

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)

منصوره دشتی خویدکی*

سید حسن حسینی**

چکیده

هدف از انجام این پژوهش به دست آوردن توصیف نسبتاً دقیقی از وضعیت پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بین زنان و مردان و مقایسه‌ی این دو گروه است. هم‌چنین، در سطح تبیین به دنبال بررسی رابطه بین عوامل اجتماعی- فرهنگی (جنسیت، پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده، میزان تحصیلات و وضعیت تأهل) و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی می‌باشد. بررسی رابطه بین میزان پذیرش کلیشه‌های

* نویسنده مسئول؛ کارشناس ارشد مطالعات زنان، دانشگاه تربیت مدرس؛ Mansoore.dashti@ut.ac.ir

** استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران؛ Hosseini_1332@yahoo.com

جنسیتی افراد و میزان دین‌داری آن‌ها از دیگر اهداف این پژوهش بوده است. نظریه‌های مورد استفاده در این مقاله عبارت‌اند از: نظریه طرح‌واره جنسیتی، نظریه کلیشه‌های جنسیتی آندره میشل، نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، نظریه یادگیری اجتماعی، نظریه نقش و نظریه دین و کارکردهای آن. روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش می‌باشد. ابزار مورد استفاده، پرسش‌نامه و روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی ساده است. جمعیت آماری این تحقیق را زنان و مردان بالای ۲۰ سال منطقه ۶ تهران تشکیل می‌دهند. با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۴۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید. یافته‌های پژوهش، گویای تفاوت جنسیتی معناداری در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بوده است. هم‌چنین رابطه‌ی 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 رابطه‌ی 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.

واژگان کلیدی

دین‌داری، طرح‌واره جنسیتی، کلیشه‌های جنسیتی، جامعه‌پذیری جنسیت، نظریه نقش، نظریه یادگیری اجتماعی

مقدمه

طرح مسئله: در تمامی جوامع بشری، افراد بر حسب ملاک‌های اجتماعی نظیر نقش و پایگاه، طبقه، مذهب، نژاد، قومیت و غیره دسته‌بندی می‌شوند. یکی از مهم‌ترین ملاک‌های اجتماعی-فرهنگی برای دسته‌بندی افراد جامعه، جنسیت است (کورل^۱، ۲۰۰۱: ۱۶۹۵). در واقع، بزرگترین گروه‌بندی در هر جامعه‌ای، تقسیم افراد جامعه به دو

1. Correll



گروه زن و مرد است. هر یک از مقوله‌های مرد یا زن بودن، تصورات و پیش‌فرض‌هایی را درباره‌ی نگرش‌ها و رفتارهای مناسب مردانه و یا زنانه به دنبال دارد که در فرهنگ هر جامعه‌ای تعاریف ویژه و متفاوتی می‌یابند (میشل، ۱۳۷۶: ۴۵).

کلیشه‌ها تصوراتی هستند کلی و بی‌انعطاف که در ذهن انسان جای می‌گیرند و در قضاوت‌ها مورد استفاده واقع می‌شوند (ساروخانی، ۱۳۴۸: ۱۱۱)، بی‌هیچ تغییری تکرار و بازتولید می‌شوند و از تشخیص خصوصیت‌های فردی عاجز هستند (میشل، ۱۳۷۶: ۲۴). کلیشه‌های جنسیتی مجموعه‌ی سازمان‌یافته‌ای از باورها درباره‌ی زنان و مردان است. کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی دربرگیرنده‌ی اطلاعات ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل زنان و مردان است. مهم‌ترین نکته، آن است که این ابعاد متنوع به هم مربوط اند، صرف شناخت این که یک فرد زن است، این معنی ضمنی را دارد که آن فرد خصوصیت‌های جسمانی خاص (صدای آرام و ظریف و زیبا) و صفات روانی خاص (مهر ورز، وابسته، ضعیف، عاطفی) خواهد داشت و به فعالیت‌های خاص (مراقبت از کودک، آشپزی، باغبانی) خواهد پرداخت.

کلیشه‌های جنسیتی خبر از تفاوت‌های زیاد بین زن و مرد می‌دهند ولی غالباً این کلیشه‌ها هیچ‌گونه اساسی در رفتار واقعی ندارند. با وجود این کلیشه‌های تعیین شده که فرهنگ القا می‌کنند، خصوصیات هستند که از نظرگاه اجتماعی برای مردان و زنان مطلوب به حساب می‌آیند. افرادی که از کلیشه‌ها یا تصورات قالبی انحراف زیادی دارند، به نظر منفی می‌آیند.

یکی از نکات قطعی درباره‌ی صفات یا خصیصه‌های مربوط به کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی آن است که برای صفاتی که به مردان نسبت می‌دهند، بیش از صفاتی که به زنان نسبت می‌دهند، اهمیت قائل شده‌اند. قدرت، استقلال و تمایل به خطر پذیری در برابر ضعف، زودباوری و تأثیرپذیری غالباً مثبت‌تر تلقی می‌شود. این تفاوت در ارزش‌هایی که با صفات مردانه و زنانه تداعی شده است، ممکن است تا حد زیادی به نوع برچسبی مربوط باشد که به برخی خصوصیات زده شده است. برای مثال استفاده از برچسب «قابل اعتماد» به جای «خوش باور» برای زنان معنی مثبت‌تری دارد و واژه‌ی «لج‌باز» به جای «دفاع از باورهای خود» درباره‌ی مردان معنای منفی‌تری دارد (گولومبوک و فی‌وش، ۱۳۸۴: ۲۸-۲۶).

ضرورت و اهمیت بررسی و مطالعه کلیشه‌های جنسیتی به دلیل آثار زیان باری است که این موضوع در جامعه به دنبال دارند. از جمله مهم‌ترین آثار زیان‌آور کلیشه‌های جنسیتی این است که آن‌ها به عامل تبعیض میان جنس‌ها تبدیل می‌شوند. در واقع، هسته‌ی شناختی تبعیض جنسی، تصورات قالبی مربوط به جنس است. تبعیض جنسی «عبارت است از برخورد یا عملی که بر اساس جنسیت افراد به تحقیر، طرد، خوار شمردن و کلیشه‌بندی آن می‌پردازد.» (میشل، ۱۳۷۶: ۲۵).

کلیشه‌های جنسیتی، دختران و زنان را به عنوان انسان‌هایی برخوردار از حقوق کامل به رسمیت نمی‌شناسد، از برقراری روابط هماهنگ و برابر میان افراد دو جنس و از شرکت کامل دختران و زنان در پیشرفت جامعه خود جلوگیری می‌کنند و بدین ترتیب دختران و زنان را از شکوفایی تمام توانایی‌های انسانی خود (توانایی‌های معنوی، عاطفی و ارادی) باز می‌دارند. از طرف دیگر کلیشه‌های جنسیتی، پسران و مردان را از شکوفایی همه جانبه‌ی احساسات و انسانیتشان باز می‌دارند و باعث می‌شوند که هر چه بیشتر به سمت خشونت، رقابت، پرخاشگری، بی‌اعتنایی و بی‌احساسی پیش روند (میشل، ۱۳۷۶: ۳۵).

بنابراین شناخت این کلیشه‌ها و عوامل مرتبط با آن که منجر به پذیرش بیشتر و یا کمتر آن از سوی زنان و مردان می‌شود، می‌تواند گام مهمی در پیشگیری از پیش داوری و تبعیض جنسی (به ویژه علیه زنان) محسوب باشد و نقش آن‌ها را در فرایند توسعه برجسته نماید. هم‌چنین به آن‌ها که در انتقال فرهنگ و میراث گذشتگان به آیندگان نقش دارند و آن‌ها که در جامعه پذیر کردن افراد جامعه، نقشی مؤثر ایفا می‌کنند، کمک می‌کند تا با درک اهمیت و ضرورت این موضوع، آن را از گردونه‌ی بازتولید فرهنگی خارج نمایند و نیرویی شوند در راه تربیت نسلی با شناختی درست و بینشی روشن.

پژوهش حاضر، از یک سو سعی در بررسی مقایسه‌ای میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بین زنان و مردان دارد و از سوی دیگر به بررسی ارتباط متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، میزان تحصیلات، پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده) و میزان دین‌داری با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی می‌پردازد. در این مقاله ابتدا به پیشینه پژوهش پرداخته می‌شود و سپس مبانی نظری، چارچوب نظری، روش و یافته‌ها به دنبال می‌آید.



پیشینه پژوهش

موضوع کلیشه‌های جنسیتی و نقش‌های جنسیتی در ایران و کشورهای دیگر در مقوله‌های متعددی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

در مطالعاتی وجود کلیشه‌های جنسیتی و تأکید بر نقش‌های جنسیتی در برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌ها نشان داده شده است. در پژوهشی، با استفاده از یک نمونه ۱۲۴ تایی از برنامه‌های تلویزیونی که در ساعات اوج تعداد مخاطبان تلویزیونی و در ۶ شبکه بین سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۶ پخش شده است، نقش‌های اجتماعی که به وسیله شخصیت‌های زنان و مردان به نمایش در آمده، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تصدیق می‌کند که زنان به بازی در نقش‌های درگیر با مسائل عاشقانه، خانواده و دوستان ادامه می‌دهند. در مقابل، مردان، بیشتر، بازی در نقش‌های مرتبط با کار را بر عهده می‌گیرند (لاوزن^۱ و همکاران، ۲۰۰۸: ۲۰۰). تیئر^۲ در مطالعه‌ی خود، وجود کلیشه‌های جنسیتی در کتاب‌های محبوب کودکان را تأیید می‌کند (تیئر، ۲۰۰۳: ۳۰۰).

ویلیامز و بست^۳ در سال ۱۹۸۲ با مطالعه‌ای که در ۳۰ کشور وسیع جهان انجام دادند، عقاید قالبی مربوط به جنسیت را در نمونه‌ها سنجیدند. آن‌ها از آزمودنی‌های خود خواستند تا "زن" و "مرد" را توصیف کنند. در واقع در این پژوهش، ۳۰۰ ویژگی به آزمودنی‌ها داده شده و از آن‌ها خواسته شده تا مشخص کنند کدام زن و کدام مرد را توصیف می‌کند. برخی از نتایج از این قرار بود که زنان را عاطفی، ضعیف، پرحرف، بی‌فکر، وسواسی، مهربان، احساساتی، وابسته و مطیع توصیف کرده و مردان را قاطع، شجاع، مستقل، جاه‌طلب، خشن، مغرور، مسلط و معقول و منطقی توصیف کرده‌اند (ویلیامز و بست، ۱۹۹۰: ۱۳۲).

در پژوهش دیگری که فورسیت^۴ در سال ۱۹۹۴ در ۲۵ کشور دنیا انجام داده است، صفات عاطفی مانند همدردی، مهربانی، پرحرف، جذاب، آرام، سپاس‌گذار، خیال‌پرداز، جنجالی، زودرنج، هیجانی، صمیمی، فرمانبردار، شاد و دمدمی مزاج برای زنان و صفات سخاوتمند، با دل و جرات، فرصت طلب، معقول، منطقی، خود محور، دارای اعتماد به

1. Lauzen
2. Taylor
3. Williams and Best
4. Forsyth

نفس، شجاع، رازدار، مغرور، مستقل، نیرومند، غالب، ماجراجو و پرخاشگر برای مردان به دست آمده است (فورسیث ۱۹۹۴ به نقل از آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۲: ۱۸۹).

در ایران نیز مطالعاتی در زمینه کلیشه‌های جنسیتی صورت گرفته است. یافته‌های پژوهشی راجع به کلیشه‌های جنسیتی نشان داد؛ ویژگی‌های شخصیتی ابزاری نظیر فعال، پرنرژی، مستقل، پرخاشگر، مدیر، قوی و توانا به مردان و ویژگی‌های شخصیتی بیانی یا روحیه بخش نظیر عاطفی، حساس، جذاب، آرام، صبور، مضطرب، وابسته به دیگران و نگران به زنان نسبت داده شده‌اند (ریاحی، ۱۳۸۶: ۱۰۹).

پژوهش دیگری درباره عوامل مؤثر بر میزان شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی نشان داد، بین میزان مشارکت در کارهای خانه و میزان شکل‌گیری جنسیتی ارتباط معنی‌داری وجود دارد. در واقع هر چه میزان مشارکت در کارهای خانه توسط پاسخ‌گویان پایین‌تر باشد، میزان شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی نیز کاهش می‌یابد (کریمی، ۱۳۸۷: چکیده).

پژوهش‌های انجام شده در زمینه کلیشه‌های جنسیتی در رسانه‌های ایران نشان می‌دهد که نمایش مردان و زنان در آگهی‌های تلویزیونی در راستای نقش‌های سنتی است (حقیقی‌نسب و هدایتی، ۱۳۸۴: ۳۳). در سریال‌های تلویزیونی، زنان و مردان به صورت زنان و مردان سنتی - کلیشه‌ای به نمایش در می‌آیند، بدین ترتیب که زنان موجوداتی فریبکار، ناقص‌العقل، بی‌وفا، منفعل و فرودست و در مقابل، مردان موجوداتی صادق، عاقل، وفادار، فعال و فرادست تصویرسازی شده‌اند (صادقی فسایی و کریمی، ۱۳۸۴: ۵۹). بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در روزنامه نیز حاکی از وجود کلیشه‌های جنسیتی حتی در صفحه حوادث روزنامه همشهری است. بارزترین کلیشه‌ای که در مجموع، به دست آمده این است که مردان در نقش «مهاجم و متعرض» به زنان، و در مقابل زنان به صورت قربانی بازنمایی شده‌اند (معینی فر، ۱۳۸۸: ۱۶۷).

همان‌گونه که مطالعات ذکر شده نشان داد، کلیشه‌های جنسیتی دارای ابعاد گوناگون و مقوله‌های متعدد بوده و زمینه‌ی بسیاری برای مطالعه و پژوهش دارد. تاکنون در کشورهای مختلف تحقیقات متعددی در این باب صورت گرفته است. هدف از انجام این تحقیقات با توجه به اثرهای زیان‌باری که کلیشه‌های جنسیتی برای زنان و مردان دارد، قابل تبیین است. در واقع آن‌ها درصدد بررسی همه‌جانبه کلیشه‌های جنسیتی هستند تا به راه‌حل‌های مناسبی برای ایجاد نگرشی نوین در این زمینه دست پیدا کنند.



آن‌چه مهم است، وجود تفاوت کلیشه‌های جنسیتی در جوامع مختلف، علی‌رغم مشترکات زیاد آن‌ها بین کشورها است که متأثر از ویژگی‌های فرهنگی و تاریخ هر جامعه‌ای است. بر همین اساس لازم است، کلیشه‌های جنسیتی و تمام موضوعات مرتبط با آن در هر جامعه‌ای بررسی شود. نمی‌توان به این دلیل که بُعد یا موضوعی مرتبط با کلیشه‌های جنسیتی در کشوری دیگر بررسی شده، از انجام آن پژوهش در جامعه‌ی خود سرباز زد.

به نظر می‌رسد در مطالعاتی که تا کنون صورت گرفته، فقط صفات و خصوصیات شخصیتی زن و مرد سنجیده شده، در حالی که طبق تعریف کلیشه‌های جنسیتی، این کلیشه‌ها به غیر از خصوصیات شخصیتی و روانی دربرگیرنده‌ی اطلاعات ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل نیز است (گولومبوک و فی‌وش، ۱۳۸۴: ۲۶). این خلأ تحقیقاتی در مطالعات انجام شده در ایران نیز صدق می‌کند؛ بدین معنی که در هیچ تحقیقی محدوده کلیشه‌های جنسیتی به طور کامل در نظر گرفته نشده و مورد بررسی قرار نگرفته است. بر این اساس است که در پژوهش حاضر، برای بررسی میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، آن‌ها را در سه بعد تحت عنوان کلیشه‌های جنسیتی شخصیت (یا خصوصیات شخصیتی و روانی)، کلیشه‌های نقش‌های اجتماعی (منظور از آن مشاغل می‌باشد که به صورت کلیشه‌ای برای زنان و مردان مناسب در نظر گرفته شده است) و کلیشه‌های نقش‌های خانواده در نظر گرفته تا حق مطلب در مورد کلیشه‌های جنسیتی ادا شود و این بحث به صورت کامل پوشش داده شود. می‌توان گفت تحقیق حاضر در ادامه و تکمیل تحقیقات قبلی صورت گرفته است.

در رابطه با متغیر دین‌داری لازم به توضیح است، بررسی رابطه بین میزان دین‌داری افراد و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، بحثی است که کمتر به آن پرداخته شده است. در تحقیقات انجام شده در ایران تحقیقی در این زمینه یافت نشد اما در تحقیقات انجام شده در کشورهای دیگر مطالعاتی وجود دارد؛ از جمله تحقیق رید در سال ۲۰۰۳ که در پیشینه مطرح شد و نتایجش نشان‌دهنده تأثیر شدید دین بر نگرش‌های جنسیتی در میان زنان عرب بود. بنابراین، ما نیز درصدد برآمده‌ایم تا رابطه میزان دین‌داری افراد را با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در جامعه خودمان بسنجیم.

مبانی نظری

در این قسمت به اختصار به نظریات مورد استفاده در این پژوهش پرداخته می‌شود.

نظریه طرح واژه جنسیتی^۱: طرح واژه^۲ چارچوب شناخت عامی است که فرد درباره‌ی یک موضوع خاص دارد و به ادراک او سازمان و جهت می‌بخشد. ساندرام^۳ (۱۹۸۱) «طرح‌واژه» را در نظریه‌ی طرح واژه‌ی جنسیتی خود به کار گرفت. طرح او این است که هر یک از ما به عنوان بخشی از ساختار دانش خود، طرح واژه‌ی جنسیتی یا مجموعه‌ای از تداعی‌های مرتبط با جنسیت داریم. بنابراین، طرح واژه‌ی جنسیتی آمادگی یا زمینه‌ی اصلی را برای پردازش اطلاعات بر اساس جنسیت عرضه می‌کند. یعنی طرح واژه‌ی جنسیتی گرایش ما را نسبت به اینکه بسیاری از امور را به عنوان امور مرتبط با جنسیت ببینیم و بخواهیم آن‌ها را بر اساس جنسیت طبقه‌بندی کنیم، بازنمایی می‌کند. طرح واژه‌ی جنسیتی اطلاعات جدید و در حال ورود را پردازش می‌کند و دست به تصفیه و تفسیر آن می‌زند. بم معتقد است، فرایند رشد و تحول اکتساب نقش جنسیتی در کودکان نتیجه‌ی یادگیری تدریجی کودک از محتوای طرح واژه‌ی جنسیتی جامعه است (شیبلی هاید، ۱۳۸۷: ۹۴-۹۲).

نظریه کلیشه‌های جنسیتی آندره میشل^۴: آندره میشل کتاب خود «پیکار با تبعیض جنسی^۵» را به طور کامل به بحث کلیشه‌های جنسیتی اختصاص داده و از آن‌ها به دلیل تأثیر زیادی که در رفتار نابرابر با زنان و مردان دارد، با عنوان «کلیشه‌های تبعیض جنسی^۶» نام می‌برد. میشل در کتاب خود، کلیشه‌های جنسیتی را در چهار دسته کلی جای داده است: نقش‌های مختلف در درون خانواده و مدرسه؛ پدر نقش تکیه‌گاه و نان‌آور خانواده را بر عهده دارد و مادر نقش وابسته به همسر و خانواده را. بیشتر آموزگاران مدارس، زن و مدیران مدارس مرد هستند. خصوصیات شخصیتی: مردان به

1. Gender Schema Theory

2. Schema

3. Sandra Bem

4. Andre Michelle

5. Non Aux Stereotypes: Vaincre Le Sexisme Dans Les Livres Pour Les Manuels Scolaires

6. Sex Discrimination Stereotypes



بطور کلی آفریننده، تصمیم‌گیر و اهل عمل هستند اما زنان موجوداتی منفعل، وابسته و نظاره‌گر جلوه می‌کنند. نقش‌های اجتماعی و سیاسی: زنان اگر هم در سطوح اجتماعی فعال باشند در سطوح کوچک و محلی فعال هستند اما مردان از مسئولیت برخوردارند و یا رهبر سیاسی هستند. نقش حرفه‌ای: زنان منشی یا پرستارند اما مردان کارفرما یا پزشک هستند (میشل، ۱۳۷۶: ۲۰۶).

نظریه جامعه‌پذیری^۱: از دیدگاه جامعه‌شناسان، جامعه‌پذیری روندی است که فرد را برای زندگی گروهی آماده می‌کند و نقش اساسی در شکل‌گیری شخصیت، نگرش و رفتار او دارد (الکین و هندل^۲، ۱۹۷۲: ۴). جامعه‌پذیری فرایندی است که طی آن عناصر اجتماعی و فرهنگی درونی می‌شوند. مطالعات بسیاری نشان می‌دهد که تقریباً در اکثر جوامع امروزی، با تکیه بر ارجح دانستن جنس مذکر، جامعه‌پذیری بر اساس جنس افراد شکل می‌گیرد (ابوت و والاس، ۱۳۸۰: ۲۸۸). نهادهای جامعه‌پذیرکننده که در هر جامعه‌ای وظیفه‌ی جامعه‌پذیر کردن افراد را به عهده دارند عبارت‌اند از: خانواده، آموزش و مدرسه، روابط گروه هم‌سالان و رسانه‌های همگانی (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۰۳).
جامعه‌پذیری جنسیتی از زیر مجموعه‌های جامعه‌پذیری می‌باشد. جامعه‌پذیری جنسیتی، آن بخش از اجتماعی شدن است که به وسیله‌ی آن نه تنها کودکان تبدیل به موجودات اجتماعی می‌شوند، بلکه به افرادی با ویژگی‌های مردانه یا زنانه تبدیل می‌گردند. در این وضعیت، جنسیت یعنی مرد یا زن بودن، دربردارنده‌ی مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و رفتارهایی است که در درون هر جامعه برای مردان و زنان، شایسته و مناسب می‌باشد (استنلی و وایز^۳، ۲۰۰۲: ۲۷۳). جامعه‌پذیری جنسیتی از خانواده شروع می‌شود و به عوامل دیگری چون نظام آموزشی، گروه هم‌سالان و رسانه‌های همگانی بسط می‌یابد (راس، ۱۳۷۳: ۲۷۵).

نظریه یادگیری اجتماعی^۴: از نقطه نظر این دیدگاه، تبیین مشهور در تفاوت‌های جنسیتی در رفتار، «شرطی‌سازی» است. یعنی، پسران و دختران به گونه‌ای مناسب

1. Socialization Theory
2. Elkin and Handel
3. Stanly and Wise
4. Social Learning Theory

جنسیت خود عمل می‌کنند، چرا که آن‌ها به خاطر انجام دادن برخی کارها تقویت شده‌اند و برای انجام دادن کارهای دیگر تنبیه شده‌اند. عقیده بر این است که اصل شرطی شدن منجر به اکتساب نقش‌های جنسیتی می‌شود. بر اساس نظریه‌ی یادگیری اجتماعی سه سازوکار تقویت، تقلید و یادگیری مشاهده‌ای، اساس فرآیند شکل‌گیری جنسیتی یعنی اکتساب رفتارهای وابسته به جنسیت را تشکیل می‌دهند (شیبلی هاید، ۱۳۸۷: ۷۵-۷۳).

نظریه نقش^۱: اساسی‌ترین ایده در نظریه نقش اجتماعی این است که؛ تفاوت‌های نگرشی و رفتاری مردان و زنان، ناشی از نقش‌های متفاوتی است که آن‌ها در جامعه دارند، زیرا نقش‌های اجتماعی، نگرش‌ها و رفتارهای خاصی را ایجاد یا نفی می‌کنند. به عبارت دیگر، موقعیت فرد در ساختار اجتماعی (پایگاه اجتماعی)، شکل‌دهنده‌ی باورها، نگرش‌ها و رفتارهای اوست.

دین و کارکرد آن

در تعریف از دین، «دین را به معنای نظامی از باورها و رفتار که به مابعدالطبیعه مربوط می‌شود، در نظر گرفته‌اند.» (سراج‌زاده، ۱۳۸۴: ۵۹). و گفته‌اند: «دین نظامی اندیشگی‌ای است که از جهان هستی و موضع انسان از جهان هستی، تفسیری ارائه می‌کند و علاوه بر آن بر اساس آن تفسیر، شیوه‌ی زندگی خاصی را توصیه می‌کند و آن تفسیر و این توصیه را در قالب یک سلسله مناسک و شعائر، به صورت رمزی و نمادین جلوه می‌کند.» (ملکیان، ۱۳۸۵: ۲۷۵).

از زمان دورکیم تا به امروز بسیاری از مؤلفان، نظر او را مبتنی بر آن که «کارکرد اجتماعی» دین، حمایت و حفظ حیات و جریان حرکت جامعه است، مورد تأیید قرار داده‌اند (توسلی، ۱۳۸۰: ۱۰۳). استنلی اتیزن^۲ بیان می‌کند که کارکرد و پیامد مهم دین برای گروهی که از میراث و عقاید مشابهی برخوردارند، وحدت است (افروغ، ۱۳۷۳: ۱۰۸). به طور کلی می‌توان گفت، دین هم دارای آثار و پیامدهای اجتماعی و هم آثار و پیامدهای فردی است. دین با مطرح نمودن نمادهای خاص برای معتقدان، به ایجاد

1. Role Theory
2. Stanley Etizen



همبستگی اجتماعی در خود گروه دینی و به وجود آمدن یک خرده فرهنگ دینی متمایز با گروه‌های دیگر، کمک می‌کند. هم‌چنین دین با ایجاد یک حس مشترک دینی همگانی به ایجاد انسجام اجتماعی در سطح جامعه به عنوان یک کل دامن می‌زند و با این کار پشتیبان و حافظی می‌شود در دفاع از ارزش‌های اجتماعی که برای بقا و دوام جامعه مهم هستند. از طرفی کارکرد دین در پیامدهای اجتماعی آن خلاصه نمی‌شود، چرا که دین با خلق معانی در ذهن افراد به زندگی خصوصی آن‌ها و شرایط خاصشان معنا می‌بخشد و بر رفتار فردی آن‌ها تاثیر می‌گذارد. دین باعث می‌شود هر فرد با توجه به شرایط خاصی که در آن قرار دارد به مسائل مربوط به خود پاسخ گوید.

کارکردهای دین، نقش و تأثیر شگرفی در حیات فردی و اجتماعی ملت ایران نیز بر جای گذاشته و می‌گذارند. در واقع، نقش فعال دین در جامعه ایران به عنوان یکی از متغیرهای اجتماعی تأثیرگذار در شیوه زندگی، رفتار و نگرش مردم است و نگرش افراد به جنسیت و به طور خاص‌تر، نگاه افراد به کلیشه‌های جنسیتی یکی از ابعادی است که تحت تأثیر دین و ارزش‌های دینی قرار می‌گیرد. این ارزش‌ها از طریق جامعه‌پذیری به افراد، آموزش داده می‌شود و در آن‌ها نهادینه می‌گردد و در جهت ایجاد انسجام اجتماعی در سطح جامعه به عنوان یک کل دامن می‌زند.

چارچوب نظری

ساخت ذهنی ما ناشی از وضعیت فرهنگی جامعه‌ای است که در آن متولد شده‌ایم. این ساخت ذهنی با عنوان طرح واره، متأثر از فرهنگ جامعه (ارزش‌ها، هنجارها، باورها، سنت‌ها، اعتقادات دینی و غیره)، محیط خانوادگی، مدرسه و رسانه می‌باشد. طرح واره‌های مختلفی در جامعه وجود دارد، یکی از آن‌ها، طرح واره‌های جنسیتی است که زمینه‌ی اصلی را برای پردازش اطلاعات بر اساس جنسیت فراهم می‌کنند. این طرح‌واره‌ها را که مجموعه‌ای سازمان یافته از دانش جنسیتی می‌نامند و می‌توانند منجر به ایجاد کلیشه‌های جنسیتی در جامعه شوند، فرد به صورت تدریجی و طی فرآیند جامعه‌پذیری از دوران کودکی یاد می‌گیرد.

جامعه‌پذیری از طریق نهادهای مختلفی چون خانواده، آموزش، گروه هم‌سالان و رسانه‌های همگانی صورت می‌گیرد. از میان این نهادها، خانواده نقش مهم‌تری از بقیه دارد. به همین دلیل پایگاه اجتماعی- اقتصادی که خانواده دارد، می‌تواند به عنوان

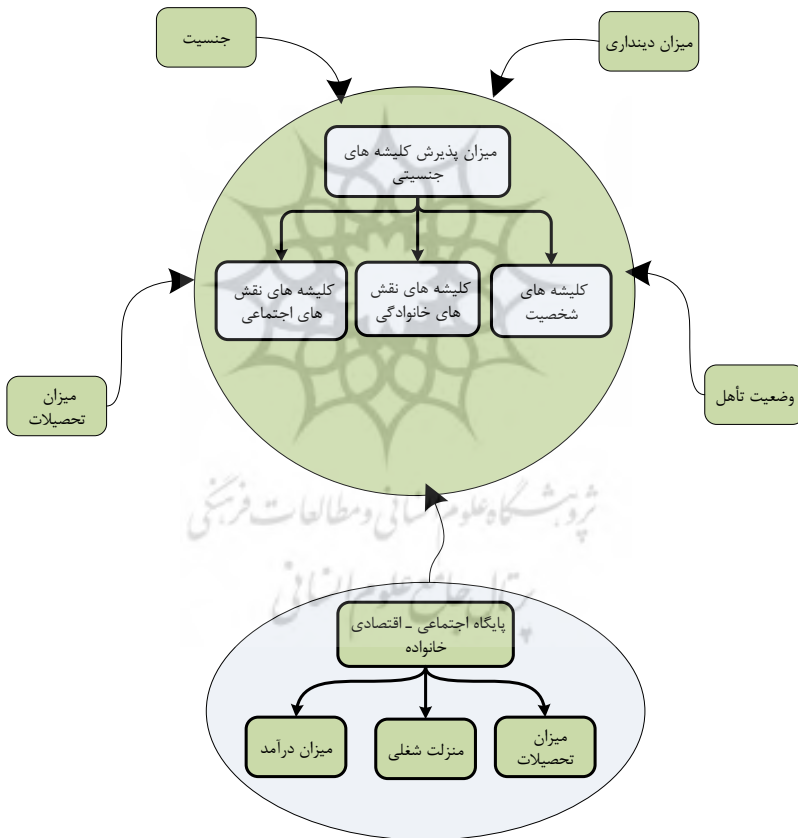
عاملی تأثیرگذار بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی افراد قرار بگیرد، چرا که افراد در درون خانواده از طریق ساز و کارهای یادگیری اجتماعی شامل تقویت، تقلید و یادگیری مشاهده‌ای، ویژگی‌های متناسب با جنسیت خود را از دیگران مهم، به ویژه والدین و سایر اعضای خانواده یاد می‌گیرند. همچنین، پایگاه اقتصادی خانواده به لحاظ دسترسی متفاوتی که از نظر امکانات فرهنگی، آموزشی و غیره در اختیار افراد می‌گذارد، حائز اهمیت است. می‌توان جایگاه اقتصادی را مولد سرمایه‌های فرهنگی و نگرش‌ها دانست. نظام آموزش از دیگر نهادهای جامعه‌پذیری است که نقش مؤثری بر جامعه‌پذیر کردن افراد دارد. بنابراین به نظر می‌رسد میزان تحصیلات افراد می‌تواند عامل مؤثری بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی افراد آن‌ها باشد. همچنین در روند جامعه‌پذیری، جنس افراد، عامل مهمی است، چرا که مطابق با نظریه‌ی جامعه‌پذیری، جنسیت (مذکر و مؤنث بودن) موجب می‌گردد که افراد، مجموعه‌ی متفاوتی از ویژگی‌ها و رفتارهای شایسته زنانه/مردانه را فرا گرفته و به هنگام ایفای نقش‌های اجتماعی‌شان به آن‌ها عمل نمایند.

طبق نظریه‌ی نقش، هر جایگاهی، انتظارات و تکالیف خاصی را به عهده‌ی فرد می‌گذارد که نقش فرد را شکل می‌دهد. فرد در طی دوران جامعه‌پذیری که از دوران کودکی شروع شده و ادامه دارد، به تناسب در جایگاه‌های مختلف، هنجارها و باید و نبایدهای متفاوتی را می‌آموزد. بر طبق نظریه‌ی نقش می‌توان گفت که تغییر در پایگاه و نقش فرد و یا اضافه شدن یک نقش به نقش‌های دیگر می‌تواند منجر به تغییر در نگرش‌ها و رفتارهای او گردد. از این رو، افراد مجرد پس از متأهل شدن و به عهده گرفتن نقش همسری ممکن است نگرش‌های خود را تغییر داده و با کسب تجربیات جدید از جنس متفاوت، باورهایشان به کلیشه‌های جنسیتی تضعیف، یا تقویت گردد. بنابراین، در اینجا ارتباط وضعیت تأهل را نیز با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی می‌سنجیم.

در تعریف جامعه‌پذیری گفته شد، فرآیندی است که طی آن عناصر اجتماعی و فرهنگی درونی می‌شوند و فرد را برای زندگی گروهی آماده می‌کنند. عناصر اجتماعی و فرهنگی در یک جامعه شامل سنت‌ها، باورها و ارزش‌های نشأت گرفته از تاریخ و تمدن آن جامعه و همچنین دین یک جامعه است. اهمیت این مسأله در فرهنگ‌هایی که دین نقش بسیار مهمی دارد، بیشتر خود را نشان می‌دهد. در جامعه‌ی ما نیز دین در کنار



فرهنگ و تمدن، تعیین‌کننده‌ی اصول و ارزش‌های مطلوب و غیر مطلوب است. در واقع، در تمام بخش‌ها و نظام‌های کشور می‌توان سایه‌ی دین را به وضوح دید، چرا که بنیان آن‌ها براساس اصول و الگوهای دینی است. به نظر می‌رسد، در رابطه با بحث جنسیت نیز، آموزه‌های دینی نقش مهمی داشته باشند و از طریق جامعه‌پذیری، به افراد انتقال داده شوند. بنابراین، در این پژوهش درصدد برآمدیم تا رابطه میزان دین‌داری افراد را نیز با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها بسنجیم.



شکل ۱. مدل نظری تحقیق

فرضیات تحقیق

- بین جنسیت افراد و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده افراد و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات افراد و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت تأهل افراد و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی افراد و میزان دینداری آن‌ها رابطه وجود دارد.

سوالات تحقیق

- وضعیت پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بین زنان و مردان چگونه است؟ آیا تفاوتی بینشان وجود دارد؟
- وضعیت تأهل در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی زنان و مردان چه نقشی دارد؟
- نقش تحصیلات افراد در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها چیست؟
- نقش پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده ی افراد در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها چیست؟
- نقش دینداری افراد در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها چیست؟



روش

روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش است. بیکر^۱، پیمایش^۲ را عام‌ترین نوع تحقیقات اجتماعی می‌داند. به اعتقاد بیکر، پیمایش روشی است برای گردآوری داده‌ها که در آن از گروه‌های معینی از افراد خواسته می‌شود به تعدادی پرسش مشخص پاسخ دهند، این پاسخ‌ها مجموعه اطلاعات تحقیق را تشکیل می‌دهند (بیکر، ۱۳۷۷: ۴۴).

جامعه و نمونه آماری

جمعیت آماری در حقیقت، شامل همه عناصری است که موضوع یک پژوهش معین در آن مصداق پیدا می‌کند. جمعیت آماری این تحقیق را زنان و مردان بالای ۲۰ سال منطقه ۶ تهران در سال ۱۳۹۲ تشکیل می‌دهد، که حجم این جمعیت آماری بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران عبارت است از: ۱۷۳۹۳۰ نفر (نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهر تهران سال ۱۳۸۵، ۱۳۸۸).

منطقه ۶ یکی از مناطق نسبتاً قدیمی شهر تهران به حساب می‌آید که در مرکز شهر قرار دارد. این منطقه با مساحتی معادل ۲۱۳۸/۴۵ هکتار حدود ۳/۳ درصد از سطح شهر را شامل می‌شود. منطقه ۶ به لحاظ موقعیت جغرافیایی در حوزه مرکزی شهر تهران واقع شده که از سمت شمال به منطقه ۳، از شرق به منطقه ۷، از جنوب به مناطق ۱۰، ۱۱، ۱۲ و از غرب به منطقه ۲ محدود می‌شود. از عمده‌ترین ویژگی کالبدی منطقه ۶ می‌توان به موقعیت قرارگیری آن در مرکز شهر تهران از یک سو و از سوی دیگر استقرار مهم‌ترین کاربری‌های اداری - خدماتی با مقیاس عملکردی فرمانطقه‌ای، شهری و حتی ملی در آن اشاره کرد.

منطقه ۶ دارای ۶ ناحیه و ۱۸ محله می‌باشد. کل جمعیت منطقه ۶، ۲۳۷۲۹۲ نفر می‌باشد که از این تعداد ۱۱۹۴۲۱ مرد و ۱۱۷۸۷۱ نفر زن می‌باشند. این منطقه با این جمعیت، ۲/۸۱ درصد جمعیت شهر را در خود جای داده و از این نظر در رتبه نوزدهم قرار دارد. البته در طول روز، رقم جمعیت در این منطقه به یک میلیون نفر هم می‌رسد. میانگین اعضای خانواده در این منطقه نسبت به مناطق دیگر تهران، پایین‌تر و اغلب

1. Therese L. Baker

2. Survey

خانوارها کم جمعیت هستند. به لحاظ میزان باسوادی، در بین مناطق ۲۲ گانه‌ی تهران، منطقه ۶ با ۹۳/۱ درصد جمعیت با سواد، بیشترین میزان با سوادی را داراست و از این حیث، سرآمد سایر مناطق به شمار می‌رود (سایت شهرداری منطقه ۶ تهران). بر اساس فرمول کوکران، ۳۸۵ نفر به عنوان حجم نمونه به دست آمد که به دلیل احتمال ریزش پرسش نامه‌ها به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. از آن جا که یکی از اهداف تحقیق حاضر بررسی مقایسه‌ای میزان پذیرش کلیشه‌ها بین زنان و مردان می‌باشد، در نمونه، تعداد مردان و زنان برابر و هر یک معادل ۲۰۰ در نظر گرفته شده است. روش نمونه گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده و بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران (انتخاب ۴۰ بلوک بر اساس حجم جمعیت بلوک، به دلیل تعداد بسیار زیاد بلوک‌های موجود در منطقه ۶ توسط مرکز آمار ایران انجام شد). صورت گرفت.

ابزار اندازه‌گیری

به منظور گردآوری داده‌ها از پرسش نامه استفاده گردیده است. پرسش نامه دربرگیرنده‌ی بخش‌های مختلف مشخصات فردی و مقیاس‌های چند بعدی برای سنجش میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و سنجش دین‌داری می‌باشد. برای سنجش میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی از ترکیب پرسش نامه خودساخته و موجود استفاده شده است. همان‌گونه که بیان شد، در اینجا کلیشه‌های جنسیتی را به سه بخش تقسیم کرده‌ایم. کلیشه‌های جنسیتی شخصیت، کلیشه‌های نقش‌های اجتماعی و کلیشه‌های نقش‌های خانوادگی. منظور از کلیشه‌های جنسیتی شخصیت، صفات و خصوصیات روانی، انتظارات و توانایی‌های شناختی است که به زنان و مردان در جامعه نسبت داده می‌شود. برای اندازه‌گیری میزان پذیرش کلیشه‌های شخصیت، ۱۸ گویه مورد استفاده قرار گرفت که تعدادی از گویه‌ها را کریمی (۱۳۸۷) در تحقیق خود طراحی و مورد استفاده قرار داد و سایر گویه‌ها بر اساس باورهای فرهنگی موجود و نتایج تحقیقات انجام شده، تدوین گردیدند. منظور از کلیشه‌های نقش‌های اجتماعی، کلیشه‌هایی است که مشاغل سنتی خاصی را برای هر یک از زن و مرد در نظر می‌گیرند و معتقد است زنان و مردان هر کدام باید مشاغل خاص جنس خودشان را داشته باشند. به منظور سنجش این بُعد، از ۱۴ گویه استفاده شد. منظور از کلیشه‌های نقش‌های خانوادگی نیز کلیشه‌هایی است که نقش‌های خاصی را برای زن و مرد در



درون خانواده در نظر گرفته اند. در این مورد ۷ گویه بر اساس باورهای فرهنگی موجود در این زمینه، طراحی شد و مورد استفاده قرار گرفت.

برای سنجش دین‌داری، مقیاس‌های متعددی طراحی گردیده است که عمدتاً از دهه شصت میلادی به این سو مدل‌ها و مقیاس‌های مختلفی برای سنجش اعتقادات و اعمال دینی، نگرش‌های دینی، جهت‌گیری‌های مذهبی، تجربه دینی، ارزش‌های دینی و نظیر آن طراحی شده است (هیل و هود به نقل از قصابی، ۱۳۸۶: ۹۰). یکی از این مقیاس‌ها، مقیاس گلاک و استارت است. این مقیاس مکرراً در خارج و داخل کشور آزمون گردیده و برای سنجش دین‌داری از محتوای مناسبی برخوردار است. هم‌چنین طی تحقیقاتی که بر اساس این مقیاس صورت گرفته، گویه‌های آن متناسب با فرهنگ و باورهای دینی جامعه‌مان شکل گرفته است. این مقیاس در ۲۶ گویه و چهار بعد اعتقادی، تجربی (عاطفی)، پیامدی و مناسکی طراحی شده است.

گویه‌های مطرح شده در سطح سنجش ترتیبی، بر اساس طیف لیکرت بوده و دامنه پاسخ آن‌ها از "کاملاً مخالفم" تا "کاملاً موافقم" می‌باشد. با احتساب نمره‌های افراد، سه دسته (ضعیف، متوسط و شدید) در نظر گرفته شد و افراد بر اساس مجموع نمره‌هایشان در یکی از این سه دسته قرار گرفتند. پرسش‌نامه‌ها به صورت حضوری و با مراجعه به افراد تکمیل گردید.

اعتبار ابزار اندازه‌گیری (پرسش‌نامه) از دو طریق به دست آمده است: رجوع به صاحب‌نظران و استفاده از سنجه‌های پژوهش‌های پیشین و رجوع به متن‌های علمی. پس از بررسی پرسش‌نامه اولیه و تأیید اعتبار صوری آن، برای استانداردسازی مقیاس ساخته شده، گویه‌ها در قالب پرسش‌نامه‌ای تنظیم و به شکل اتفافی میان ۳۰ نفر از افراد منطقه ۶ توزیع شد. پایایی این مقیاس‌ها، بعد از وارد کردن داده‌های آزمون مقدماتی در نرم افزار اس.پی.اس.اس^۱ از طریق آلفای کرونباخ به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ در برآورد پایایی مقیاس میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و ابعاد آن ۰,۸۸ و این مقدار برای مقیاس سنجش دینداری و ابعاد آن ۰,۸۹ به دست آمد که در هر دو مقیاس، پایایی بالایی را نشان می‌دهد.

1. SPSS

لازم به ذکر است در این تحقیق، برای ساخت متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده از گویه‌های تحصیلات مادر، تحصیلات پدر، منزلت شغلی پدر و مادر و میزان تقریبی درآمد خانواده استفاده شده است. در پایان، مجموع نمره‌ها برای هر پاسخ‌گو در این سه شاخص، محاسبه و طیف در سه دسته ی پایین، متوسط و بالا دسته‌بندی شد و پاسخ‌گویان بر اساس مجموع نمره‌هایشان، در یکی از این سه دسته جای گرفتند.

نحوه پردازش داده‌ها

پس از انجام مرحله پرسش‌گری، مرحله استخراج و پردازش داده‌ها انجام شد. پس از مرحله کدگذاری، داده‌های کدگذاری شده به منظور توصیف و تحلیل متغیرها وارد نرم افزار اس.پی.اس.س. شدند. در کنار استفاده از این نرم‌افزار، از نرم‌افزار اکسل^۱ نیز به خصوص در طراحی جداول و نمودارها استفاده گردید.

یافته‌ها

توصیف متغیرهای تحقیق: متغیرهای زمینه‌ای: جدول ۱ اطلاعات مربوط به ویژگی‌های اجتماعی و جمعیتی پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول، بیشترین فراوانی در گروه سنی ۳۰-۲۶ سال مشاهده می‌شود. میانگین سنی پاسخ‌گویان، ۳۰ سال است. مطالعه وضعیت تحصیلی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد، بیش‌ترین فراوانی مربوط به مقطع تحصیلی لیسانس می‌باشد که ۳۸،۷۵ درصد را به خود اختصاص می‌دهد. بعد از آن، بیشترین افراد (۲۳،۵ درصد) در مقطع تحصیلات تکمیلی قرار دارند که این نشان می‌دهد اکثریت پاسخ‌گویان (۷۳،۷۵ درصد)، دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشند. تعداد افراد بی‌سواد و یا با تحصیلات پایین نسبتاً اندک است. داده‌های مربوط به وضعیت تأهل نشان می‌دهد که ۲۳ درصد افراد، متأهل بوده و بقیه (۷۷ درصد) پاسخ‌گویان مجرد می‌باشند. هم‌چنین داده‌های جدول، حاکی از این است که اکثریت پاسخ‌گویان (۷۰ درصد) دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی متوسط می‌باشند. (۲۳) درصد پاسخ‌گویان، پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا و پایگاه اجتماعی-اقتصادی بقیه‌ی پاسخ‌گویان نیز پایین است.

1. Excel



جدول ۱. اطلاعات اجتماعی - جمعیتی پاسخ‌گویان

توزیع سنی نمونه		
فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	
۲۵-۲۱	۱۰.۸	۲۷.۰۰٪
۳۰-۲۶	۱۷.۵	۴۳.۷۵٪
۳۵-۳۱	۴.۷	۱۱.۷۵٪
۴۰-۳۶	۵.۰	۱۲.۵۰٪
۴۵-۴۱	۱.۰	۲.۵۰٪
۵۰-۴۶	۳.۰	۰.۷۵٪
۵۱ به بالا	۷.۰	۱.۷۵٪
کل	۴۰.۰	۱۰۰.۰۰٪
دسته دوم (۳۱-۳۵)		

وضعیت تأهل		
فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	
متاهل	۹.۲	۲۳.۰۰٪
مجرد	۳۰.۸	۷۷.۰۰٪
کل	۴۰.۰	۱۰۰.۰۰٪

میزان تحصیلات		
فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	
بیسواد	۱.۰	۰.۲۵٪
ابتدایی	۷.۰	۱.۷۵٪
سیکل	۱۸.۰	۴.۵۰٪
دیپلم	۷۹.۰	۱۹.۷۵٪
فوق دیپلم	۴۶.۰	۱۱.۵۰٪
لیسانس	۱۵۵.۰	۳۸.۷۵٪
فوق لیسانس و بالاتر	۹۴.۰	۲۳.۵۰٪
کل	۴۰۰.۰	۱۰۰.۰۰٪

پایگاه اجتماعی - اقتصادی		
فراوانی مطلق	درصد معتبر	
پایین	۲۱	۵.۲۳
متوسط	۲۷۷	۷۰.۳۰
بالا	۹۲	۲۳.۳۵
Missing (بی پاسخ)	۱۰	

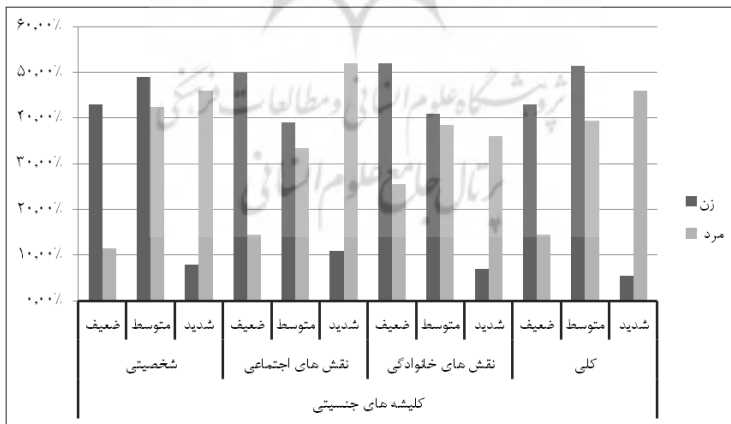
توصیف متغیرهای تحقیق: وضعیت پذیرش کلیشه‌های جنسیتی: میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی زنان و مردان در نمودار ۱ نشان داده شده است. همان‌گونه که از داده‌ها پیداست، ۴۵ درصد پاسخ‌گویان، کلیشه‌های جنسیتی را در سطح متوسط، ۲۹ درصد در سطح ضعیف و ۲۶ درصد در سطح بالا پذیرفتند.

آنچه که در این جا قابل توجه است، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی زنان و مردان است. این نتایج نشان می‌دهد که مردان به مراتب کلیشه‌های جنسیتی را بیشتر

از زنان می‌پذیرند به طوری که فقط ۱۱ زن از ۲۰۰ زن پاسخ‌گو، میزان پذیرش شدیدی از کلیشه‌های جنسیتی داشته‌اند و بقیه در سطح متوسط و ضعیف کلیشه‌های جنسیتی را پذیرفته‌اند. در حالی که ۹۲ مرد، یعنی نزدیک به نصف مردان پاسخ‌گو، کلیشه‌ها را تا حد زیادی پذیرفته‌اند و تنها ۲۹ مرد پاسخ‌گو، میزان پذیرش ضعیفی از کلیشه‌ها داشته‌اند. در سطح پذیرش متوسط کلیشه‌های جنسیتی، زنان (۵۱،۵۰) درصد و مردان (۳۹،۵۰) درصد را به خود اختصاص می‌دهند.

می‌توان گفت نزدیک به نصف پاسخ‌گویان، نگرش بینابینی به مسئله کلیشه‌های جنسیتی دارند و در این میان سهم زنان بیشتر از مردان است. بیشترین افرادی که نگرش غیر سنتی و یا غیر کلیشه‌ای به مسئله جنسیت دارند، زنان و بیشترین افرادی که نگرش کلیشه‌ای به مسئله جنسیت دارند، مردان هستند. این آمار می‌تواند بیان‌گر حرکت و آگاهی زنان نسبت به حقوق خود و تلاش برای کنار گذاشتن نگرش‌های کلیشه‌ای در زمینه صفات و ویژگی‌های شخصیتی، حضور در اجتماع و داشتن شغل و در نهایت نقش و وظایف مورد انتظار در خانواده و در عوض حرکت به سمت نگرشی غیر کلیشه‌ای، غیر سنتی و مساوات طلبانه‌تر باشد.

نمودار ۱. وضعیت پذیرش کلیشه‌های جنسیتی به تفکیک ابعاد و جنسیت



توصیف متغیرهای تحقیق

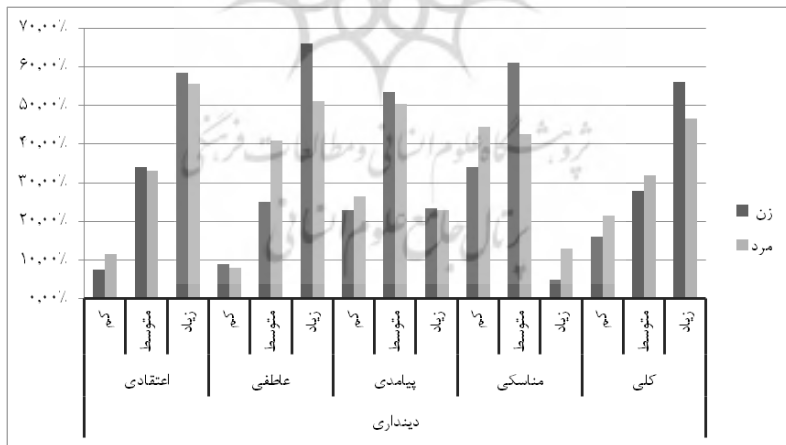
وضعیت دین‌داری پاسخ‌گویان: نمودار ۲ گویای وضعیت دین‌داری پاسخ‌گویان است. همان‌گونه که نمودار نشان می‌دهد، بیش از ۵۰ درصد پاسخ‌گویان (۵۱،۲۵)، دارای



سطح دین‌داری بالایی هستند. میزان دین‌داری (۳۰) درصد پاسخگویان، در سطح متوسطی بوده و (۱۸،۷۵) درصد آنان، سطح دین‌داری پایینی دارند. به عبارت دیگر، دو چهارم پاسخ‌گویان، دین‌داری بالایی داشته، بیش از یک چهارم، سطح دین‌داری متوسط و کمتر از یک چهارم دین‌داری کمی دارند.

هم‌چنین در این نمودار، وضعیت دین‌داری زن و مرد به تفکیک ابعاد دین‌داری مشخص شده است. داده‌ها نشان از تفاوت زیادی بین میزان دین‌داری زنان و مردان نیست. اما تفاوت اندکی که وجود دارد، بیان‌کننده‌ی بیشتر بودن میزان دین‌داری زنان نسبت به مردان است. نکته قابل توجه دیگر این‌که در بعد اعتقادی و عاطفی بیش از نصف پاسخ‌گویان در سطح بالایی قرار دارند اما در بُعد پیامدی و به خصوص بُعد مناسکی، تعداد افرادی که میزان دین‌داری بالایی دارند، ریزش پیدا کرده و به نسبت دو بُعد دیگر کم‌تر می‌شود. در این دو بعد بیشترین تعداد پاسخ‌گویان در سطح متوسط قرار می‌گیرند. هم‌چنین تعداد افراد بیشتری به نسبت دو بُعد اعتقادی و عاطفی در سطح دین‌داری پایین قرار می‌گیرند.

نمودار ۲. وضعیت دین‌داری به تفکیک ابعاد و جنسیت



تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱: بین جنسیت و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد. برای آزمون این فرضیه، ابتدا جدول توافق بین دو متغیر تشکیل شده و سپس از طریق

ضریب توافق C میزان هم بستگی بین این دو متغیر به دست آمد. در مرحله‌ی بعد، با استفاده از آزمون χ^2 معناداری آن بررسی شد.

جدول ۲. جدول توافق جنسیت و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

کل	جنسیت		میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
	مرد	زن	
۱۱۵	۲۹	۸۶	ضعیف
۱۸۲	۷۹	۱۰۳	متوسط
۱۰۳	۹۲	۱۱	شدید
۴۰۰	۲۰۰	۲۰۰	کل

در جدول ۳، نتایج خروجی ای.بی.اس.ایس. برای ضریب توافق C و آماره کای اسکور برای آزمون معناداری و نیز مقدار sig آزمون ارائه شده است. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود، بین جنسیت و کلیشه‌های جنسیتی ۰،۴۴ رابطه وجود دارد که در سطح $p < ۰,۰۰۰۱$ معنادار است. علاوه بر این میزان کای اسکور به دست آمده نیز در سطح کمتر از ۰،۰۰۰۱ معنادار است. لذا فرضیه اول پژوهش تأیید می‌شود. می‌توان نتیجه گرفت، بین متغیر جنسیت و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد، به عبارت دیگر، مرد یا زن بودن یک فرد بر میزان پذیرش کلیشه‌ها تأثیر می‌گذارد. داده‌ها ارتباط بین جنسیت و کلیشه‌های جنسیتی در هر سه بُعد را نیز تأیید می‌کند.

جدول ۳. هم بستگی جنسیت و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

آزمون معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪				ضریب توافق پیرسون (C)		متغیر وابسته (ملاک)	متغیر مستقل (پیش‌بین)
نتیجه آزمون	P_value	مقدار آماره آزمون		P_value	مقدار		
		χ^2	$\frac{\sum (f_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$				
نتیجه آزمون: $۰,۰۰۰۱ < ۰,۰۵$ می‌توان فرض صفر را رد کرد.	۰,۰۰۰۱	۲	۹۵,۱۱۶	۰,۰۰۰۱	۰,۴۳۸	میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی	جنسیت



فرضیه ۲: بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد. برای محاسبه‌ی ضریب هم بستگی بین این دو متغیر از ضریب هم بستگی I پیرسون و برای تعیین معناداری آن از آزمون فرضیه T استفاده می‌گردد. ضریب هم بستگی I پیرسون بر اساس خروجی $اس.پی.اس.اس.$ در جدول ۴ به نمایش درآمده است. لازم به توضیح است، ضریب هم بستگی I پیرسون بین -۱ تا ۱ می‌باشد و مثبت یا منفی بودن، نشان دهنده‌ی جهت رابطه است.

جدول ۴. هم بستگی پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

نتیجه آزمون معناداری	پایگاه اجتماعی - اقتصادی			نتیجه هم بستگی و جهت رابطه
	تعداد	Sig.	پیرسون I	
$۰,۰۶۲ > ۰,۰۵$ نمی‌توان فرض صفر را رد کرد	۳۹۰	۰,۰۶۲	-۰,۰۹۵	

ضریب هم بستگی I پیرسون $-۰,۰۹۵$ و مقدار P -value (sig)، $۰,۰۶۲$ محاسبه شده و از آنجا که این مقدار بزرگتر از $\alpha = ۰,۰۵$ است، فرض صفر آزمون معناداری را نمی‌توان رد کرد. با توجه به کوچک بودن ضریب هم بستگی می‌توان نتیجه گرفت، رابطه معناداری میان دو متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخ‌گویان وجود ندارد.

بررسی آماری رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی و ابعاد کلیشه‌های جنسیتی پاسخ‌گویان نشان داد، ارتباط بین این دو متغیر در دو بُعد نقش‌های اجتماعی و نقش‌های خانوادگی تأیید نمی‌شود اما در بُعد کلیشه‌های جنسیتی شخصیت تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، علی‌رغم تأیید نشدن رابطه‌ی کلی بین دو متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، در بُعد کلیشه‌های جنسیتی شخصیت، رابطه‌ی معنادار با پایگاه اجتماعی-اقتصادی پاسخ‌گویان دیده می‌شود، اگرچه این رابطه ضعیف است. مقدار I پیرسون برابر با $۰,۱۰۵$ است که نشان‌دهنده‌ی ارتباط ضعیف کلیشه‌های جنسیتی شخصیت و پایگاه اجتماعی-اقتصادی پاسخ‌گویان می‌باشد. جهت رابطه منفی است بدین معنا که رابطه‌ی معکوس بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی شخصیت پاسخ‌گویان وجود دارد.

فرضیه ۳: بین میزان تحصیلات و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد.

جدول ۵. جدول توافق میزان تحصیلات و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

کل	میزان تحصیلات						ضعیف	متوسط	شدید	کل
	فوق لیسانس و بالاتر	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	سیکل	ابتدایی				
۱۱۵	۲۵	۵۷	۱۴	۱۳	۴	۳	۰	۰	۰	ضعیف
۱۸۲	۴۳	۷۱	۲۰	۴۰	۶	۳	۰	۰	۰	متوسط
۱۰۳	۲۶	۲۷	۱۲	۲۶	۸	۳	۱	۱	۱	شدید
۴۰۰	۹۴	۱۵۵	۴۶	۷۹	۱۸	۷	۱	۱	۱	کل

در جدول ۶ نتایج خروجی اس.پی.اس.اس. برای ضریب توافق C و آماره کای اسکور برای آزمون معناداری و نیز مقدار sig آزمون ارائه شده است. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود، بین میزان تحصیلات و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۰،۲۲۶ رابطه وجود دارد که در سطح $p < ۰،۰۴۲$ معنادار است. هم‌چنین مقدار کای اسکور به دست آمده نیز در سطح کمتر از ۰،۰۴۲ معنادار است. لذا فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌شود. می‌توان گفت رابطه معناداری میان میزان تحصیلات و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخ‌گویان وجود دارد.

جدول ۶. همبستگی میزان تحصیلات و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

آزمون معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪				ضریب توافق پیرسون (C)		متغیر وابسته (ملاک)	متغیر مستقل (پیش‌بین)
نتیجه آزمون	P_value	مقدار آماره آزمون		P_value	مقدار		
		χ^2	$\frac{\chi^2}{df}$				
۰،۰۴۲ < ۰،۰۵ می‌توان فرض صفر را رد کرد.	۰،۰۴۲	۱۲	۲۱،۶۲۶	۰،۰۴۲	۰،۲۲۶	میزان تحصیلات	میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

از مقادیر سطر و ستون جدول ۵ مشخص می‌شود (۳۳) درصد افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند (فوق دیپلم و بالاتر)، کلیشه‌ها را در سطح ضعیف پذیرفته‌اند، (۴۵) درصد در سطح متوسط و (۱۷) درصد در سطح شدید. همین مقادیر برای افرادی که



تحصیلات دانشگاهی را تجربه نکرده‌اند (دیپلم به پایین)، معادل (۱۸) درصد در سطح پایین، (۴۶) درصد در سطح متوسط و (۳۶) درصد در سطح شدید می‌باشد. می‌توان این طور استنباط کرد که با افزایش تحصیلات، درصد افرادی که در سطح شدید کلیشه‌ها را پذیرفته‌اند، کاهش چشم‌گیری داشته است و به همان نسبت تعداد افرادی که کلیشه‌ها را در سطح پایین پذیرفته‌اند، افزایش یافته است. نتایج بررسی آماری، ارتباط بین ابعاد میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و میزان تحصیلات در دو بُعد شخصیت و نقش‌های خانوادگی را در آزمون معناداری تأیید کرده اما در بُعد کلیشه‌های جنسیتی نقش‌های اجتماعی تأیید نمی‌شود.

فرضیه ۴: بین وضعیت تأهل و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه وجود دارد. همانگونه که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، برای آزمون این فرضیه نیز، ابتدا جدول توافق این دو متغیر تشکیل شده و سپس از طریق ضریب توافق C میزان هم بستگی به دست آمد. در مرحله‌ی بعد، با استفاده از آزمون χ^2 معناداری آن بررسی شد.

جدول ۷. جدول توافق وضعیت تأهل و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

کل	وضعیت تأهل		میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
	متأهل	مجرد	
۱۱۵	۲۳	۹۲	ضعیف
۱۸۲	۳۷	۱۴۵	متوسط
۱۰۳	۲۲	۷۱	شدید
۴۰۰	۹۲	۳۰۸	کل

در جدول ۸، ضریب توافق C، ۰،۱۱۲، به دست آمده و مقدار آماری آزمون، معادل ۵،۱۰۳ با درجه آزادی ۲ محاسبه شده است. مقدار P-value (sig)، ۰،۰۷۸ است و از آنجا که این مقدار بزرگتر از $\alpha = ۰،۰۵$ است، نمی‌توان فرض صفر آزمون معناداری را رد کرد. می‌توان نتیجه گرفت، رابطه‌ی معناداری میان وضعیت تأهل و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخ‌گویان وجود ندارد. در بررسی ارتباط وضعیت تأهل و ابعاد کلیشه‌های جنسیتی، بین وضعیت تأهل و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی نقش‌های

خانوادگی رابطه معنادار دیده شد؛ هر چند هم بستگی نسبتاً ضعیفی (۰،۱۶۲) را نشان می‌دهد.

جدول ۸. هم بستگی وضعیت تأهل و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

آزمون معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪				ضریب توافق پیرسون (C)		متغیر وابسته (ملاک)	متغیر مستقل (پیش‌بین)
نتیجه آزمون	P_valu φ	مقدار آماره آزمون		P_value	مقدار		
		χ^2	$\frac{\chi^2}{df}$				
$0.078 > 0.05$ نمی‌توان فرض صفر را رد کرد.	۰،۰۷۸	۲	۵،۱۰۲	۰،۰۷۸	۰،۱۱۲	میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی	وضعیت تأهل

فرضیه ۵: بین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و میزان دین‌داری افراد رابطه وجود دارد. برای محاسبه‌ی ضریب هم بستگی بین این دو متغیر از ضریب هم بستگی Γ پیرسون و برای تعیین معناداری آن از آزمون فرضیه T استفاده می‌گردد. همان‌گونه که داده‌های جدول ۹ نشان می‌دهد، بین میزان دین‌داری و ابعاد کلیشه‌های جنسیتی ۰،۲۸۲، رابطه وجود دارد که در سطح $p < 0.0001$ معنادار است.

می‌توان نتیجه گرفت، رابطه‌ی معناداری میان دو متغیر میزان دین‌داری و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخ‌گویان وجود دارد. از آنجا که مقدار ضریب هم بستگی Γ پیرسون مثبت است، می‌توان دریافت که جهت آزمون مستقیم است، بدین معنا که با افزایش میزان دین‌داری، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی نیز افزایش و با کاهش یکی، دیگری نیز کاهش می‌یابد. با استفاده از ضریب تبیین (Γ^2) می‌توان گفت ۸ درصد از نوسان‌ها و تغییرهای میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، توسط دین‌داری توجیه و تبیین می‌شود.

جدول ۹. هم بستگی میزان دین‌داری و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

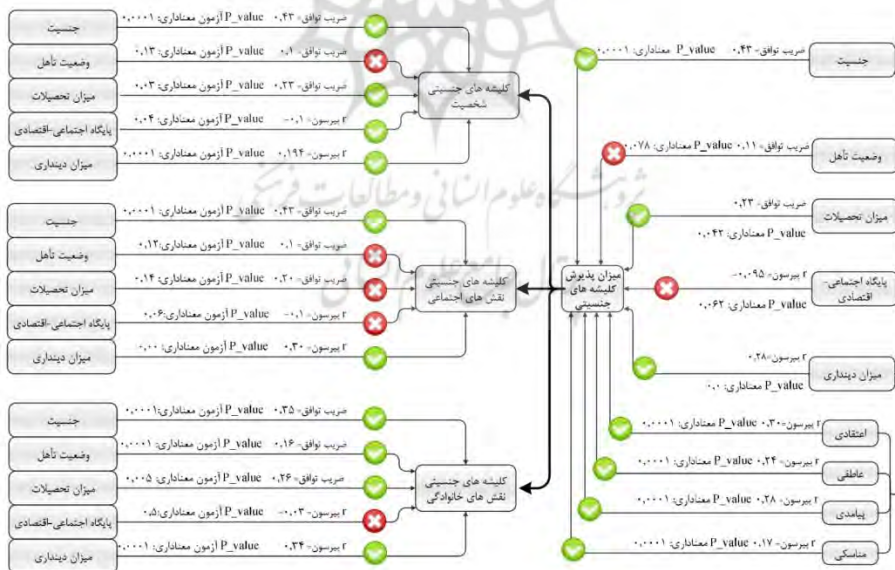
نتیجه آزمون معناداری	میزان دین‌داری			میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
	تعداد	Sig.	پیرسون Γ	
$0.0001 < 0.05$ می‌توان فرض صفر را رد کرد	۴۰۰	۰،۰۰۰۱	۰،۲۸۲	



می‌توان گفت میزان دین‌داری افراد، عامل مؤثری بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها است؛ اما این عاملی است که تنها ۸ درصد بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. از مستقیم بودن رابطه میان این دو متغیر می‌توان فهمید که افرادی که میزان دین‌داری بالاتری را نشان داده بودند، میزان پذیرش بیشتری نسبت به کلیشه‌های جنسیتی داشتند و افرادی که میزان دین‌داری پایین‌تری را نشان داده بودند، میزان پذیرش کمتری داشتند. از بین سه بُعد کلیشه‌های جنسیتی، نقش‌های خانوادگی ارتباط قوی‌تری را با میزان دین‌داری افراد نشان داد و بعد از آن نقش‌های اجتماعی و در آخر کلیشه‌های جنسیتی شخصیت.

با توجه به این نکته که مقیاس دین‌داری از چهار بُعد تشکیل شده است، ارتباط هر یک از ابعاد دین‌داری و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخ‌گویان نیز سنجیده شد. از بین ابعاد دین‌داری، بُعد اعتقادی بیشترین ارتباط ($r = 0.302$) را با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی دارد.

در انتها نتایج آزمون‌های انجام شده در شکل ۲ قابل مشاهده است.



شکل ۲. خلاصه نتایج آزمون‌های انجام شده

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی را در سه بُعد کلیشه‌های جنسیتی شخصیت، نقش‌های اجتماعی و نقش‌های خانوادگی مورد بررسی قرار دادیم. بر اساس یافته‌های تحقیق، تفاوت جنسیتی معناداری در زمینه کلیشه‌های جنسیتی بین زنان و مردان دیده شد. بدین معنی که علی‌رغم این که نصف پاسخ‌گویان نگرش بینابینی به کلیشه‌های جنسیتی دارند، اما در سطح ضعیف و شدید پذیرش کلیشه‌ها بین زنان و مردان تفاوت فاحشی دیده شد. در سطح ضعیف، اکثریت را زنان و در سطح شدید اکثریت را مردان تشکیل می‌دهند و این بدین معنی است که مردان بیشتری کلیشه‌های جنسیتی را باور داشته و یا نگاه کلیشه‌ای به مسئله جنسیت در خصوصیات شخصیتی، شغل‌های مناسب آن‌ها و به‌طور کلی حضور در اجتماع و در نهایت در وظایف و نقش‌هایی که زن و مرد در خانواده به عهده می‌گیرند، دارند. همان‌گونه که بیان شد، این تفاوت معنادار می‌تواند نشان‌دهنده‌ی آگاهی زنان و حرکت برای گذار از نگاه سنتی و کلیشه‌ای به نگاه غیرکلیشه‌ای به مسئله جنسیت و به‌طور خاص‌تر کلیشه‌های جنسیتی باشد.

حرکت زنان در این راستا و تفاوت نگرش آن‌ها به این مسئله نسبت به مردان را می‌توان با توجه به نکاتی چند تبیین کرد. با توجه به آثار و پیامدهای زیان‌باری که کلیشه‌های جنسیتی در یک جامعه دارد و این نکته که این کلیشه‌ها عامل تبعیض بین دو جنس هستند و در این میان ضربه‌ی اصلی متوجه زنان است (چرا که همان‌گونه که آندره میشل بیان می‌کند این کلیشه‌ها منجر به نابرابری بین زنان و مردان می‌شوند اما آثار زیان‌بار آن بر زنان منفی‌تر و بیشتر است زیرا آن‌ها در این کلیشه‌ها به صورت جنس ضعیف و فرودست مطرح می‌شوند)؛ تفاوت نگرش زنان و مردان قابل تبیین است. واقعیت این است که برای به دست آوردن نگرش و بینشی روشن نسبت به این مسئله، فقط تشخیص الزام و اهمیت آن و حرکت برای تغییر نگرش از سوی زنان، کار ساز نبوده و راه به جایی نمی‌برد؛ بلکه در وهله اول نیازمند درک اهمیت این مسأله از طرف تمام ارگان‌ها و نهادها و سپس برنامه‌ریزی و اقدام برای کاهش نگرش‌های کلیشه‌ای و به وجود آوردن نگرشی نوین در این زمینه است. راهکارهایی که در این زمینه می‌توان ارائه داد، شامل موارد زیر است:



۱. سازمان صدا و سیما یکی از ارگان‌های کلیدی در راه مبارزه با کلیشه‌های جنسیتی می‌باشد. رسانه جمعی نقش مهمی در بالا بردن سطح آگاهی مردم دارد و در این راه می‌تواند به ابزارهای مختلفی متوسل شود. این رسانه هم به طور مستقیم و هم به طور غیر مستقیم می‌تواند نقش خود را در این زمینه ایفا کند:

- به طور مستقیم با بالا بردن سطح آگاهی آن‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی
- به طور غیر مستقیم از طریق به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی در سریال‌ها و انیمیشن‌ها و ارائه تصویری خالی از تصورات قالبی

۲. کلیشه‌های جنسیتی در کتاب‌های درسی، افراد را از دوران کودکی با این تصورات آشنا و آن‌ها را در ذهنشان نهادینه می‌کند. می‌توان با به نمایش گذاشتن زنان و مردان در نقش‌های گوناگون و نه فقط محدود به نقش‌ها و شرایط خاص، از همان زمان که کودک وارد سیستم آموزشی می‌شود از شکل گرفتن کلیشه‌ها در ذهنش جلوگیری کرد.

۳. دانشگاه‌ها نیز می‌توانند نقش مهمی در جلوگیری از گسترش کلیشه‌های جنسیتی در بین دانشجویان داشته باشند. در این راستا دو اقدام از سوی دانشگاه‌ها ضروری به نظر می‌رسد. نخست این که دانشگاه‌ها باید مواد آموزشی مناسب از مجله و کتاب گرفته تا جلسات توجیهی، مشاوره و سیمینارهای آموزشی را برای دانشجویان فراهم نمایند و دانشجویان را نسبت به مفاهیم کلیشه‌های جنسیتی و اثرات آنان آشنا کنند. دوم این که خود دانشگاه باید در برخورد با دانشجویان پسر و دختر از انجام رفتارهای کلیشه‌ای پرهیز نماید.

هم‌چنین در این پژوهش، ارتباط بین متغیرهای جنس، میزان تحصیلات، پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده و وضعیت تأهل با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی سنجیده شد. متغیرهای جنس، میزان تحصیلات و پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده از نظریه جامعه‌پذیری جنسیت و وضعیت تأهل از نظریه نقش استخراج شده است. علاوه بر جنسیت، نتایج نشان می‌دهد که داشتن تحصیلات در نگرش افراد جامعه به مسئله جنسیت مؤثر است. یافته‌ها رابطه معناداری را در حالت کلی بین متغیرهای وضعیت تأهل و پایگاه اجتماعی- اقتصادی با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی نشان نداد.

به ارتباط معنادار جنسیت و میزان تحصیلات افراد با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها، نظریه جامعه‌پذیری می‌توان گفت، فرآیند اجتماعی شدن و فرهنگ جامعه که بر اساس آن، افراد جامعه‌پذیر می‌شوند تأثیر زیادی در شکل‌گیری کلیشه‌ها و میزان پذیرش آن‌ها در فرد دارد. توضیح آن‌ها بر اساس نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، موقعیت جنسی فرد (زن یا مرد بودن) از بدو تولد موجب می‌شود که افراد مجموعه‌ی متفاوتی از ویژگی‌ها و رفتارهای شایسته‌ی زنانه/مردانه را از کودکی و در فرآیند جامعه‌پذیری، بر اساس محتوای فرهنگی و اجتماعی جامعه (سنت‌ها، ارزش‌های فرهنگی و دینی) و از طریق نهادهای گوناگون (خانواده، رسانه، گروه هم‌سالان و نظام آموزشی) فراگیرند و در ذهنشان نهادینه شود و به هنگام ایفای نقش‌هایشان به آن‌ها عمل نمایند. بنابراین عوامل تأیید شده از بدو تولد و در فرآیند اجتماعی شدن، ذهنیت‌های ما را در مورد مسائل مختلف و از جمله زنان و مردان و به طور خاص‌تر کلیشه‌های جنسیتی می‌سازند. فرآیند اجتماعی شدن به دلیل شروع از بدو تولد هر فردی، مقدم بر وضعیت تأهل و پایگاه اجتماعی-اقتصادی (که حاصل موقعیت شغلی، تحصیلی و درآمد است) فرد است که در دوره‌ی معینی به آن‌ها دست پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، فرآیند جامعه‌پذیری (اجتماعی شدن) و محتوا یعنی فرهنگ جامعه، بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی در ذهنمان و به دنبال آن، میزان پذیرشمان دارد.

یکی از متغیرهای دیگر تحقیق، میزان دین‌داری افراد و تأثیر آن در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی می‌باشد. این متغیر از نظریه جامعه‌پذیری استخراج شده است، چرا که در تعریف جامعه‌پذیری گفته شد، فرآیندی است که طی آن عناصر اجتماعی و فرهنگی درونی می‌شوند و فرد را برای زندگی گروهی آماده می‌کنند و دین یکی از این عناصر است. در بررسی رابطه بین این دو متغیر، یافته‌ها وجود رابطه‌ی معنادار را تأیید می‌کنند. بدین معنی که میزان دین‌داری افراد به عنوان عاملی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی آن‌ها شناخته می‌شود. عاملی که نقش آن هشت درصد است. وجود رابطه مستقیم بین این دو متغیر نیز حاکی از این است که کسانی که میزان دین‌داری بالاتری دارند، کلیشه‌های جنسیتی را بیشتر از کسانی که میزان دین‌داری پایین‌تری دارند، پذیرفته‌اند. با توجه به این نتیجه‌ای که از تحقیق به دست آمده، می‌بایستی توضیحی در رابطه با این نتیجه‌ی تجربی ارائه کرد. منظور از میزان دین‌داری



افراد در تحقیق حاضر که در چهار بعد « اعتقادی، عاطفی، پیامدی و مناسکی » مورد بررسی قرار گرفت، عبارت است از «میزان علاقه، احترام، اعتقاد و پایبندی افراد به دین». به عبارت دیگر، مبنای سنجش دین‌داری افراد در این تحقیق، درک مردم عادی از دین است.

بر این اساس، نمی‌توان گفت دین‌داری به معنای اعم و کلی منجر به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی می‌شود. بلکه باید اذعان کرد، آنچه ارتباط کلیشه‌های جنسیتی با آن به صورت کمی و تجربی تأیید شده، نوع خاصی از دین‌داری عرفی و از نظر توده مردم است. چه بسا، اگر افراد نمونه‌ی این تحقیق را، افراد متخصص در زمینه دین (به طور خاص روحانیون) تشکیل بدهند، نتایج حاصله با نتایج تحقیق حاضر متفاوت باشد؛ و یا اگر انواع دین‌داری‌های دیگر را در نظر گرفته و ارتباط آن را با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بسنجیم، چنین مدلی را نقض کند. همان‌گونه که میرسندهی در سال ۱۳۸۴، تقسیم‌بندی‌های متفاوتی را به عنوان انواع دین‌داری در نظر گرفته است: انواع دین‌داری مبتنی بر تطور تاریخی ادیان (مسیحیت و اسلام)، تقسیم‌بندی دین‌داری مبتنی بر دین‌داری رسمی / غیر رسمی، دینداری مبتنی بر پایگاه و طبقه اجتماعی (دهقانان، طبقات جنگجو، دیوان‌سالاران، بازرگانان و روشن‌فکران)، انواع دین‌داری مبتنی بر نگاه به دنیا (دنیاگرایانه، آخرت‌گرایانه و واقع‌گرایانه)، دین‌داری مبتنی بر دین‌اصیل / تحریف شده، تقسیم‌بندی دین‌داری مبتنی بر محوریت ایمان (اعمال و شعائر، ایده‌ها و عقیده‌ها و تجربه‌های دینی)، دین‌داری عالمانه/عامیانه، دین‌داری مصلحت‌اندیش، دین‌داری معرفت‌اندیش و دین‌داری تجربت‌اندیش. (میرسندهی، ۱۳۸۴). بنابراین این احتمال را باید در نظر گرفت که در صورت انجام پیمایش با در نظر گرفتن هر کدام از انواع دیگر دین‌داری، نتیجه‌ی به دست آمده در تحقیق مذکور نقض شود.

منابع

- ابوت، پاملا و والاس کلا. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی زنان، (منیژه نجم عراقی)، تهران، نی. افروغ، عماد. (۱۳۷۳). دین و قشربندی اجتماعی، تهران، راهبرد.
- آذربایجان، مسعود و محمد کاویانی و محمدرضا سالاری فر و سید مهدی موصوی اصل و اکبر عباسی. (۱۳۸۲). روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، تهران، سمت.

- بیکر، ترزال. (۱۳۷۷). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، (هوشنگ ناییب)، تهران، روش.
- توسلی، غلام عباس. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی دین، تهران، سخن.
- حقیقی نسب، منیژه و شهره هدایتی. «مطالعه تصویرسازی نقش جنسیت در آگهی‌های بازرگانی سیمای جمهوری اسلامی ایران»، مطالعات زنان، شماره ۷: ۵۰-۳۳.
- راس، آلن. (۱۳۷۳). روان‌شناسی شخصیت (نظریه‌ها و فرایندها)، (سیاوش جمال‌فر)، تهران، بعثت.
- ریاحی، محمد اسماعیل (۱۳۸۶). «عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی (مطالعه موردی جوانان کارآموز در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران)»، پژوهش زنان، شماره ۱: ۱۳۶-۱۰۹.
- ساروخانی، باقر (۱۳۴۸) «عقاید قالبی». نامه علوم اجتماعی، شماره ۳: ۱۱۷-۱۱۱.
- سراج‌زاده، حسین. (۱۳۸۴). چالش‌های دین و مدرنیته، تهران، طرح نو.
- شیبلی‌هاید، جانت. (۱۳۸۷). روان‌شناسی زنان، سهم زنان در تجربه بشری، (اکرم خمسه). تهران، آگه و ارجمند.
- صادقی فسایی، سهیلا و شیوا کریمی (۱۳۸۴). «کلیشه‌های جنسیتی سریال‌های تلویزیونی ایرانی»، پژوهش زنان، شماره ۳: ۸۹-۵۹.
- قصابی، رضوان (۱۳۸۶). بررسی اثرات دینداری بر بیگانگی اجتماعی، کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- کریمی، فاطمه (۱۳۸۷). عوامل مؤثر بر میزان شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی در بین دختران ۱۵-۱۸ ساله دبیرستان‌های شهرستان روانسر، کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه علامه طباطبایی.
- گولومبوک، سوزان و رایین فی وش. (۱۳۸۴). رشد جنسیت، (مهرناز شهرآرای). تهران، ققنوس.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). جامعه‌شناسی، (منوچهر صبوری). تهران، نی.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۸۸) نتایج کلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهر تهران (مناطق ۲۲گانه) سال ۱۳۸۵، تهران، دفتر ریاست، امور بین‌الملل و روابط عمومی.
- معینی‌فر، حشمت‌السادات (۱۳۸۸). «بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در رسانه (مطالعه موردی صفحه حوادث روزنامه همشهری)»، تحقیقات فرهنگی، شماره ۷: ۱۹۷-۱۶۷.



- ملکیان، مصطفی. (۱۳۸۵). مشتاقی و مهجوری، تهران، نگاه معاصر.
- میرسندسی، سید محمد (۱۳۸۴). مطالعه میزان و انواع دینداری دانشجویان، رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- میشل، آندره. (۱۳۷۶). پیکار با تبعیض جنسی، (محمد جعفر پوینده). تهران، نگاه.
- Correll, S.J. (2001). Gender and the Career Choice Process: The Role of Biased Self Assessments. *American Journal of Sociology* 106, 1691–1730.
- Elkin, F. and Handel G. (1972). *The Child and Society: The process of Socialization*, New York: Random House.
- Lauzen, M.M. and Dozier, D.M., Horan, N. (2008). Constructing Gender Stereotypes Through Social Roles in Prime-Time Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 52, 200–214.
- Stanley L. and Wise S. (2002). What's wrong with Socialization? In: S. Jackson and S.
- Taylor, F. (2003). Content Analysis and Gender Stereotypes in Children's Books. *Teaching Sociology* 31, 300–311.
- Williams, J.E. and Best, D.L. (1990). *Measuring sex stereotypes: a multination study*. Newbury Park: Sage Publications.