پیوند داوطلبانه با دیگران است که شامل مواردی همچون رفاقت، اعتماد، پذیرش یکدیگر، وابستگی متقابل، توجه کردن به هم و داشتن حس خوشی و لذت است. دوستان کسانی هستند که مراقب نیازهای شما هستند و در موقع گرفتاری به کمک شما می‌شتابند. انسانها از اینکه زمان خود را با دوستانشان صرف کنند خوشحال‌ترند و در این دوستی به داد و ستد و معادلات پایاپای که پای منفعت را در میان می‌کشد، می‌پردازند.

از سوی دیگر، زنان و مردان دارای شیوه‌های گوناگون تعامل و دوستی با یکدیگر هستند؛ فرهنگ هر جامعه به نوعی شکل دوستی افراد آن جامعه را کنترل می‌کند؛ مثلا زنان و مردان در مقدار زمانی که با دوستان صرف می‌کنند، فعالیت‌هایی که به آن می‌پردازند و آنچه درباره آن سخن می‌گویند متفاوت عمل می‌کنند (hejaze & fartash, 2006). گفته می‌شود که زنان در دوستی‌ها صمیمیت بیشتری نسبت به مردان ابراز می‌کنند. در دوستی‌های میان دو جنس^۱

^۱ -cross-sex

فرضیه‌هایی مبنی بر این وجود دارد که مردها در دوستی با زنان در پی یافتن صمیمیت بیش‌تر هستند درحالی‌که زنان از مردها بیش‌تر خواهان حمایت و محافظت هستند (Sheets, 2005).

مردان و زنان دوستی و الگوهای دوست‌یابی خود را در چارچوب نقش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی شکل می‌دهند. دوستی افراد در متن یک نظام جنسیتی شکل می‌گیرد که برخی کلیشه‌ها و نقش‌ها را مناسب زنان و برخی دیگر را تنها مناسب با مردان می‌داند. مثلاً خصوصیات عاطفی، مضطرب و جذاب و... در بیش‌تر جوامع به زنان و خصوصیات فعال، حادثه‌جو، پرخاشگر و زورگو و... به مردان نسبت داده شده است (Hyde, 2004).

بنا بر پژوهش‌های متعددی که در حیطه تأثیر باورهای جنسیتی بر افکار و احساسات و نوع روابط اجتماعی انجام شده است بنابراین، آیا می‌توان گفت که باورهای جنسیتی در ایجاد الگوهای دوستی دو جنس نیز نقش دارند؟

مبانی نظری

یکی از مباحثی که در بحث تفاوت زن و مرد باید مورد توجه قرار گیرد، رشد جنسیت می‌باشد. منظور از رشد جنسیت این هست که دختر و پسر چگونه از جنسیت خود آگاه می‌شوند و چگونه به عنوان یک دختر یا یک پسر نقش خود را ایفا می‌کنند. به این منظور، در طول سالیان گذشته نظریه‌های گوناگونی تدوین شده است، نظریه‌هایی همچون نظریه‌های روان‌تحلیل‌گری، زیست‌شناسی اجتماعی، یادگیری اجتماعی، رشد و تحول شناختی و طرحواره جنسیتی. این نظریه‌ها به موضوع‌های از قبیل این که چگونه کودک به دختر یا پسر بودن خود پی می‌برد؟ و یا چگونه رفتار مبتنی با نقش جنسیتی با رشد کودک در او شکل می‌گیرد؟ می‌پردازند. مبانی نظری پژوهش بر اساس نظریه طرحواره جنسیتی است که در ادامه به بررسی این نظریه می‌پردازیم.

یک کلیشه یا تصور قالبی جنسیتی، به معنی مجموعه باورهایی است درباره این که زن یا مرد بودن به چه معناست؟ کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی دربرگیرنده اطلاعات درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل است. مهم‌ترین 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 و ظریف و زیبا) و صفات روانی خاص (مهرورز، وابسته، ضعیف، عاطفی) خواهد داشت و به فعالیت‌های خاص (مراقبت از کودک، آشپزی، باغبانی) خواهد پرداخت (Golombok & Phishi, 2002).

آندره میشل (Mitchell, 2002) در کتاب خود با عنوان "پیکار با تبعیض جنسی" با بررسی پژوهش‌هایی که در سطوح بین‌المللی و برای یونسکو صورت پذیرفته است، نمونه‌هایی از تصورات قالبی مشترک در سطح دنیا درباره زنان و مردان را ارائه می‌دهد:

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 بر 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 یا پزشک.

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 (hyde, 2004).

بر اساس دیدگاه مارتین و همکاران (khosrotash, 2003) 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، ولی 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 آیین 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 هم‌جنس و غیر هم‌جنس معین کند و کلیشه‌ها را برای 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.

عوامل موثر بر تحول کلیشه‌ها یا طرحواره‌های جنسیتی

جامعه‌پذیری یکی از مفاهیم کلیدی در جامعه‌شناسی است. از راه فرایند جامعه‌پذیری ارزش‌ها، هنجارها، نقش و باورهای مورد پذیرش اکثریت جامعه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. اساساً فرهنگ هر جامعه از راه فرایند جامعه‌پذیری فرا گرفته می‌شود (ahmadniya, 2003). جامعه‌پذیری فرایندی است که طی آن کودک ناتوان به تدریج به شخصی خود آگاه، دانا و ورزیده در شیوه‌های فرهنگی که در آن متولد گردیده است تبدیل می‌شود. اجتماعی شدن نسل‌های گوناگون را به یک‌دیگر پیوند می‌دهد (Giddens, 1999).

آنچه استمرار و دوام نقش‌های جنسیتی تفکیک شده را فراهم می‌سازد، وجود نهادهای جامعه‌پذیری از جمله خانواده، مدرسه، گروه همسالان و رسانه‌های جمعی است. این نهادها، نقش‌های جنسیتی را به عنوان یک هنجار نشان داده و از دختر و پسر انتظار آن می‌رود که با این هنجارها هم‌نوا باشد. هم‌نوايي، پاداش و تایید دیگران را به همراه دارد، اما ناهم‌نوايي موجب تنبیه و یا نارضایتی دیگران است و نرسیدن به اهداف را در پی دارد. بنابراین، این هنجارها در کودک درونی سازی شده و در بزرگسالی به عنوان صفاتی ثابت و پایدار باقی می‌ماند (Connell, 2002).

نظریه طرحواره‌های جنسیتی بَم یا BSRI^۱

بَم (Bem, 1981) نظریه طرحواره را برای شناخت فرایند 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 براساس جنسیت عرضه می‌کند (hyde, 2004).

بَم می‌گوید فرایند رشد و تحول سنخیت جنسی یا اکتساب نقش جنسیتی در کودکان نتیجه یادگیری تدریجی کودک از محتوی طرحواره جنسیتی جامعه است. تداعی‌های مرتبط با جنسیت، که طرحواره را شکل می‌دهند، بسیار هستند: پسران قوی و محکم هستند، دختران زیبا هستند (شاید صرفاً از صفاتی که بزرگسالان برای کودکان بکار می‌گیرند آموخته‌اند، پسران هرگز خوشگل خطاب نمی‌شوند و یا به ندرت این گونه خطاب می‌شوند، هرگز دختران را قوی نمی‌نامیم و یا به ندرت این کلمه در مورد دختران به کار برده می‌شود). دختران برای این که مادر شوند بزرگ می‌شوند، ولی پسران نه. طرحواره جنسیتی ارتباط نزدیکی با "خود پنداره" دارد (hyde, 2004). پس در هر جامعه‌ای، کودک همرا با تحول، از طرحواره‌های جنسیتی موجود در جامعه نیز شناخت حاصل

^۱ - Bem Sex Role Inventory

می‌کند. بر مبنای این طرح‌واره ها الگوهای نقش های جنسیتی و رفتار مناسب در اجتماع را می‌آموزد و بدین ترتیب خود پنداره^۱ در بزرگسالی نیز شکل گرفته و چارچوبی برای مفاهیم مردانگی و زنانگی فردی بدست می‌آید (khamse,2004).

چون زنانگی و مردانگی به لحاظ اجتماعی ساخته شده و توسعه یافته اند، نقش‌های زنانگی و مردانگی به وسیله ی مردمی که فرهنگی مشترک دارند، تولید و باز تولید می‌شوند. به بیان دیگر، زنانگی و مردانگی ثابت نمی‌مانند و بر حسب زمان و مکان متغیر خواهند بود (hyde,2004).

نظریه بم ترکیب های ویژه ای برای هویت نقش جنسیتی قائل است:

- نقش سنتی مردانه با درجه نسبتا بالای مردانگی و نسبتا پایین زنانگی.

- نقش سنتی زنانه با درجه نسبتا بالای زنانگی و نسبتا پایین مردانگی.

- نقش دو جنسیتی با موقعیت و درجه نسبتا 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 مود نیازشان استفاده می‌کنند.

- نقش جنسیتی نامتمایز که دارای درجه نسبتا پایین زنانگی و مردانگی نسبت به هر دو جنس (zohrevand,1996).

جنسیت قابل توجه ترین عامل اجتماعی در شکل دهی الگوهای اجتماعی است (Allan,1989). مطمئنا فرض های فرهنگی دوستی زنان و مردان متفاوت است، در مورد مردان این تفکر بیش‌تر وجود دارد که دارای گرایش بیشتر به دوستی هستند، از نظر اجتماعی فعال ترند و به طور کلی دارای شبکه‌های دوستی گسترده تری هستند. به شکل سنتی مردان به عنوان افرادی که به راحتی با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند و جر و بحث های خرد را تحمل کرده و کم‌تر وارد روابط حسادت آمیز می‌شوند، معرفی می‌شوند. بر عکس بر اساس قالب های جنسیتی مسلط، دوستی‌های زنانه بسیار لطیف تر توصیف می‌شود (Allan,1989). بر طبق مطالعات انجام شده تفاوت‌های متعددی در الگوهای دوستی زنان و مردان گزارش شده است که در ادامه به شایع‌ترین این تفاوت‌ها می‌پردازیم:

۱- مقدار زمان صرف شده با دوستان: برخی پژوهش‌ها تفاوت در میزان زمان صرف شده با دوستان را نشان می‌دهد. برای مثال پترسون (Fehr,1996 quote by Patterson,1984) نشان داد که اگر چه میزان تماس چهره به چهره پسران و دختران یکی است، اما ۸۵٪ دختران و ۵۰٪ پسران در طول روز با دوستانشان تماس تلفنی داشتند

¹ - self - concept

۲- **فعالیت‌ها:** الگوی متفاوت فعالیت‌های زنان و مردان با دوستانشان تثبیت شده است. حرف زدن، محتوای دوستی زنان را تشکیل می‌دهد، در حالی که دوستی مردان مبتنی بر فعالیت‌هاست و ترجیح می‌دهند به فعالیت‌هایی نظیر همراهی در وقایع ورزشی بپردازد (Fehr, 1996).
 رایت (quote by Fehr, 2004) بر این باور است که دوستی زنان «چهره به چهره^۱» و دوستی مردان «پهلوی به پهلوی^۲» است. برخی به تصویر پهلوی به پهلوی بر دوستی مردان انتقاد کرده و می‌گویند مردان بیش از آنچه ما باور داریم حرف می‌زنند و زنان بیش از آنچه ما باور داریم، فعالیت می‌کنند (Fehr, 1996).

تفاوت در نوع فعالیت زنان و مردان، ریشه‌های تحولی دارد. تمایل پسران به بازی در گروه و دختران به تعامل دو نفری، یکی از محکم‌ترین یافته‌ها در بازی کودکان است (Fehr, 1996). این الگو در نوجوانی نیز دیده می‌شود.

۳- **موضوع صحبت‌ها:** زنان بیش‌تر در مورد روابط نزدیک و سایر حالت‌های شخصی صحبت می‌کنند، در حالی که صحبت مردان بیش‌تر در ارتباط با ورزش، کار و وسیله نقلیه است. کالدول و پیلار (Kaldwall & Peplar, 1982, quote by Fehr, 1996) از افراد در مورد موضوع صحبت با بهترین دوست، سؤال کردند. زنان، موضوع‌های شخصی نظیر احساسات و مشکلات را دو برابر مردان ذکر کردند. هم‌چنین، زنان به صورت معناداری بیشتر از مردان، علاقمند به صحبت درباره دیگران هستند.

پژوهشگران به این نتیجه رسیده‌اند که "خود افشا سازی" عاملی مهم در ایجاد رابطه دوستانه است. خود افشاسازی در پسران کم‌تر دیده می‌شود، ولی همان‌گونه که گفته شد دختران در دوستی‌های خود از آن استفاده می‌کنند (khosravi, 2003).

عوامل گوناگون زیادی وجود دارد که ممکن است باعث تغییرات الگوهای دوستی در فرهنگ‌های گوناگون شود، به احتمال زیاد، عامل فرهنگی که بیش‌تر از بقیه مورد بررسی قرار گرفته عامل فرد گرایی - جمع گرایی است که ثابت کرده می‌تواند برای توضیح خیلی از تفاوت‌ها در روابط بین شخصی مهم باشد (Ozkan & Lajunen, 2005). دوستی افراد در متن یک نظام جنسیتی شکل می‌گیرد که برخی کلیشه‌ها و نقش‌ها را مناسب زنان و برخی دیگر را تنها مناسب با مردان می‌داند. برای مثال، خصوصیات عاطفی، مضطرب و جذاب و... در بیش‌تر جوامع به زنان و خصوصیات فعال، حادثه جو، پرخاشگر و زورگو و... به مردان نسبت داده شده است (hyde, 2004).

¹ - Face to Face

² -Side by Side

پیشینه پژوهش

ازکان و لجونن (Ozkan & Iajunen, 2005) پژوهشی با عنوان مردانگی، زنانگی و پرسشنامه نقش جنسیتی بَم در ترکیه انجام داده اند. ۲۸۰ دانشجوی مرد و ۲۵۶ دانشجوی زن در این پژوهش شرکت داشته اند. نتایج این پژوهش نشان داد که زنان نمره بالاتری در مقیاس زنانگی و مردان در مقیاس مردانگی به دست آورده اند. تفاوت معنادار در دو آیتم مردانه و هشت آیتم زنانه مشاهده شد.

شیتس و لاگر (Sheets & Lugar, 2005) نیز پژوهشی با عنوان دوستی و جنسیت در دو جامعه آمریکا و روسیه صورت داده اند. در این پژوهش یک سری اطلاعات توصیفی از الگوهای متضاد دوستی برای زنان و مردان مقایسه این الگوها در این دو جامعه ارائه شده است. تفاوت این الگوها در بین دو جنس و در بین دو جامعه قابل توجه است.

چنچنگ و چانگ (Cheung & Chang, 2007) در پژوهشی با عنوان رضایت از دوستی های میان جنسی در میان جوانان هنگ کنگ، تمرکز خود را بر میزان تمایل و رضایت این نوع دوستی ها در بین جوانان قرار داده اند. برای انجام این مطالعه از ۳۲۰ دانشجوی سال چهارم متوسطه خواسته شد تا بهترین دوستان (از جنس مخالف) خود را رتبه بندی کنند، نتایج نشان می دهد که ۴۸/۹٪ از جوانان مورد مطالعه از رابطه دوستی خود احساس رضایت دارند.

زرباتنی و دیگران (Zarbatany et al, 2004) پژوهشی با عنوان تفاوت های جنسیتی و شخصیتی در تجربیات و نیازهای دوستی در بین جوانان و نو جوانان صورت داده اند که یافته های پژوهش این تفاوت ها در بین دو جنس را نشان داده است.

در ایران نیز پژوهش های چندی از این دست صورت پذیرفته است. حجازی و فرتاش (Hejaze & Fartash, 2006) پژوهشی با عنوان "تفاوت های جنسیتی در سبک های هویت، تعهد هویت و کیفیت دوستی در بین دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران" صورت داده اند، نشان داده شد که در ارتباط با مولفه های کیفیت دوستی، دختران به صورت معناداری در صمیمیت و افشای خود و تقابل دوستی بر پسران برتری دارند. در مولفه های مجاورت و وفاداری و اعتماد، تفاوت معناداری بین دو جنس مشاهده نشد.

عارفی (Arefi, 2004) پژوهشی با عنوان بررسی رابطه سبک های دلبستگی و کیفیت دوستی در دانش آموزان دبیرستانی شهر کرمانشاه نیز نشان داد که در کیفیت دوستی میان دو جنس تفاوت معناداری وجود دارد که این تفاوت به نفع پسران است.

خمسه (khamse, 2004) در پژوهش خود نشان داده است که دختران دانشجوی مورد مطالعه، در مقیاس زنانگی در مقایسه با مقیاس مردانگی تفاوت معنادار دارند؛ به بیان دیگر، تفاوت

بین طرحواره های ذهنی زنانه و مردانه در این گروه معنادار است. هم چنین، ویژگی های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دانش جویان با نقش های جنسیتی آن ها رابطه دارد.

ظهره وند (zohrevand, 2004) در پژوهشی با عنوان رابطه ادراک از نقش های جنسیتی و رضایت از نقش نیزنشان می دهد که باورهای جنسیتی دختران و پسران دانش آموز تفاوت های زیادی با یکدیگر دارد، چنان که باورهای جنسیتی پسران در مقایسه با دختران غیر کلیشه ای تر است. دختران بیش از پسران آرزو دارند که در صورت تولد دوباره، جنس دیگری داشته باشند.

آژیر (Agir, 2004) در پژوهشی با عنوان باورهای جنسیتی، ابراز وجود و سلامت اجتماعی در دانش آموزان پایه دوم دبیرستان شهرستان سنندج نشان می دهد که پسران و دختران کرد در زمینه باورهای جنسیتی بطور معناداری متفاوت هستند. دختران باور زنانه قوی تری نسبت به پسران و پسران باور مردانه قوی تری نسبت به دختران دارند. افزون بر این، باورهای جنسیتی زنانه توان پیش بینی ابراز وجود اساسی را دارد. به گونه ای که هر قدر باورهای جنسیتی زنانه قوی تر باشد، ابراز وجود اساسی پایین تر است. باورهای جنسیتی مردانه نیز توان پیش بینی ابراز وجود کلی را دارند. به گونه ای که هر چه باور جنسیتی مردانه بالاتر باشد ابراز وجود کلی نیز قوی تر خواهد بود.

فرضیه های پژوهش

۱. بین کیفیت دوستی در چهار عامل: مجاورت فیزیکی، خود فاش سازی، رضایت مندی و اعتماد میان دو جنس تفاوت وجود دارد.
۲. نقش های جنسیتی بر الگوهای دوستی تاثیر دارند.
۳. میان انواع نقش های جنسیتی بر حسب جنس تفاوت وجود دارد.

روش شناسی

در این پژوهش به علت بزرگ بودن جامعه آماری از روش پیمایش^۱ استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش عبارت است از کلیه دانشجویان پسر و دختر ۱۸ تا ۳۶ ساله دانشگاه تهران. جمعیت جامعه آماری که همان تعداد دانشجویان دانشگاه تهران است حدود ۳۰۰۰۰ نفر می باشند. حجم نمونه مطابق با فرمول کوکران ۳۰۰ است. میانگین سنی برای دانشجویان مرد ۲۲/۵۴ و میانگین سنی برای دانشجویان زن ۲۱/۳۷ بوده است.

^۱ - Survey Research

ابزار اندازه گیری

- سیاهه نقش جنسیتی بم

برای سنجش نقش های جنسیتی و در نهایت، هویت جنسیتی از سال ۱۹۳۰ ابزارهای متعددی ساخته شده است. مشهورترین این ابزارها که در دهه ۱۹۷۰ تدوین شده است، سیاهه نقش جنسیتی بم یا SRI است. نمراتی که بر اساس سیاهه مذکور بدست می آید، ابعاد متفاوت زنانگی و مردانگی را سنجش می نماید.

فرم اصلی BSRI شامل ۶۰ ویژگی با سه زیر مجموعه می باشد: زنانه، مردانه و خنثی. اما بعدها بنا بر آزمون های گوناگونی که در کشورهای متعددی انجام شد بم این پرسشنامه را بر اساس معنادارترین گزینه ها به ۳۰ ویژگی کاهش داد. بر اساس این آزمون از پاسخ دهندگان درخواست می شود برای هر مورد نشان بدهند که در مقیاسی از ۱ (هرگز یا تقریباً هرگز درست نیست) تا ۷ (همیشه یا تقریباً همیشه درست است) آن صفت تا چه حد می تواند آن ها را توصیف کند. از ۳۰ صفت موجود، ۱۰ صفت به صورت کلیشه ای زنانه است، ۱۰ صفت به صورت کلیشه ای مردانه و ۱۰ صفت خنثی است، یعنی رفتار وابسته به جنسیت نیست. مثلاً خود اتکایی ویژگی مردانه، مطیع بودن ویژگی زنانه و مهربانی ویژگی خنثی بشمار می رود.

بر اساس این آزمون، افراد دو نمره بدست می آورند. یک نمره مردانگی و یک نمره زنانگی. نمره مردانگی نمره متوسط خود سنجی های آن ها در موارد مردانگی است و نمره زنانگی آن ها نمره متوسط خود سنجی ها ی آنان در موارد زنانگی است. به هر فرد با انجام این کار در هر یک از دو مقیاسی که در نمودار پایین نشان داده خواهد شد نمره ای داده خواهد شد. افراد دو جنسیتی در بخش بالا سمت چپ قرار خواهند گرفت که معنی اش این است که آن ها باید هم در مردانگی و هم در زنانگی بالا باشند. بم بالا بودن را بالاتر از میانه تعریف می کند (میانه نوعی نمره متوسط است).

بنابراین، افراد در صورتی دو جنسیتی هستند که نمرات آن ها در مقیاس مردانگی و نیز در مقیاس زنانگی بالاتر از میانه باشد (میانه در هر یک از مقیاس ها معمولاً حدود ۴/۹ است). فردی با ویژگی زنانه که نمرات بالا (بالاتر از میانه) در زنانگی دارد، اما در مردانگی نمره پایین (زیر میانه) بدست می آورد، در ربع سمت چپ، پایین نمودار زیر قرار می گیرد. همین طور، فردی ویژگی مردانه ای که نمره اش در مقیاس مردانگی بالاست، اما نمره اش در مقیاس زنانگی پایین است، در ربع سمت راست بالا قرار می گیرد. بالاخره افرادی که در هر دو مقیاس نمره پایین کسب می کنند در ربع سمت راست پایین قرار می گیرند و نامتمایز نامیده می شوند چرا که آن ها به خود در هیچ

یک از صفات، مردانه یا زنانه رتبه بالایی نمی دهند. بنابراین، فرد با انجام دادن پرسشنامه نقش جنسی هم می تواند در یک از چهار گروه جای گیرد: مردانه، زنانه، دو جنسیتی یا نامتمایز. در این پژوهش، پژوهشگر نمونه اصلی فرم کوتاه شده سیاحه هم را به فارسی برگرداند. مقدار آلفای کرونباخ برای ۱۰ گویه زنانگی ۰.۷۸ و برای ۱۰ گویه مردانگی ۰.۷۶ بود که نشان دهنده انسجام درونی و پایایی مناسب ابزار است.

نتیجه بررسی پایایی آزمون با استفاده از روش بازآزمایی که با یک نمونه ۱۵ نفره انجام شد، برای ۱۰ گویه زنانگی ۰.۷۸ و برای ۱۰ گویه مردانگی ۰.۷۵ بدست آمد که حکایت از پایایی ابزار دارد.

- پرسشنامه کیفیت دوستی

این پرسشنامه توسط حجازی (hejaze,1996) تدوین و استاندارد شد و در پژوهش ظهره وند (zohrevand,1996) برای نخستین بار مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه دارای ۱۳ سؤال است که ۴ کیفیت: مجاورت^۱، خود فاش سازی^۲ و صمیمیت، رضایتمندی^۳ و اعتماد^۴ در دوستی را مورد سنجش قرار می دهد.

برای بررسی اعتبار پرسشنامه کیفیت دوستی، تحلیل عاملی استفاده شد، که طی آن ۱ سؤال به علت عدم ارتباط با بقیه سئوالات و معنی دار نبودن ضریب همبستگی حذف گردید. روش تحلیل عاملی مشخص کرد که ۱۳ سؤال باقی مانده، ۴ عامل را مورد سنجش قرار می دهد.

جدول ۱- مولفه های اندازه گیری شده در پرسشنامه کیفیت دوستی و شماره سئوالات

شماره	عوامل	شماره سئوالات	کل سئوالات
۱	مجاورت	۱-۲-۳	۳
۲	خود فاش سازی و صمیمیت	۴-۵	۲
۳	رضایتمندی	۶-۷-۸-۹-۱۳	۵
۴	اعتماد	۱۰-۱۱-۱۲	۳

شیوه پاسخگویی به سئوالات به صورت ۵ گزینه ای لیکرت است و از ۱ تا ۵ نمره گذاری شده است.

^۱- Neighborhood

^۲- Manifest

^۳- Satisfaction

^۴- Trust

تحلیل عاملی از جمله روشهای چند متغیره است که در آن متغیرهای مستقل و وابسته مطرح نیست، زیرا این روش جزء تکنیک های هم وابسته می گردد و کلیه متغیرها نسبت به هم وابسته لحاظ گردیده و سعی می شود تا تعداد زیادی متغیر در چند عامل خلاصه می شود (Kalantary, 2003). بمنظور پی بردن به متغیرهای زیر بنایی یک پدیده یا تلخیص مجموعه ای از داده ها، روش تحلیل عاملی مورد استفاده می گیرد، در موارد اکتشافی که هدف آن تلخیص مجموعه ای از داده ها می باشد، از تحلیل مولفه های اصلی استفاده می شود.

پیش از انجام تحلیل عاملی اکتشافی، بمنظور آگاهی از این که آیا نمونه برای انجام این تحلیل مناسب است یا خیر توجه به دو نشانگر ضروری انکار ناپذیر است. اندازه شاخص کفایت نمونه برداری برابر با ۰/۸۰ و معناداری آزمون کرویت بارتلت در سطح ۰/۰۰۱ نشان می دهد نمونه و ماتریس همبستگی برای این تحلیل مناسب بودند. تحلیل مولفه های اصلی با روش اوبلیمین بر روی ۱۴ سوال انجام شد. و با توجه به شیب دامنه کتل، ارزش های ویژه و درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل، عامل های ذکر شده در جدول زیر با روش مولفه های اصلی و چرخش اوبلیمین استخراج شدند.

جدول ۲- مشخصه های آماری چهار عامل الگوی دوستی بعد از چرخش ابلیمین به روش مولفه های اصلی

عامل ها	ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی واریانس تبیین شده
عامل اول	۴/۶۲	۳۳/۰۲	۳۳/۰۲
عامل دوم	۲/۰۳	۱۴/۵۳	۴۷/۵۵
عامل سوم	۱/۳۹	۹/۹۳	۵۷/۴۸
عامل چهارم	۱/۱۳	۸/۱۰	۶۵/۵۷

جدول ۳- جدول ساختار عاملی الگوی دوستی و روش بارگیری متغیرها

عامل ها				سئوالات
خودفاش سازی و صمیمیت	مجاورت	اعتماد	رضایت مندی	
			۰/۸۲۴	۶
			۰/۸۲۲	۷
			۰/۷۴۷	۸
			۰/۶۹۵	۹
			۰/۶۵۹	۱۳
		۰/۷۹۸		۱۰
		۰/۷۷۴		۱۱
		۰/۷۷۲		۱۲
	-۰/۹۲۵			۱
	-۰/۹۰۹			۲
	-۰/۷۶۵			۳
-۰/۹۲۸				۴
-۰/۹۲۸				۵

در این پژوهش برای ارزیابی ضریب قابلیت اعتماد پرسشنامه^۱ گویه‌های انتخاب شده از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

آلفای کرونباخ برای ۵ گویه رضایتمندی ۰/۸۱ و برای ۳ گویه ی اعتماد ۰/۷۴ و برای ۳ گویه مجاورت ۰/۸۴ و برای ۲ گویه خود فاش سازی و صمیمیت ۰/۸۶ بدست آمده است که نشان از انسجام درونی پرسشنامه و پایایی بالای آن است. همچنین، برای محاسبه پایایی پرسشنامه از روش بازآزمایی روی یک نمونه ۱۵ نفری از دانشجویان با فاصله زمانی دو هفته استفاده گردید. همبستگی محاسبه شده میان دو بار اجرای آزمون برای گویه رضایت‌مندی ۰/۸۱ گویه اعتماد ۰/۷۰ گویه مجاورت ۰/۸۰ و برای گویه خود فاش سازی و صمیمیت ۰/۸۶ بود که نشان دهنده پایایی پرسشنامه است.

^۱ -Reliability

یافته های پژوهش

فرضیه نخست: "بین کیفیت دوستی در چهار عامل: مجاورت فیزیکی، خود فاش سازی، رضایت‌مندی و اعتماد میان دو جنس تفاوت وجود دارد."

جدول ۴- تی محاسبه شده بین جنس و الگوهای دوستی

جنس	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Df	T	سطح معناداری (P)
مجاورت	زن	۱۶۲	۱۲/۴۱	۲۹۸	۰/۹۴۹	۰/۳۴۳
	مرد	۱۳۸	۱۲/۰۴			
خودفاش سازی و صمیمیت	زن	۱۶۲	۶/۹۸	۲۹۸	۳/۱۰۴	۰/۰۰۲
	مرد	۱۳۸	۶/۲۷			
رضایت‌مندی	زن	۱۶۲	۲۰/۹۱	۲۹۸	۳/۱۹۶	۰/۰۰۲
	مرد	۱۳۸	۱۹/۶۷			
اعتماد	زن	۱۶۲	۴/۶۳	۲۹۸	۴/۸۷۶	۰/۰۰۰
	مرد	۱۳۸	۵/۷۳			

همان‌گونه که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، آزمون t میان دو متغیر جنس و مجاورت فیزیکی معادل ۰/۹۴۹ بدست آمد که نشان دهنده عدم تفاوت معنادار بین این دو جنس است، به این معنا که میان دختران و پسران از لحاظ میزان مجاورت با دوستان‌شان اختلاف معناداری وجود ندارد و هر دو جنس به یک اندازه نسبت به دوستان‌شان دارای مجاورت و نزدیکی فیزیکی با یک‌دیگر هستند، اما این اختلاف در بین دو جنس و سایر عامل‌های دوستی شامل خودفاش سازی و صمیمیت، میزان رضایت و میزان اعتماد دیده می‌شود. آزمون t بین میزان خود فاش سازی در دو جنس معادل ۳/۱۰۴ بود که نشان دهنده معنادار بودن تفاوت میان این دو جنس است، به این معنا که زنان و مردان در میزان خود فاش سازی خود با دوستان‌شان اختلاف دارند و این اختلاف به نفع زنان است، یعنی زنان خودفاش سازی بیشتری با دوستان‌شان نسبت به مردان دارند.

آزمون t بین میزان رضایت‌مندی در دو جنس معادل ۳/۱۹۶ است که نشان دهنده معنادار بودن اختلاف میان دو جنس است، به این معنی که میان میزان رضایت زنان و مردان اختلاف وجود دارد و این اختلاف به نفع زنان بوده است، یعنی زنان بیش‌تر از مردان نسبت به دوستی‌هایشان احساس رضایت دارند. هم‌چنین، این آزمون بین میزان اعتماد دو جنس نیز معادل ۴/۸۷۶ است که نشان دهنده معنادار بودن اختلاف میان دو متغیر یاد شده است، به این معنی که میان اعتماد زنان و

مردان نسبت به دوستی هایشان اختلاف وجود دارد. مردان در دوستی‌های خود اعتماد بیش‌تری در مقایسه با زنان دارند.

فرضیه دوم: "نقش‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی تاثیر دارند."

جدول ۵- سنجش معناداری بین طرز حواره‌های جنسیتی و الگوهای دوستی

	مجاورت فیزیکی			خودفاش سازی			رضایتمندی			اعتماد			
	بسیار زیاد	متوسط کم	بسیار کم	بسیار زیاد	متوسط کم	بسیار کم	بسیار زیاد	متوسط کم	بسیار کم	بسیار زیاد	متوسط کم	بسیار کم	
زنانه	۱۱	۴۷	۷۲	۲۸	۳۰	۱۴	۷۲	۲۳	۴۹	۷۲	۶۱	۱۱	۷۲
	%۱۵	%۶۵	%۱۰۰	%۳۹	%۴۲	%۱۹	%۱۰۰	%۳۲	%۶۸	%۱۰۰	%۸۴٫۷	%۱۵٫۳	%۱۰۰
مردانه	۵	۴۰	۵۸	۲۵	۲۲	۱۱	۵۸	۲۲	۳۶	۵۸	۴۶	۱۲	۵۸
	%۸٫۶	%۶۹	%۱۰۰	%۴۳٫۱	%۳۷٫۹	%۱۹	%۱۰۰	%۳۷٫۹	%۶۲٫۱	%۱۰۰	%۷۹٫۳	%۲۰٫۷	%۱۰۰
دوجنسیتی	۲۰	۵۹	۹۵	۴۱	۴۴	۱۰	۹۵	۲۹	۶۶	۹۵	۷۸	۱۷	۹۵
	%۲۱	%۶۲	%۱۰۰	%۴۳٫۲	%۴۶٫۳	%۱۰٫۵	%۱۰۰	%۳۰٫۵	%۶۹٫۵	%۱۰۰	%۸۲٫۱	%۱۷٫۹	%۱۰۰
نامتمایز	۱۱	۴۸	۷۵	۲۳	۳۸	۱۴	۷۵	۳۵	۴۰	۷۵	۵۷	۱۸	۷۵
	%۱۵	%۶۴	%۱۰۰	%۳۰٫۷۵	%۵۰٫۷	%۱۸٫۷	%۱۰۰	%۴۶٫۷	%۵۳٫۳	%۱۰۰	%۷۶	%۲۴	%۱۰۰
کل	۴۷	۱۹۴	۳۰۰	۱۱۷	۱۳۴	۴۹	۳۰۰	۱۰۹	۱۹۱	۳۰۰	۲۴۲	۵۸	۳۰۰
	%۱۵٫۷	%۶۴٫۷	%۱۰۰	%۳۹	%۴۴٫۷۵	%۱۶٫۳۵	%۱۰۰	%۳۶٫۳	%۶۳٫۷	%۱۰۰	%۸۰٫۷	%۱۹٫۳	%۱۰۰
آزمون خی دو	$X^2=4.6339$ df= 6 p=0.591			$X^2=6.288$ df= 6 p=0.392			$X^2=5.51$ df= 3 p=0.138			$X^2=2.001$ df= 3 p=0.572			

جدول ۵ به بررسی رابطه میان متغیر نقش‌های جنسیتی و الگوهای دوستی می‌پردازد. آزمون خی دو میان متغیر نقش‌های جنسیتی و میزان مجاورت فیزیکی معادل ۵۹۱. بدست آمد که نشان دهنده عدم ارتباط معنادار میان دو متغیر مذکور است، به این معنی که نوع نقش‌های زنانه، مردانه، دو جنسیتی و نامتمایز با میزان مجاورت آنان ارتباط معناداری نداشته و اختلافی از این جهت مشاهده نشده است. بر اساس این جدول الگوی دو جنسیتی بیش‌تر از سایرین با دوستان خود مجاورت دارند و الگوی مردانه کم‌ترین مجاورت را دارا هستند. در مجموع، تمامی الگوهای جنسیتی با دوستان خود در سطح متوسط مجاورت دارند.

آزمون خی دو میان دو نقش‌های جنسیتی و میزان خود فاش سازی معادل ۰/۳۹۲ بدست آمد که نشان دهنده عدم معناداری رابطه میان این دو متغیر است. به این معنی که تیپ‌های جنسیتی افراد بر میزان خودفاش سازی آنان ارتباط معناداری ندارد. بر اساس این جدول الگوهای جنسیتی مردانه و دوجنسیتی بیش‌تر از دو الگوی زنانه و نامتمایز خودفاش سازی دارند. (البته غیر معنادار) همچنین، بین دو متغیر نقش‌های جنسیتی و میزان رضایتمندی آزمون خی گرفته شده معادل ۰/۱۳۸ بدست آمد که نشان دهنده عدم ارتباط معنادار میان این دو متغیر است. در واقع، تیپ‌های گوناگون جنسیتی با میزان رضایتمندی ارتباط معناداری ندارند.

آزمون خی دو میان نقش های جنسیتی و میزان رضایت معادل ۰/۵۷۲ بدست آمد که نشان دهنده عدم ارتباط معنادار میان این دو متغیر است.

فرضیه سوم: "میان انواع نقش های جنسیتی بر حسب جنس تفاوت وجود دارد."

جدول ۶- سنجش معناداری بین متغیر جنس و نقش های جنسیتی

کل	هویت جنسیتی				
	نامتمایز	دوجنسیتی	مردانه	زنانه	
۱۶۲	۳۵	۵۲	۳۴	۴۱	زن
٪۱۰۰	٪۲۲	٪۳۲,۱	٪۲۱	٪۲۵	
۱۳۸	۴۰	۴۳	۲۴	۳۱	مرد
٪۱۰۰	٪۲۹	٪۳۱	٪۱۷	٪۲۲	
۳۰۰	۷۵	۹۵	۵۸	۷۲	کل
٪۱۰۰	٪۲۵	٪۳۱,۷	٪۱۹,۳	٪۲۴	

$$d=3 \quad X^2 = 2.394 \quad p = 0.495$$

جدول ۶ به بررسی رابطه میان جنس پاسخگویان و تیپ ها (نقش های) جنسیتی می پردازد. بر اساس داده های این جدول حدود ۲۵۳ درصد زنان دارای نقش های کلیشه های زنانه هستند، ۲۱ درصد آنان کلیشه های مردانه دارند، ۳۲/۱ درصد زنان دارای تیپ شخصیتی دو جنسیتی هستند و ۲۲ درصد زنان نیز دارای هویت نامتمایز هستند و در واقع، هیچ کدام از نقش ها را در خود درونی نکرده اند.

این ارقام برای مردان به این صورت است که ۲۲ درصد مردانه دارای نقش های کلیشه ای زنانه دارند، ۱۷ درصد دارای کلیشه های مردانه، ۳۱ درصد مردان دارای تیپ شخصیتی دو جنسیتی و ۲۹ درصد آنان نیز دارای تیپ نامتمایز هستند. آزمون خی دو میان دو متغیر جنس و نقش های جنسیتی گرفته شد و نتیجه معناداری معادل ۰/۴۹۵ بدست آمد که نشان دهنده عدم معنادار بودن رابطه میان دو متغیر یاد شده است، به این معنی که جنس افراد با نوع تیپ نقش های موجود ارتباط معناداری ندارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

بحث و نتیجه گیری

بر اساس نتایج پژوهش در فرضیه نخست میان دختران و پسران در بین سه عامل خود فاش سازی، رضایت‌مندی و اعتماد تفاوت معنادار وجود دارد، ولی در بین عامل مجاورت فیزیکی تفاوتی دیده نمی‌شود. دختران نمره بالاتری در میزان خود فاش سازی و صمیمیت و رضایت‌مندی کسب کرده‌اند، در حالی‌که پسران در میزان اعتماد نمره بالاتری بدست آورده‌اند.

یافته‌های این پژوهش با یافته‌های ظهره وند (zohrevand,1996) مبنی بر این که دخترها در مقایسه با پسرها با دوستان خود بیش‌تر درد دل می‌کنند و بدین جهت روابط نزدیک‌تر و صمیمانه‌تر در دختران بیش‌تر مشاهده می‌شود، همسو است. این پژوهش نیز این مسئله را تایید می‌کند که دختران بیش‌تر از پسران دارای خود فاش‌سازی هستند. آنان بیش‌تر از پسران با دوستان‌شان درباره رازها و سخنان محرمانه خود صحبت و درد دل می‌کنند. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های کاتلر، لاگرکا و پرنیستین (Kuttler,lagreca & prinstein,1999) همسو است. آن‌ها دریافتند که نوجوانان دختر در مقایسه با نوجوانان پسر سطوح بیش‌تری از صمیمیت، همراهی و مصاحبت را گزارش کرده‌اند. هم‌چنین، یافته‌های پژوهش با یافته‌های فهر (Fehr,1996) فیسجر و نارس (Fischer & narus,1981) به نقل از فهر (Feher,2004) و حجازی و فرتاش (Hejaze & fartash, 2004) مبنی بر این که در تجارب دوستی زنان صمیمی‌تر از مردان هستند، هم‌سو است. برخی از پژوهشگران از جمله پترسون (Peterson,1983) نشان می‌داد که میان دختران و پسران در میزان زمان صرف شده با دوستان اختلاف وجود دارد و در واقع دختران زمان بیش‌تری را نسبت به پسران با دوستان‌شان صرف می‌کنند، ولی این پژوهش هم‌سو با مطالعات آریس و جانسون (Aries & jonhson,1990) به نقل از لیبرمن و همکاران (Lieberman.et.al,1999) نشان می‌دهند که مردان و زنان در میزان تماس و مجاورت با دوستان اختلاف ندارند، هر دو جنس میزان مجاورت یکسانی را با دوستان‌شان احساس می‌کردند، آنان به یک اندازه با هم تماس می‌گرفتند و به منزل هم رفت و آمد داشتند.

در تبیین تفاوت الگوهای دوستی بین دو جنس بنا بر نظر دولیچ و دیویس به نقل از حجازی و فرتاش (Hejaze & fartash, 2004) می‌توان گفت که تفاوت‌های میان الگوهای دوستی دختران و پسران، ممکن است با الگوی جامعه‌پذیری متفاوت دو جنس توضیح داده شود. بر اساس این الگو برای دختران روابط بین فردی نظیر صمیمیت و دوستی دو طرفه که در بر گیرنده اکتشاف، درک متقابل و اطمینان است، با اهمیت تلقی می‌شود. در مقابل، پسران تربیت می‌شوند تا برای فعالیت و موفقیت ارزش قائل شوند.

در فرضیه دوم این نتیجه به دست آمد که بین نقش‌های جنسیتی و الگوهای دوستی افراد ارتباط معناداری وجود ندارد.

بسیاری از پژوهش‌های انجام شده در زمینه بررسی تاثیر نقش‌های جنسیتی بر عرصه های گوناگون اجتماعی به این نتیجه منجر شده است که نقش های جنسیتی تعیین کننده و پیش‌بینی‌کننده بسیاری از افکار، احساسات و روابط اجتماعی هستند. از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به پژوهش بم (۱۹۸۱) و آژیر (۱۳۸۴) اشاره کرد که نشان می‌دهند که پسران و دختران در زمینه باورهای جنسیتی بطور معناداری متفاوت هستند. یافته های ظهره وند (۱۳۸۳) نیز نشان می‌دهد که باورهای جنسیتی دختران و پسران دانش آموز تفاوت‌های زیادی با یک‌دیگر دارد، چنانکه باورهای جنسیتی پسران در مقایسه با دختران غیر کلیشه ای تر است. انتظار می‌رفت که در این پژوهش نیز به این نتیجه برسیم که نقش‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی تاثیر دارند، اما بر اساس داده های جداول ۵ به این نتیجه رسیدیم که تیپ های نقش های جنسیتی بر الگوهای دوستی تاثیری ندارد.

در فرضیه سوم به این نتیجه رسیدیم که جنس نمی‌تواند تیپ های نقش ای جنسیتی افراد را تشخیص دهد، در نتیجه فرضیه ما مبنی بر این که جنس می‌تواند ایجاد کننده تفاوت در تیپ‌های کلیشه ای جنسیتی باشد، تایید نمی‌شود. بر خلاف این نظریه که عموماً جنسیت بر اساس جنس شکل می‌گیرد و جنسیت یعنی بازگشت زنانگی و مردانگی به انتظارهای اجتماعی و فرهنگی که در آن فرد مقید شده که یک زن باشد یا یک مرد، یافته های این پژوهش نشان داد که در جامعه مورد مطالعه ما جنس نمی‌تواند نوع تیپ جنسیتی افراد را که مورد انتظار بسیاری از جوامع و فرهنگ‌هاست، پیش بینی کند. یافته‌های پژوهش حاضر در تقابل با یافته های فلملی و همکاران (Felmel, et al, 2013) قرار دارد که در مورد یک نمونه از دانشجویان امریکا اجرا شده است. هم‌چنین، در تقابل با پژوهش کارلسون جونز و همکاران (Carlson Jones, et al, 1990) قرار دارد که در پژوهش خود یافته اند که جنس و نقش های جنسیتی هر دو، تاثیر مهمی بر کیفیت و کمیت دوستی دارد.

در تبیین این امر می‌توان گفت که جامعه مورد مطالعه ما یعنی قشر جوان دانشجوی، جامعه ای است که افراد آن به سمت دو جنسیتی بودن گرایش پیدا کرده اند، پسران و دختران پاسخگو، بسیاری از ویژگی‌هایی که در گذشته مخصوص جنس مخالف شان بود را امروز جزء ویژگی‌های خود دسته بندی کرده و یا بسیاری از کلیشه هایی که تا امروز کاملاً وابسته به جنسشان بود را دیگر متعلق به خود نمی‌دانند. دختران دیگر از این که خود را به عنوان افرادی که دارای توانایی دفاع کردن از باورهای خود، مستقل، شجاع، دارای شخصیت محکم و خودکفا و دارای توانایی

رهبری هستند (خصوصیاتی که در جامعه مخصوص مردان تعریف شده است) معرفی کنند، ترسی ندارند و همچنین اگر خودشان را دیگر با کلیشه های درآشنا، حساس به نیازهای دیگران، حساس، علاقمند به کودکان و ملایم بازنمایی نکنند نیز برایشان قابل قبول و پذیرش است. از آن سو مردان بیش از هر زمانی خود را به عنوان افرادی دارای خصوصیات باعاطفه، درآشنا، دارای توانایی درک دیگران، دل رحم، در پی رفع آزردهی (کلیشه های که در اجتماع مخصوص زنان تعریف شده) معرفی می کنند و دیگر تاکیدی به شناساندن خود به عنوان افرادی سلطه گر، پرخاشگر، تمایل به خطر پذیری و مقاوم در برابر دیگران ندارند. همه این موارد نشان دهنده این است که بسیاری از کلیشه های متعلق به جنسیت تغییر یافته اند و به راحتی برای تعریف هر دو جنس از آن به کار برده می شود.

البته، باید به این نکته نیز توجه کرد که پاسخگویان این پژوهش از قشر دانشجویان هستند که توانسته اند در محیطی فارغ از جنس، آموزش های تحصیلی دریافت دارند. شاید این امر بر ارزیابی آنان از کلیشه های جنسیتی اثر گذاشته باشد و آنان خود را به صورت غیر کلیشه ای معرفی کرده باشند. بنابراین، تعمیم این یافته به تمام افراد جامعه شاید باید با احتیاط انجام گیرد.

در میان داده های جدول مذکور توجه به این مسئله نیز ضروری است که شمار زیادی از پاسخگویان ما در قشر کلیشه ای نامتمایز قرار گرفته اند، این در حالی است که بنا بر نظر Bem (1981) جوامع در سیر روند رو به جلوی خود در طول زمان رو به سوی دو جنسیتی بودن سوق پیدا می کنند، اما در جامعه مورد پژوهش ما با این که بسیاری از زنان و مردان کلیشه های وابسته به جنس خود را از دست داده اند، اما نتوانسته اند کلیشه های دو جنسیتی را در خود درونی سازند و در واقع گروه بزرگی از افراد با کلیشه های نامتمایز را تشکیل داده اند که اگر بپذیریم کلیشه های جنسیتی عینک هایی هستند که افراد با آنها دنیای خود را نظاره می کنند و آنان را در مواجهه با شرایط گوناگون آماده و قابل پیش بینی می کنند، این افراد فاقد این آمادگی و قدرت پیش بینی هستند. همان گونه که پیش تر ذکر شد، توجه به این نکته که قشر مورد مطالعه ما دانشجویان هستند ضروری است چرا که به نظر می رسد آشنایی جوانان با دانشی که از راه ارتباط با جهان بزرگ تر بدست می آورند، باعث شده است که ارزشمندی بسیاری از نقش ها و کلیشه های وابسته به جنس آنان بی ارزش در نظر گرفته شود، اما قدرت این رسانه ها و فرهنگ در مقابل با فرهنگ مسلط جامعه هنوز به آن شدت نرسیده است که بتواند نقش های کلیشه ای دو جنسیتی را در بین آنان رشد دهد و در واقع، جوانان در حالی که بسیاری از نقش های وابسته به جنس خود را از دست داده اند، اما چیز جدیدی را برای جایگزینی آن نیافته اند و در قشر نقش های جنسیتی نامتمایز قرار گرفته اند. در این بین تعداد مردانی که در تیپ نقش های نامتمایز قرار می گیرند

بیش‌تر از زنان هستند (جدول ۶). این امر نشان می‌دهد که فرهنگ موجود برای فراهم ساختن نقش‌های کلیشه‌ای برای مردان دچار مشکلات بیشتری است، یعنی تناقض میان عناصر گوناگون فرهنگی جامعه از جمله میان نظام آموزشی در دانشگاهها و نظام خانواده، مردان را در درونی کردن ارزش‌های جنسیتی بیش‌تر دچار سردرگمی کرده است.

References

- 1- Ahmadiya, Sh. (2003). sociability of girls in nowadays situation, press negah. (Persian)
- 2- Allan m. G. (1998). Friendship Developing: A sociological Perspective
- 3- Arefi, M. (2004). survey of interest style & friendship quality in Kermanshah students. Tehran. (Persian)
- 4- Ajir, L. (2005). gender beliefs in sanandaj students. Tehran university. (Persian)
- 5- Bem, S. L. (1981). A manual for the Bem Sex Role Inventory. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press Spadin, 1989
- 6- Carlson Jones, D. Bloys, N. & Wood, M. (1990). Sex roles and friendship patterns. sex roles press.
- 7- Connell, R. W. (2002). Gender, USA, Polity press
- 8- Fehr, B. (2004). Intimacy expectations in samw. sex friendship: a prototype in tractions – pattern model. Journal of personality and social psychology
- 9- Fehr, B. (1996). Friendship processes. New York, CA : Stage
- 10- Felmler, D. Sweet, E. & Colleen Sinclair, H. (2013). Gender Rules: Same- and Cross-Gender Friendships Norms. academia.edu
- 11- Hyde, j. Sh. (2004). half the human experience, the psychology of women, khamse, akram(translator). press Agah. (Persian)
- 12- Hejaze, E. & Fartash, S. (2006). gender difference in style of identity, commitment of indentity & friendship quality. press Pazhuhesh zanan. (Persian)
- 13- Hejaze, E. & Zohrevand, R. (2004). correspond between gender roles & satisfaction of role, press Pazhuhesh zanan, no 2. Tehran(Persian)
- 14- Hejaze, E. & Zohrevand, R. (1996). survey of friendship quality with psychic stress in kids & adolescent girl. Press Tehran university. (Persian)
- 15- Golombok, S. & phishi, R. (2002). gender development, shahr ara, mehrnaz (translator). press ghoghnu (Persian)
- 16- Giddens, A. (1999). Sociology, translated by sabury, manuchehr, press mahdi
- 17- Khosrotash, P. (2003). survey of gender beliefs, psychic satisfaction & education work of student of Tehran schools, Tehran university. (Persian)
- 18- Khamsei, A. (2004). Survey of gender serotype & culture cliché in female student. Women's study, Tehran. (Persian)

- 19- Khosravi, Z. (2003). gender psychological basics. tehran, ghaside sora institute. (Persian)
- 20- Kuttler, A.F. Lagreca, A.M. & Prinstein, M.J. (1999). friendship qualities and social emotional functioning of adolescents. journal of research on adolescence.
- 21- Bride, K and Mc & Chang, C. (2007). Correlates of Cross-Sex Friendship Satisfaction on Hong Kong Adolescents, the Chinese University of Hong Kong
- 22- Kalantary, k. (2003). analysis in social & economic survey, first press, sharif, Tehran. (Persian)
- 23- Lieberman, M. Doyle, A. & Makiewicz, D. (1999). developmental patterns in security of attachment to mother and father in late childhood and early adolescence: Associations with peer relations child development.
- 24- Peterson Ralf, A. (1983) attitude toward the childless spouse. Sex roles.
- 25- Mitchell, A. (2002). Fighting gender discrimination, my scanner (translator), press negah. (Persian)
- 26- Sheets, V.L., Lugar, R. (2005), *Friendship and Gender in Russia and United states*, sex role
- 27- Turker, O. & Timo, L. (2005). Masculinity, Femininity, and the Bem Sex Role, Inventory in Turkey. International Journal of Behavioral Development Chenug S.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی