

موانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی

محسن عامری

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق mohsenamerishhah@yahoo.com

مریم سهرابی رنانی

دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی

واحد علوم و تحقیقات اصفهان mitmehr56@yahoo.com

مهدی حسینی راد

دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان

mahdihoseinirad@gmail.com

فاطمه دانی

کارشناسی ارشد امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

talaameri@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

چکیده

میزان نقش و مشارکت زنان در جامعه به ویژه در زمینه های فرهنگی، اجتماعی تا حد زیادی به برخورد و نگرش آن جامعه نسبت به زنان بستگی دارد. در صورتی که به زن به عنوان نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، حضور و مشارکت حقیقی زنان در عرصه های مختلف فعالیت ها افزایش می یابد. مشارکت فعال زنان، در فعالیتهای فرهنگی جامعه مسئله ای است که از دیر باز با موانع و مشکلات فراوانی روبه رو بوده است. به طوری - که این موانع در قالب های مختلف فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و... جلوه نموده است و هر کدام می توانند در میزان مشارکت زنان در فعالیت ها موثر باشند. از این رو هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر «فرهنگ مردسالاری» و «رسانه های همگانی با تأکید بر برنامه های تلویزیون» به عنوان برخی از موانع فرهنگی مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان از دیدگاه زنان این شهر بود. جامعه آماری کلیه زنان شهر خوراسگان شامل ۲۷۱۹۹ نفر بودند که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه ۳۷۸ نفر آنها به عنوان نمونه با روش نمونه گیری تصادفی چند مرحله ای متناسب با حجم نمونه انتخاب شدند. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط اساتید صاحب نظر در این زمینه تأیید شد. اعتبار ابزار اندازه گیری با استفاده از آلفای کرونباخ معادل ۰/۸۲ برآورد گردید که حاکی از اعتبار قابل قبول ابزار اندازه گیری است. تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفت. یافته های پژوهش نشان داد که نقش مردسالاری، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی، بالاتر از سطح متوسط بوده است. همین طور برنامه های تلویزیون بیش از حد متوسط به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگسراهای شهر خوراسگان نقش داشت.

واژگان کلیدی: موانع فرهنگی، مشارکت، زنان، فعالیتهای فرهنگی، تلویزیون

مقدمه

بیان مسئله

یکی از مهم‌ترین مسائل جهانی که ارتباط ملموس با اندیشه‌ها و باورهای جامعه ایران دارد، موضوع مشارکت زنان و مسائل پیرامون آن است. کسانی که با مسائل خبری و فرهنگی در ارتباط می‌باشند این مسئله را واقعیتی تردیدناپذیر می‌دانند، چنانچه به دلیل بروز تحولات و دگرگونی‌های ژرف و متعدد در ساختار فرهنگی و اجتماعی جوامع گوناگون انسانی در صد سال اخیر مشارکت زنان را به بحثی هر روزه و قابل توجه تبدیل کرده است.

از جمله معیارها برای سنجش درجه‌ی توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارند. اندیشمندان، انسان را محور توسعه می‌دانند و معتقدند که درجه‌ی توسعه‌یافتگی جوامع بستگی به استفاده‌ی بهینه از تمامی توان نیروی انسانی آن‌ها دارد. با توجه به این که زنان نیمی از نیروی انسانی جوامع بشری را تشکیل می‌دهند، میزان حضور و مشارکت آنان در فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تأثیر به‌سزایی در درجه‌ی توسعه‌یافتگی کشورها دارد. از این رو، امروزه تقریباً در تمام کشورها بر به‌کارگیری نیروی زنان برای نیل به توسعه تأکید شده است. (زاهدی ۱۳۸۶).

«هر گونه عضویت در یک فعالیت یا یک فرآیند را می‌توان مشارکت تلقی نمود. این عضویت می‌تواند فکری، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و یا سیاسی صورت گیرد. به طور کلی می‌توان گفت که، مشارکت تعهدی فعالانه، آگاهانه، آزادانه و مسئولانه می‌باشد که در جهت معنی دادن به عمل و حرکت اجتماعی می‌باشد و با شرکت کردن اشخاص در فعالیت‌های گروهی در جهت دستیابی به هدف‌های گروهی تحقق می‌یابد» (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵، ص ۱۸).

میزان نقش و مشارکت زنان در جامعه به ویژه در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی تا حد زیادی به برخورد و نگرش آن جامعه نسبت به زنان بستگی دارد. در صورتی که به زن به عنوان نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، حضور و مشارکت حقیقی زنان در عرصه‌های مختلف فعالیت‌ها افزایش می‌یابد. مشارکت فعال زنان، در فعالیت‌های فرهنگی جامعه مسئله‌ای است که از دیر باز با موانع و مشکلات فراوانی روبه‌رو بوده است. به طوری که این موانع در قالب‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و... جلوه نموده است و هر کدام می‌توانند در میزان مشارکت زنان در فعالیت‌ها موثر باشند.

موقعیت اجتماعی افراد و متغیرهای مربوط به آن مانند سواد، وضعیت خانواده، میزان دسترسی به مراکز فرهنگی، ارتباطات اجتماعی، مذهب، وضعیت تأهل، قومیت، هنجارها و سنت‌ها و رسانه‌ها و... از جمله عواملی هستند که بر میزان مشارکت آن‌ها تأثیر گذارند. فرهنگ مردسالاری پدیده‌ای است که پیوندی تنگاتنگ با ساختارهای فرهنگی- اجتماعی جوامع دارد و نقش گسترده‌ای در میزان مشارکت زنان در جامعه دارد. در جوامع سنتی، فراوانی و شدت این فرهنگ بیشتر از جوامع توسعه یافته و مدرن است و دلیل این تفاوت را می‌توان در نفوذ و چیرگی ساختارهای شکل گرفته بر پایه‌ی پدرسالاری و پذیرش این امر در عرصه‌های فرهنگی جستجو کرد. در این جوامع فرهنگ مردسالار، فرهنگی مشروع و غیرقابل انکار است؛ بنابراین می‌توان با جرأت اذعان نمود که این فرهنگ به عنوان فرهنگی که از همان ابتدای شکل‌گیری فرد (زن) بر او حاکم است، نظامی است سلطه‌گرانه و به نحوی اعمال قدرت می‌نماید و افراد را در نقش‌های ساخته شده‌ای قرار می‌دهد که تخطی از

اجتماعی و فرهنگی در جامعه شده است (صدادقتی فرد و ارجمند، ۱۳۸۹).

از دیگر عوامل تأثیرگذار در مشارکت فرهنگی زنان، می‌توان به رسانه‌های جمعی، مخصوصاً تلویزیون اشاره کرد. اهمیت و نقش برنامه‌های تلویزیون در ایجاد مانع برای فعالیت زنان در بین دیگر رسانه‌ها به جهت فراگیری این رسانه، قابلیت دسترسی بیشتر آن و دامنه نفوذ از جهت ویژگی مهم آن (دیداری- شنیداری) است.

امروزه رسانه‌های جمیع از جمله قدرتمندترین عوامل در ایجاد ارتباطات اجتماعی، انتقال و نشر انواع دانش‌ها و پیام‌ها و ایجاد دگرگونی‌های وسیع در نگرش‌های جمیع به شمار می‌آیند (زاهدی، ۱۳۸۸).

گیدنز معتقد است: «رسانه‌ها نیروی محرک و تهدید کننده فرهنگ هستند. رسانه‌های جمعی خواه ناخواه در برابر فرهنگ، مسوولیتی عظیم، بر عهده دارند، زیرا تنها آن را انتقال نمی‌دهند، بلکه محتوای آن را نیز انتخاب می‌کنند و سرچشمه آن هستند. رسانه، گذشته از آن که خود یک فرهنگ غالبی را ترویج می‌کند، از عناصر فرهنگ ساز است. رسانه‌ها، آینه تمام و کمال فرهنگی کلی جامعه می‌باشند و نقش فرهنگ سازی و همبستگی اجتماعی در ذات یک رسانه نهفته است. رسانه‌ها با انعکاس داده‌های فرهنگی یک جامعه بایستی کوشش کنند که مینیاتوری از فرهنگ کلی جامعه باشند. رسانه‌ها، با ایجاد روابط پویا با عناصر گوناگون نظام اجتماعی و فرهنگی، به انباشت حافظه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه کمک کرده و فرهنگ را شکل می‌دهند. رسانه‌ها به عنوان پل ارتباطی میان نخبگان و جامعه، نقش آفرینش فرهنگی را بازی نموده و مشارکت فرهنگی را نهادینه می‌سازند» (آغاز و جعفر نژاد، ۱۳۸۶، ص ۹۲).

«تلویزیون به عنوان یکی از قویترین و تاثیرگذارترین عناصر، در شکل گیری رفتار، عقاید،

آنها به ایستادن در برابر فرامین الهی و قوانین طبیعی تلقی می‌گردد (گیدنز، ۱۳۸۰).

ساروخانی در ارتباط با فرهنگ مرد یا پدرسالاری معتقد است که «این مفهوم به خانواده و جامعه‌ای اشاره دارد که در آن یک مرد حکومت می‌کند. بدین سان پدرسالاری نه تنها حاکمیت مرد در خانه، بلکه حکومت مردان در جامعه را نیز می‌رساند و نه تنها دارای ابعاد سیاسی، نظامی و تربیتی است بلکه بر انتقال میراث و اقتدار مردان بر زنان و به طور کلی تفویض اقتدار در خانه از هر جهت با مرد است، چه پدر و چه بزرگ‌تر دیگر» (۱۳۷۰، ص ۱۳۹).

نگرش مردسالارانه موجود در جامعه در ابعاد مختلفی تأثیر گذار است. از جمله قائل نبودن حقوق برابر برای زنان و مردان، عدم پذیرش زنان در نقش‌های جدید در جامعه، داشتن باورهای کلیشه‌ای در خصوص زنان مانند داشتن نگاه احساسی و یا ضعف در تصمیم‌گیری و یا کمبود دانش و غیره، عدم استفاده از نظر زنان در تصمیم‌گیری‌ها در بسیاری از محیط‌های کاری و یا حتی خانواده‌ها (صالحی امیری، ۱۳۸۸، ص ۲۲۱).

فرهنگ مردسالاری فرصت و امکان فعالیت و ورود به عرصه فرهنگی- اجتماعی را با ایجاد موانعی از قبیل ناتوانمند و ضعیف بودن، اهمیت نداشتن این نوع فعالیت‌ها برای زنان، لزوم کسب اجازه از مردان برای خارج شدن از خانه، ناپسند دانستن اختلاط زنان با مردان در اجتماع، جلوگیری از پیشرفت فرهنگی- اجتماعی آنها به خاطر نگرانی از اطاعت نکردن از مردان و ... مهیا نمی‌سازد، یا اگر مهیا سازد شرایط ورود به آن سخت خواهد بود. به طور کلی حاکمیت نگاه مردسالارانه، تفکر غالب به توانایی مرد در برابر زن، تصویری که زنان به لحاظ مسئولیت‌های خانوادگی و خانه‌داری دارند و همچنین عدم خودباوری زنان باعث کم رنگ شدن حضور آنها در عرصه‌های

ای ارزش‌های مسلط در جامعه را در سطح فرهنگ بازتاب می‌دهند. رسانه‌ها به سبک جامعه، به طور کلی زنان را تحقیر می‌کنند یا نقش آنان را تقلیل می‌دهند. زنان به صورت اسباب بازی‌های تزئینی که باید از آنها مراقبت شود، ظاهر می‌شوند و با دیوارهای خانه در قالب موجوداتی حاشیه‌ای، خانه‌نشین، منفصل و از نظر سمبلیک غایب محسوب می‌شوند (صالحی امیری، ۱۳۸۶).

نگاهی به فعالیت‌های تولیدی سال‌های اخیر تلویزیون ایران، بیانگر تأثیر مسائل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و نگرش‌های سنتی جنسیتی بر تولیدات این رسانه است. در اغلب این آثار یا زنان اساساً دیده نمی‌شوند و یا در مسیر تحکیم باورهای سنتی در نقش‌های محقر و موهن نقش‌آفرینی می‌کنند، توانمندی‌های علمی اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و اقتصادی زنان یا طرح نمی‌شود و یا گاه به مناسبتی آن‌چنان اغراق‌آمیز بیان می‌شود که در باور خود زنان نیز نمی‌گنجد. در این آثار عمده مسایل مبتلا به زنان خودنمایی، آرایش و بهره‌برداری از زن بودن خویش، تجمل‌پرستی و ریا، خرافه‌پرستی و ترویج آن در میان هم‌جنسان، رقابت غیراصولی در کسب قدرت در منزل و جامعه است. این تولیدات به ویژه در سال‌های اخیر که تولیدکنندگان در رقابت با هم‌تایان ماهواره‌ای خود، تولیداتی دور از واقع و انتزاعی داشته و از واقعیات جامعه بسیار دور گشته‌اند، بیش از پیش، حقوق انسانی و اجتماعی زنان را زیر پا گذاشته و از آنان به عنوان کالای جنسی در تولید فیلم و نماهنگ بهره جسته و جوانان جامعه را در معرض ارزش‌ها و باورهای قرار داده که نه با واقعیت انسانی آنان و نه حتی با ارزش‌های سنتی و دینی منطبق هستند. در این میان با توجه به روند رو به افزایش اهتمام جوامع به مسائل زنان و تلاش در بهره‌گیری مطلوب از توانمندی‌های علمی و تخصصی آنان در توسعه فرهنگی و اجتماعی،

عواطف و روابط فردی و اجتماعی انسان‌ها، نقش عمده‌ای بازی می‌کند. از جنبه مثبت آن، تلویزیون به مثابه یک دانشگاه عظیم که هم تأثیر کوتاه مدت و هم دراز مدت دارد، عمل می‌کند. از طریق تلویزیون می‌توان جامعه‌ای را هدایت کرد، آموزش‌های صحیح و لازم به زنان داد، سرگرمی و اشتغال ذهنی جذاب و لذتبخش برای آنان ایجاد کرد، سطح دانش و بینش آن‌ها را به نسبت هویت و شخصیت خود افزایش داد (شاملو، ۱۳۸۰). مسلم آن است که تلویزیون جزء جدانشدنی زندگی مدرن کنونی است. بین آنچه که واقعیت است و در خارج از ذهن افراد به وقوع می‌پیوندد و آنچه که ذهنیت افراد نسبت به آن است، شکاف و فضایی وجود دارد که ساخته عملکرد برنامه‌های تلویزیون است و مصرف‌فرآورده‌های فرهنگی آن در درازمدت و میان‌مدت در اندیشه و نگرش مخاطبین تأثیر می‌گذارد. تلویزیون همچنین از طریق برجسته کردن، هدایت دادن، پررنگ کردن و یا به حاشیه بردن و کم رنگ کردن امور و رویدادها، دستور کاری برای ذهن و ارتباط با محیط اجتماعی فراهم می‌آورند. به عبارتی برنامه‌های تلویزیون ممکن است نتوانند بگویند چگونه فکر کرد، ولی آن‌ها می‌گویند به چه چیزهایی باید فکر کرد. علی‌رغم سهم ویژه تلویزیون در جوامع گوناگون در شناخت‌ها و نگرش‌های عموم، متأسفانه نگاه جنسیتی که در آن اکثراً زنان باید در نقش همسر، مادر، کدبانو ظاهر شوند و در جامعه پدرسالارانه سرنوشت خود را بپذیرند، باعث انتقادهایی شده است. این در حالی است که انسان‌ها ناگزیرند برای آگاهی، به عنوان منبع اطلاعاتی که برد محدود حواس طبیعی را تا دورها افزایش می‌دهند، به آن متکی باشند و شناخت و معرفت خود را بر پایه عملکردهای آن‌ها قرار دهند (میرسعید قاضی و اسماعیلی، ۱۳۸۱).

تاکنون^۱ بر پایه نظریه «فناوری نمادین زنان»^۲ مطرح می‌کند که رسانه‌ها به عنوان مولد فرهنگ توده-

تلویزیونی از نگاه مردم» به این نتایج رسید که؛ ۶۶ درصد پاسخگویان اظهار داشتند که در برنامه‌های تلویزیون، نقش زنان بیشتر در امور خانه‌داری نشان داده شده و حضوری فعال در سطح جامعه ندارند. ۸۵ درصد پاسخگویان نیز پاسخ دادند تلویزیون خصوصیات زنان را در فیلم‌ها و سریال‌ها به شکلی منفی نمایش می‌دهد. اعزازی (۱۳۸۰) در تحقیق خود با عنوان «گزارش تحلیلی از سریال‌های تلویزیونی» به این نتیجه رسید که مردان و پسران در تحلیل و مطالعه در یک‌صد و دوازده فیلم و داستان کوتاه و سریال تولید داخلی پخش شده از تلویزیون ایران، نقش‌های متنوع‌تری از زنان و دختران داشتند. در حالی که زنان در فعالیت فرهنگی - اجتماعی کمتر شرکت داشته، اما مردان بارها و در اشکال متنوع در حال فعالیت دیده می‌شدند. مانی فر (۱۳۸۳) در موضوع تحقیق خود با عنوان «هنجارها در رسانه ملی» به این نتیجه رسید که در فیلم‌ها مردان دارای حاکمیت بودند. قهرمانان اول بیشتر از میان مردان و پسران انتخاب شده بودند و پسران هم نقش‌های اجتماعی بیشتر و متنوع‌تری نسبت به زنان و دختران داشتند. غلامرضایی (۱۳۷۶) در تحقیق با عنوان «موانع موجود در جریان مشارکت اجتماعی دختران روستایی و برخی راهکارهای آن» به این نتیجه رسید که سنتی و پدرسالارانه بودن فرهنگ جامعه روستایی، برداشت‌های غلط مردان از سنت‌ها، وجود تعصب‌های نادرست، اعتقاد به پسرسالاری و تلقی زن به عنوان جنس دوم، باعث شکل‌گیری فرهنگ مخالفت با فعالیت زنان در خارج از خانه می‌شود و همین امر به منفعل و متکی بار آمدن دختران و زنان روستایی می‌انجامد.

صفری شالی (۱۳۸۷) در یافته‌های پژوهشی خود با عنوان «عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی» به این نتیجه رسید که موانع عمده‌ای برای

ضروری است نقش رسانه‌ها خصوصاً تلویزیون به عنوان ابزاری موثر در اصلاح نگرش سنتی به زنان و معرفی توانمندی‌های اجتماعی آن‌ها و یا تعمیق ارزش‌ها و باورهای سنتی درباره زنان به طور مستمر مورد مطالعه قرار گیرد» (قلی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۶).

تشخیص آسیب‌ها با توجه به ملاک‌ها و معیارهای فرهنگی و ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر جامعه صورت می‌پذیرد. این مهم امروزه از طریق رسانه‌ها و ابزارهای اطلاعاتی نظیر رایانه، ماهواره و دیجیتالی کردن فناوری‌ها صورت می‌پذیرد. آسیب‌های فرهنگی که به واسطه کژ کارکردی وسایل ارتباط جمیع و ابزارهای پیام‌رسانی ایجاد می‌شود، به جهت وسعت و سیطره‌ی تنوع و تعدد ابزارهای فرهنگی از گستره و عمق تخریبی بالایی برخوردار است، که دامنه آسیب‌رسانی آن محدود به جنسیت خاصی نمی‌باشد، اما از آنجا که تبعات آسیب به مردان جامعه نیز به دلایل نقش‌های متعدد و چند گانه آنان، در جامعه زنان انعکاس بیشتری می‌یابد، شناخت آسیب‌ها و موانع ایجاد شده از تولیدات رسانه‌ای راه، در جهت پیشگیری از روند روبه رشد آسیب‌دیدگی فرهنگی زنان برای کلیه محققان و برنامه‌ریزان فرهنگی ضروری گردانیده است (رضایی و کاظمی، ۱۳۸۷).

موضوعاتی از جمله مشارکت زنان، حقوق، مشکلات شغلی، موانع فرهنگی و هنجارهای نادرست در مورد زنان از مسائل مورد بحث اندیشمندان و محققان اجتماعی است. در کشور در حال گذار ایران از سنتی به مدرن نیز، نیاز به نیروی انسانی زنان بیشتر احساس شده است و همین احساس، بسیاری را بر آن داشته که موضوع تحقیقات خود را در زمینه مسائل فرهنگی زنان از جمله مشارکت آن‌ها در فعالیتهای مختلف اجتماعی - فرهنگی و شناسایی موانع پیش روی آن‌ها متمرکز کنند. پیر حیاتی (۱۳۷۳) در تحقیقی با موضوع «چگونگی ارائه شخصیت زن در برنامه‌های

ترویجی» که به روش توصیفی-پیمایشی انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که مهم‌ترین موانع مشارکت زنان روستایی بعد فرهنگی دارند. آداب و رسوم و اعتقادات سنتی حاکم بر منطقه روستایی، اشتغال زنان به فعالیت‌های سخت، تربیت فرزندان، بی‌سوادی یا کم سوادی زنان، عدم رضایت همسر جهت حضور در برنامه‌های آموزشی-ترویجی و تمسخر و ایراد اهالی از مهم‌ترین عوامل و موانع مورد شناسایی در این مطالعه بود. از دیگر نتایج این بررسی این واقعیت بود که جدی‌ترین موانع مشارکت زنان روستایی ریشه در مشکلات فرهنگی دارند.

علاوه بر پژوهش‌های صورت گرفته در ایران، در تحقیقات خارج از کشور نیز به وفور به موضوع زنان و مسائل مرتبط پرداخته شده است. سیلورستاین^۳ (۱۹۸۶) در تحقیقی بر روی گزارش‌های تلویزیونی به این نتیجه دست یافت که در گزارش‌های تلویزیونی به ندرت مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی زنان نشان داده می‌شد. اغلب گزارش‌ها بدین نحو بود که زن یا دختری جوان برای دیدار دوستان، خرید یا تفریح از خانه خارج می‌شدند. موقعیت شغلی زنان در صورت داشتن شغل، در سطح پایینی بوده و مردان، قدرتمندتر از زنان و زنان غالباً در حل مشکلات خویش نیازمند مردان بودند.

جی^۴ (۲۰۰۱) تحقیقی با موضوع «نگرش‌های مردان متخصص در مورد برابری جنسیتی و نژادی» انجام داد. به این نتیجه رسید که نگرش‌های مردان نسبت به نابرابری جنسیتی و نژادی پیامدهایی از جمله نگرش سنتی نسبت به نقش‌های زنانه به دنبال دارد.

کمیته تحقیقات تلویزیون کانادا (CRTC)^۵، سال ۱۹۹۸ در گزارشی تحلیلی از تصاویر نمایش داده شده از زن و مرد در تلویزیون‌های انگلیسی زبان و فرانسوی زبان، چنین گزارش داد: «در تلویزیون‌های انگلیسی زبان، زنان بیشتر در نقش‌هایی چون حضور در محیط

بالا نرفتن مشارکت زنان در امور مختلف وجود دارد از جمله می‌توان به موانع آموزشی و پایین بودن سطح سواد زنان اشاره کرد. همچنین بعضی از خانواده‌ها به لحاظ وجود برخی باورهای فرهنگی، اجازه رفتن به شهر را جهت ادامه تحصیل به دخترانشان نمی‌دهند. باورهای فرهنگی مرتبط با جنسیت (برتری مرد بر زن در تصمیم‌گیری و باور به تبعیت زن از مرد) در میان زنان روستایی مورد مطالعه نسبتاً بالاست. بوذرجمهری (۱۳۸۸) در پژوهش خود تحت عنوان «ارزشیابی طرح تسهیل گران زن روستایی در ایجاد ارتباط دو سویه و افزایش مشارکت زنان روستایی در عرصه‌های مختلف توسعه روستایی» مهم‌ترین موانع و مشکلاتی که از سوی تسهیل گران مطرح شده، مقاومت فرهنگی مردان و وجود تعصبات غلط در بین روستائیان است که مانع فعالیت زنان روستایی و تسهیل گران می‌شود. همچنین در یافته‌های خود به این نتیجه رسید که بی‌سوادی و پایین بودن سطح سواد زنان باعث شده است که آن‌ها نیاز چندانی به مشارکت در دوره‌های آموزشی و ترویجی احساس نکنند یا نتوانند از فواید این دوره‌ها بهره‌مند شوند. صالحی امیری (۱۳۸۸) در پژوهش خود با عنوان «نقش زنان در برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور: چالش‌ها و راهبردها» نتیجه گرفته است که در مجموع، مشکلات و موانع مربوط به مشارکت زنان در روند توسعه، ناشی از ۳ عامل عمده فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است؛ که در زمینه موانع فرهنگی به این نتیجه رسید که نگرش‌ها و برخوردهای منفی در سطوح مختلف جامعه، تبعیض جنسیتی، سقف شیشه‌ای، نگرش‌های مردسالارانه، عدم آگاهی زنان از حقوق مختلف خود در اجتماع و باورها و اعتقادات غلط در میان عموم جامعه نسبت به مشارکت زنان باعث نقش کم‌رنگ زنان در فعالیت‌ها خواهد شد. میرک زاده (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «واکاوی موانع مشارکت روستایی در برنامه‌های آموزشی و

سؤالهای پژوهش

- سؤالهایی که این پژوهش به منظور پاسخگویی به آنها تدارک دیده شده به شرح زیر است:
۱. آیا فرهنگ مردسالاری مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان است؟
 ۲. آیا برنامههای تلویزیون مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را زنان شهر خوراسگان از مقطع سنی ۱۵ تا ۴۹ سال تشکیل داده اند؛ که تعداد آنها ۲۷۱۹۹ نفر می باشد. جهت تعیین حجم نمونه از فرمول تعیین حجم نمونه استفاده شد با این توضیح که تعداد ۳۰ پرسشنامه روی جامعه آماری اجرای مقدماتی شد، با این هدف که پیش برآوردی از واریانس جامعه آماری در مورد ویژگی مورد مطالعه به دست آورده، در فرمول تعیین حجم قرار داده، حجم نمونه (۳۷۸ نفر) محاسبه شد. در پژوهش حاضر پس از تعیین حجم نمونه با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی چند مرحله ای متناسب با حجم ۳۷۸ نفر از بین جامعه آماری انتخاب شدند. در این پژوهش علاوه بر مطالعات کتابخانه ای جهت گردآوری اطلاعات در مورد مبانی تئوریک موضوع پژوهش و کمک به تهیه و تنظیم ابزار جمع آوری اطلاعات مورد نیاز، از پرسشنامه محقق ساخته نیز استفاده شد؛ که گویه های آن در دو بخش ۱- دموگرافیک (جمعیت شناختی) و ۲- سؤالات اصلی پژوهش تهیه و تنظیم شد. این پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت به صورت بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم بوده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط

خانه، تعامل با فرزندان، نظارت بر امور خانه و غالباً متاهل و مردان بیشتر در نقش هایی چون مدیران دارای کارمند، صاحب وسیله نقلیه و راندن خودرو ظاهر می شوند. در تلویزیون های فرانسوی زبان نیز زنان بیشتر در نقش تنظیم کننده امور منزل، حاضر در منزل و مردان در نقش مدیر، راندن وسیله نقلیه و اقدامات شدید فیزیکی ظاهر می شوند». نتایج تحقیق میلیز^۶ (۲۰۰۳) با عنوان «اشتغال و عدم اشتغال در اردن» نشان داد که محدودیت های اجتماعی و فرهنگی نسبت به اشتغال در اردن علی رغم افزایش میزان مشارکت نیروی کار زنان همچنان ادامه دارند. این محدودیت ها نه تنها بر مشارکت زنان در بازار کار، بلکه بر موقعیت شان در یافتن یک شغل نیز تأثیرگذار هستند. این محدودیت های فرهنگی و خانوادگی نسبت به اشتغال زنان در دو زمینه درآمد کم و جمعیت متراکم شدیدتر به نظر می رسد دیدگاه های مردان در خصوص آن زمینه ها نیز نشان می دهند که آنان از قدرت به دست آمده زنان از محیط خارج از خانه واهمه دارند.

با توجه به اینکه برخی از موانع و محدودیت ها بر سر راه فعالیت و ارتقای جایگاه فرهنگی زنان متأثر از عوامل فرهنگی ذکر شده است، رفع این محدودیت ها مستلزم شناخت دقیق آنهاست و از آنجا که بافت جغرافیایی و فرهنگی شهر خوراسگان علی رغم هم جوارگی با شهر اصفهان و داشتن بسیاری از فاکتورهای جمعیت شهری، هنوز از نظر فرهنگی و اجتماعی سنتی به نظر می آید و غالب دیدگاه های حاکم، متأثر از این نگاه (سنتی) است طبیعتاً مشارکت فعال زنان در عرصه های فرهنگی هم بسیار تحت تأثیر این نگرش ها قرار می گیرد. به یقین افزایش میزان مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی و شناسایی موانع آن امری ضروری است و این شناسایی نیازمند تحقیقات علمی و عملی و بسط نتایج آن در مراکز فرهنگی و فرهنگسراها می باشد.

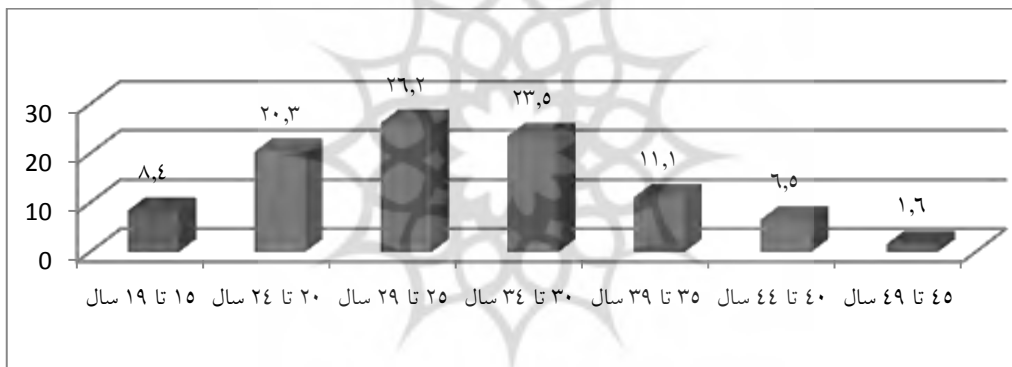
تحلیل داده‌های توصیفی مورد مطالعه

با استفاده از آمار توصیفی، یافته‌های جمعیت شناختی، میزان استفاده از رسانه در گروه‌های شرکت‌کنندگان در پژوهش و توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌ها به گویه‌های مرتبط با سؤالات پژوهش نشان داده شده است.

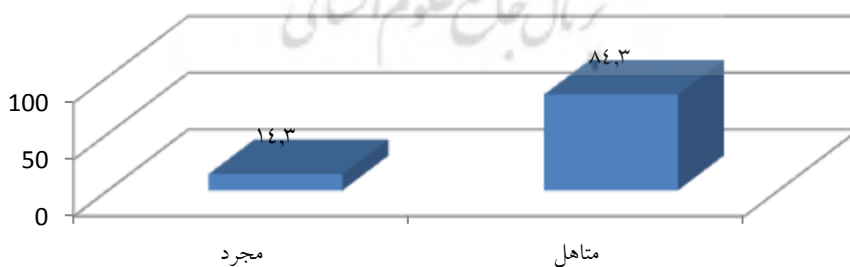
بر اساس یافته‌های پژوهش، ۲۶/۲ درصد شرکت‌کنندگان با فراوانی ۹۷ نفر در پژوهش سنی بین ۲۵ تا ۲۹ سال داشتند و ۱/۶ درصد شرکت‌کنندگان با فراوانی ۶ نفر، سنی بین ۴۵ تا ۴۹ سال داشتند. علاوه بر این، ۸۴/۳ درصد شرکت‌کنندگان با فراوانی ۳۱۲ نفر متأهل بوده‌اند.

تعدادی از اساتید و صاحب‌نظران تأیید و برای برآورد پایایی پس از اجرای مقدماتی پرسشنامه بر روی ۳۰ نفر از زنان شهر خوراسگان از روش آلفای کرونباخ بهره‌گیری شد که بر اساس محاسبات انجام شده مقدار آلفای کرونباخ در پرسشنامه ۰/۸۲ به دست آمد که مقدار قابل قبول و نشان دهنده اعتبار بالای ابزار اندازه‌گیری است. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی، متناسب و مرتبط با سؤالات صورت گرفت. در سطح آمار توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در سطح آمار استنباطی متناسب با سطح سنجش داده‌ها و مفروضه‌های اساسی از آزمون t استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش



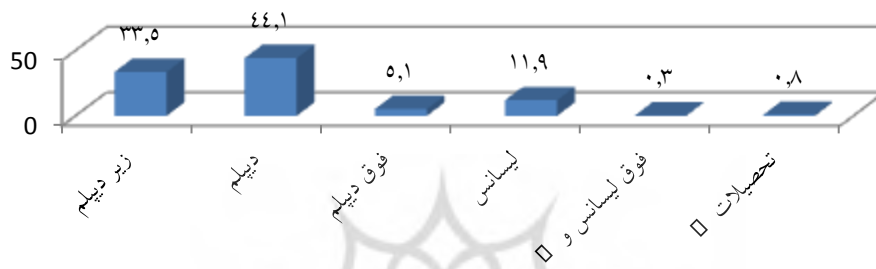
شکل (۱): توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب سن



شکل (۲): توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب وضعیت تأهل

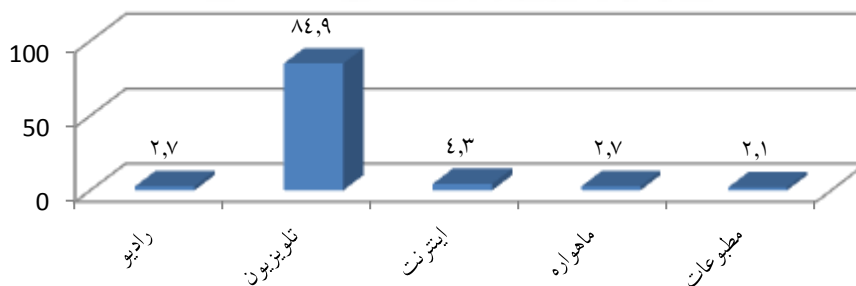


شکل (۳): توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب وضعیت اشتغال



شکل (۴): توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب میزان تحصیلات

توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب وضعیت اشتغال نشان داد که ۷۰/۵ درصد شرکت کنندگان با فراوانی ۳۱۴ نفر رسانه نشان داد که ۸۴/۹ درصد با فراوانی ۲۶۱ نفر در پژوهش خانه دار بوده اند و ۴۴/۱ درصد شرکت کنندگان در پژوهش از تلویزیون استفاده می کردند. ۱۶۳ نفر دارای مدرک دیپلم و ۰/۳ با فراوانی ۱ نفر دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بوده اند.



شکل (۵): توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب استفاده از رسانه

جدول (۱): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌ها به گویه‌های مرتبط با فرهنگ مردسالاری

میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	شاخص آماری	مقیاس	گویه‌ها
۲/۹۸	۶۰	۷۴	۱۰۵	۵۹	۷۱	فراوانی	داشتن احساس مالکیت مردان بر زنان	
	۱۶/۲	۲۰	۲۸/۴	۱۵/۹	۱۹/۲	درصد		
۳/۰۲	۶۴	۶۳	۱۲۰	۵۶	۶۳	فراوانی	لزوم پیروی و اطاعت کامل زن از مرد در همه امور	
	۱۷/۳	۱۷	۳۲/۴	۱۵/۱	۱۷	درصد		
۳/۲۳	۸۸	۷۲	۱۰۱	۵۴	۵۳	فراوانی	لزوم کسب اجازه از مردان برای خارج شدن از منزل	
	۲۳/۸	۱۹/۵	۲۷/۳	۱۴/۶	۱۴/۳	درصد		
۲/۸۵	۴۶	۷۰	۱۰۲	۸۲	۶۶	فراوانی	عدم استقلال فکری زنان برای شرکت در فعالیت‌های فرهنگی	
	۱۲/۴	۱۸/۹	۲۷/۶	۲۲/۲	۱۷/۸	درصد		
۳/۲۶	۹۷	۷۲	۸۲	۶۴	۵۳	فراوانی	عدم همکاری مردان در انجام وظایف خانه‌داری و بچه‌داری	
	۲۶/۲	۱۹/۵	۲۲/۲	۱۷/۳	۱۴/۳	درصد		
۲/۸۶	۴۸	۷۲	۱۰۵	۱۸/۱	۷۶	فراوانی	ناخشنودی مردان از مشارکت زنان به خاطر ترس از ایجاد عوارض منفی عاطفی	
	۱۳	۱۹/۵	۲۸/۴	۲۰/۵	۲۰/۵	درصد		
۳/۰۱	۵۲	۸۴	۱۰۲	۷۷	۵۲	فراوانی	فراهم نشدن فرصت‌های مساوی فعالیت برای زنان نسبت به مردان	
	۱۴/۱	۲۲/۷	۲۷/۶	۲۰/۸	۱۴/۱	درصد		
۳/۲۲	۷۸	۸۰	۹۹	۶۸	۴۲	فراوانی	ناپسند دانستن اختلاط زنان با مردان در اجتماع از دیدگاه مردان	
	۲۱/۱	۲۱/۶	۲۶/۸	۱۸/۴	۱۱/۴	درصد		
۲/۹۷	۵۵	۷۳	۱۰۵	۶۷	۶۳	فراوانی	جلوگیری از پیشرفت علمی و اجتماعی زنان به خاطر نگرانی از اطاعت نکردن زنان از مردان	
	۱۴/۹	۱۹/۷	۲۸/۴	۱۸/۱	۱۷	درصد		
۳/۱۰	۶۶	۷۸	۱۰۶	۶۳	۵۵	فراوانی	خودداری مردان از حضور زنان در جامعه برای نشان دادن غیرت مردانه	
	۱۷/۸	۲۱/۱	۲۸/۶	۱۷	۱۴/۹	درصد		
۳/۱۴	۷۴	۷۰	۱۱۱	۵۲	۵۷	فراوانی	عدم توجه مردان به نیازهای روحی، فکری و فرهنگی زنان	
	۲۰	۱۸/۹	۳۰	۱۴/۱	۱۵/۴	درصد		

یافته‌های جدول (۱) حاکی از آن است که بیش‌ترین میانگین نمره پاسخ در قسمت فرهنگ مردسالاری با ۳/۲۶ مربوط به گویه «عدم همکاری مردان در انجام وظایف خانه‌داری و بچه‌داری» بود و کمترین میانگین نمره پاسخ با ۲/۸۶ مربوط به گویه «ناخشنودی مردان از مشارکت زنان به خاطر ترس از ایجاد عوارض منفی عاطفی» بوده است می‌باشد.

یافته‌های جدول (۲) حاکی از آن است که بیش‌ترین میانگین نمره پاسخ در قسمت برنامه‌های تلویزیون با ۳/۴۵ مربوط به گویه «آگاه نشدن از برگزاری فعالیت‌ها به دلیل عدم اطلاع رسانی از طریق تلویزیون» بود و کمترین میانگین نمره پاسخ با ۲/۹۲ مربوط به گویه «تقویت نگرش منفی به مشارکت و فعالیت زنان از طریق برخی برنامه‌ها و فیلم‌های تلویزیون» بوده است، می‌باشد.

جدول (۲): توزیع فراوانی و درصد پاسخها به گویههای مرتبط با برنامههای تلویزیون

میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	شاخص آماری	مقیاس گویه ها
۳/۲۰	۹۳	۷۷	۸۴	۳۹	۷۴	فراوانی ۲۰ درصد	نقش تلویزیون در جهت‌دهی زنان به سمت مد و آرایش و در نتیجه بی‌توجهی به فعالیت فرهنگی
۳/۲۲	۸۳	۷۶	۹۳	۶۹	۴۶	فراوانی ۱۲/۴ درصد	کمبود گزارش‌ها و ناکافی بودن برنامه تلویزیون در جهت تشویق مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی
۳/۱۹	۷۳	۸۸	۹۵	۶۵	۴۸	فراوانی ۱۳ درصد	عدم ارائه الگوهای از زنان موفق در فعالیت فرهنگی توسط تلویزیون
۳/۲۰	۷۰	۹۱	۱۰۲	۵۶	۵۰	فراوانی ۱۳/۵ درصد	به تصویر کشیدن روابط ناصحیح زنان و مردان و تقویت ترس مردان نسبت به حضور زنان در اجتماع
۲/۹۷	۴۰	۸۰	۱۲۷	۷۵	۴۷	فراوانی ۱۲/۷ درصد	برجسته‌سازی نقش‌های مادری و همسری توسط برنامه‌های تلویزیون
۳/۱۱	۴۵	۹۷	۱۲۵	۵۸	۴۳	فراوانی ۱۱/۶ درصد	به تصویر کشیدن نقش مردان در انجام فعالیتهای متنوع اجتماعی و کم‌رنگ نشان دادن نقش زنان
۲/۹۲	۴۵	۷۰	۱۲۵	۷۰	۵۸	فراوانی ۱۵/۷ درصد	تقویت نگرش منفی به مشارکت و فعالیت زنان از طریق برخی برنامه‌ها و فیلم‌های تلویزیون
۳/۴۵	۶۷	۱۲۰	۱۰۲	۴۴	۳۲	فراوانی ۸/۶ درصد	آگاه نشدن از برگزاری فعالیتهای به دلیل عدم اطلاع‌رسانی از طریق تلویزیون

یافته‌های استنباطی تحقیق

سؤال اول پژوهش: تا چه اندازه مردسالاری مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان است؟

سؤال دوم پژوهش: تا چه اندازه برنامه‌های تلویزیونی مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان است؟

بر اساس یافته‌های جدول ۳ میانگین نمره مردسالاری، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی ۳/۰۷ می‌باشد مقدار t محاسبه شده از t جدول فرهنگسراهای خوراسگان بزرگ‌تر بوده است؛ بنابراین تأثیر برنامه‌های تلویزیونی، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی، بالاتر از سطح متوسط بوده است.

بر اساس یافته‌های جدول ۴ میانگین نمره مردسالاری، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی ۳/۰۷ می‌باشد مقدار t محاسبه شده از t جدول فرهنگسراهای خوراسگان بزرگ‌تر بوده است؛ بنابراین تأثیر برنامه‌های تلویزیونی، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی، بالاتر از سطح متوسط بوده است.

جدول (۳): مقایسه میانگین نمره فرهنگ مردسالاری مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری
فرهنگ مردسالاری	۳/۰۷	۰/۸۲	۰/۰۴۴	۱/۶۱۵	۳۴۸	۰/۱۰۷

جدول (۴): مقایسه میانگین نمره برنامه تلویزیونی مانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی با میانگین فرضی ۳

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری
برنامه تلویزیونی	۳/۱۴	۰/۷۹	۰/۰۴۲	۳/۳۹۴	۳۶۰	۰/۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

همچنین بر اساس یافته‌های جدول (۱) مشخص گردید که بیش‌ترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به «عدم همکاری مردان در انجام وظایف خانه داری و بچه‌داری» با میانگین ۳/۲۶ و کمترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به «ناخشنودی مردان از مشارکت زنان به خاطر ترس از ایجاد عوارض منفی عاطفی» با میانگین ۲/۸۶ بوده است. همچنین مقدار t محاسبه شده از t جدول کوچک‌تر بوده است؛ بنابراین نقش فرهنگ مردسالاری، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی، در سطح متوسط بوده است.

نتایج تحقیقات غلامرضایی (۱۳۷۶) با یافته‌های پژوهش حاضر هم سو می‌باشد، وی در تحقیق خود به این نتیجه رسید که سنتی و پدرسالارانه بودن فرهنگ جامعه روستایی، برداشت‌های غلط مردان از سنت‌ها، وجود تعصب‌های نادرست، اعتقاد به پسرسالاری و تلقی زن به عنوان جنس دوم، باعث شکل‌گیری فرهنگ مخالفت با فعالیت زنان در خارج از خانه می‌شود. صفری شالی (۱۳۸۷) نیز نتایج مشابهی در این خصوص به دست آورد که باور به برتری مرد بر زن در تصمیم‌گیری و تبعیت زن از مرد و اجازه ندادن مرد برای حضور زن در جامعه از موانع عمده مشارکت زنان است. بوذرجمهری (۱۳۸۸) به این نتیجه رسید که مقاومت فرهنگی مردان و وجود تعصبات غلط در بین روستائیان مانع فعالیت زنان می‌شود. از دیگر تحقیقات در این زمینه می‌توان به نتایج تحقیق صالحی امیری (۱۳۸۸) اشاره کرد، او در تحقیق خود به این نتیجه رسید که نگرش‌های مردسالارانه از جمله موانع فرهنگی مشارکت زنان است. میرک زاده (۱۳۸۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسید عدم رضایت

یکی از محورهای اصلی توسعه و شاید اصلی‌ترین آن را باید مشارکت زنان دانست. اگر بنا باشد توسعه فرهنگی تحقق یابد، باید فرهنگ از وضعیتی که در آن به شکل کالایی لوکس مطرح است، خارج شود و در دسترس همگان به ویژه گروه‌های محروم اقتصادی - اجتماعی قرار گیرد. مشارکت زنان بهره‌مندی و بهره‌گیری آنان از مجموع کالاها، تجهیزات، اشیاء و محتوای فرهنگی را ممکن یا تسهیل می‌کند. موانع متعددی می‌تواند مشارکت زنان را به عنوان نیمی از سرمایه‌های انسانی در فعالیت‌های فرهنگی تحت تأثیر قرار دهد. علی‌رغم تمامی تلاش‌هایی که در دهه‌های اخیر صورت گرفته است، متأسفانه هنوز هم موانع شرکت فعالانه زنان در سطح جوامع مشاهده می‌شود. کشور ایران نیز با داشتن فرهنگ و تمدن دیرینه اگر چه با تغییراتی در نگرش‌های سنتی مبتنی بر در خانه نگه داشتن زن روبه رو بوده، اما کاملاً از این تبعیضات رها نبوده و با چالش‌هایی مواجه است که عمدتاً از فرهنگ جامعه نشأت می‌گیرد. بنابراین در راستای اصلاح نگرش به زن و جایگاه رفیع او، جامعه و نهادهای فرهنگ‌ساز نقش خطیری را به عهده دارند. در پژوهش حاضر محقق به دنبال یافتن پاسخ به این پرسش بود که: آیا فرهنگ مردسالاری و برنامه‌های تلویزیون مانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان است؟

نتایج به دست آمده در رابطه با پرسش اول پژوهش نشان داد که میانگین نمره فرهنگ مردسالاری، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی برابر با ۳/۰۷ بالاتر از میانگین فرضی ۳ بوده است.

پذیرا شوند. این فرایند (الگوهای تفکیک نقش) در فرزندان و نسل بعدی از طریق جریان جامعه‌پذیری فراگرفته می‌شود و در رفتار و انتظارات آنها و تصورات و تعابیری که از خود می‌سازند، به کار می‌رود. از آن جایی که خانواده و سایر نهادهای اجتماعی به راحتی این شیوه‌ها را به افراد می‌آموزند، افراد نیز در درون این ساختار و نظام نابرابر، داوطلبانه و به طور اختیاری با پذیرش نقش‌های متفاوت جنسی، به حفظ فرهنگ مردسالاری و تعابیر فرهنگی از تفاوت‌های زن و مرد کمک می‌کنند و این امر باعث می‌شود که تصورات قالبی، هنجارها، باورها و نگرش‌هایی در جامعه ریشه‌دار شوند که بیشتر به نفع مردان و به ضرر زنان است و در تحکیم موقعیت نابرابر زن و مرد در خانواده تأثیر بسزایی دارد. به رسمیت شناختن اقتدار مرد در خانواده و وظیفه‌ی نان‌آوری او، که قانون بر عهده‌اش گذاشته است، در حیطه مشارکت نیز موقعیت ممتازی برای مرد فراهم می‌کند. مجموعه‌ی این سیاست‌گذاری‌ها، از طرفی روابط سنتی و مردسالارانه را در خانواده تحکیم می‌کند و از طرف دیگر، موقعیت زن را هم در بعد مادری و هم در بعد فعالیت فرهنگی و اجتماعی تضعیف می‌نماید.

در رابطه با پرسش دوم پژوهش که تا چه اندازه برنامه‌های مربوط به رسانه‌ی تلویزیون مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی فرهنگسراهای شهر خوراسگان است؛ نتایج مندرج در جدول (۴) نشان داد که میانگین نمره مربوط به نقش برنامه‌های تلویزیونی، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیتهای فرهنگی برابر با ۳/۱۴ بالاتر از میانگین فرضی ۳ بوده است. همچنین بر اساس یافته‌های جدول (۲) مشخص گردید که بیش‌ترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به «آگاه نشدن از برگزاری فعالیت‌ها به دلیل عدم اطلاع رسانی از طریق تلویزیون» با میانگین ۳/۴۵ و کمترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به «تقویت نگرش منفی به

همسر از حضور در برنامه‌های آموزشی- ترویجی از مهم‌ترین عوامل و موانع مشارکت زنان است. در تحقیقات خارجی از جمله جی (۲۰۰۱) مشخص شد که نگرش‌های مردان نسبت به نابرابری جنسیتی و نژادی پیامدهایی از جمله نگرش سنتی نسبت به نقش- های زنانه را به دنبال دارد. در پژوهش میلز (۲۰۰۳) نیز این نتیجه به دست آمد که دیدگاه‌های مردان در مورد حضور زنان خارج از خانه بر مشارکت زنان تأثیر منفی دارد. تفسیر محقق این است که هنوز مردانی هستند که تمایل ندارند سنت‌های کهن فرهنگی گذشته را به نفع نگاه اصیل اسلامی کنار بگذارند و روابط جدید و باز تعریف شده‌ای را در جهت رشد زنان از طریق مشارکت آنان در فعالیتهای فرهنگی پذیرا شوند. دلیل این امر را شاید بتوان بدین گونه توجیه کرد که این دسته از مردان تمایل ندارند که زنان برتری مادی و قدرتی بر آنها داشته باشند و مردان این قدرت را در خانواده در برخورد و رابطه با دختران و همسران‌شان به کار می‌گیرند. علاوه بر این همکاری نداشتن مردان در انجام مسئولیت‌های خانه و خانواده باعث گردیده که زنان حتی هنگامی که در بیرون از خانه فعالیت می‌کنند، مسئولیت کارهای خانه‌داری را نیز به طور کامل بر عهده داشته باشند و این امر به طور چشمگیری برای حضور و مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی- اجتماعی خارج از خانه مشکل و مانع ایجاد می‌کند. نتیجه این تعاریف اجتماعی و فرهنگی مناسبات جنسیتی و مردسالارانه این است که به باز تولید هرچه بیشتر این موقعیت‌ها و نقش‌های نابرابر کمک می‌کنند. این فرهنگ (مردسالاری) به توزیع فرصت‌های نابرابر در تقسیم کار، ساختار قدرت و نقش‌ها منجر می‌شود و از این طریق به نابرابری مشروعیت می‌بخشد. این فرهنگ منجر می‌شود که مردان و زنان، به طور اختیاری و داوطلبانه این موقعیت‌ها و نقش‌ها را در نظام قشربندی جنسیتی

تعامل با فرزندان، نظارت بر امور خانه و غالباً متاهل و مردان بیشتر در نقش‌هایی چون مدیران، صاحب وسیله نقلیه و راندن خودرو ظاهر می‌شوند. در تلویزیون‌های فرانسوی زبان نیز زنان بیشتر در نقش تنظیم کننده امور منزل، حاضر در منزل و مردان در نقش مدیر، راندن وسیله نقلیه و اقدامات شدید فیزیکی ظاهر می‌شوند.

به نظر می‌رسد ناتوان بودن رسانه به طور کلی و تلویزیون به طور اخص با ارائه چهره‌های کلیشه‌ای و منفعل در نقش زنان، ضعف برنامه‌های جامع و متناسب با شرایط روحی و فرهنگی زنان در حوزه فعالیت‌های فرهنگی چنین نتایجی را به دنبال خواهد داشت. از طرف دیگر این برنامه‌ها نوعی ضد آموزش بوده و این ذهنیت را در جامعه القا می‌کند که حوزه مشارکت، حضور و فعالیت زنان محدود به فضای آشپزخانه می‌شود. طبیعی است که کارکرد تلویزیون با نمایش این‌گونه نقش‌ها برای زنان در چنین فضایی و همچنین تحول شگرفی که طی سال‌های اخیر در عرصه رسانه از حیث ظهور رسانه‌های الکترونیکی به وقوع پیوسته، مشکلاتی را برای جامعه در پی داشته است که نتیجه آن گرایش روزافزون به رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره-ای و به دنبال آن گرایش زنان به مدگرایی، تجملات و بی‌انگیزه شدن برای فعالیت سازنده فرهنگی-اجتماعی می‌باشد. به نظر می‌رسد تلویزیون نقش کم‌رنگی در بازنمایی توانمندی‌های زنان و همچنین ارتقای مهارت-ها و رشد فکری و فرهنگی آن‌ها داشته است. برنامه‌های تلویزیون در قالب مجموعه‌های داستانی، خانوادگی، مستندها، گزارش‌ها، تبلیغات و... نتوانسته است تأثیر چشمگیری به صورت مستقیم و غیرمستقیم در بازنمایی نقش‌های دیگر، خصوصاً در قالب فعالیت-های فرهنگی و تشویق و ایجاد انگیزه در جهت سوق دادن زنان به سمت انجام چنین فعالیت‌هایی به طور موثر و سازنده داشته باشد.

مشارکت و فعالیت زنان از طریق برخی برنامه‌ها و فیلم‌های تلویزیون» با میانگین ۲/۹۲ بوده است. همچنین مقدار t محاسبه شده از t جدول بزرگ‌تر بوده، بنابراین نقش برنامه‌های تلویزیونی، به عنوان مانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی، بالاتر از سطح متوسط بوده است.

یافته‌های تحقیقات زیر همخوانی با نتایج پژوهش حاضر را نشان می‌دهد. پیر حیاتی (۱۳۷۳) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که، در برنامه‌های تلویزیون، نقش زنان بیشتر در امور خانه‌داری نشان داده شده و حضور فعال آن‌ها در سطح جامعه به نمایش گذاشته نشده است. همچنین در برنامه‌های تلویزیون خصوصیات زنان در فیلم‌ها و سریال‌ها به شکلی منفی نمایش داده می‌شود. اعزازی (۱۳۸۰) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که مردان و پسران در تحلیل و مطالعه، در یک‌صد و دوازده فیلم و داستان کوتاه و سریال تولید داخلی پخش شده از تلویزیون ایران، نقش‌های متنوع‌تری از زنان و دختران داشتند و در حالی که شرکت زنان در فعالیت فرهنگی-اجتماعی کمتر بود، مردان در اشکال مختلف در حال فعالیت نمایش داده می‌شدند. مانی‌فر (۱۳۸۳) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که فیلم‌ها حاکمیت مردان را القا می‌کردند و قهرمانان اول بیشتر از میان مردان و پسران انتخاب شده بودند و پسران هم نقش‌های اجتماعی بیشتر و متنوع‌تری نسبت به زنان و دختران داشتند. سیلورستاین (۱۹۸۶) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که در گزارش‌های تلویزیونی به ندرت مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی زنان نشان داده می‌شد. کمیته تحقیقات تلویزیون کانادا CRTC (۱۹۹۸) در گزارشی تحلیلی از تصاویر نمایش داده شده از زن و مرد در تلویزیون‌های انگلیسی زبان و فرانسوی زبان چنین گزارش داد: «در تلویزیون‌های انگلیسی زبان، زنان بیشتر در نقش‌هایی چون حضور در محیط خانه،

- منابع و مأخذ
- زاهدی ش. ۱۳۸۸. زنان در عرصه مدیریت. تهران: مرکز نشر دانشگاهی،
- غفاری غ، نیازی م. ۱۳۸۵. جامعه‌شناسی مشارکت. تهران: انتشارات نزدیک
- گیدنز آ. ۱۳۸۰. جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- ساروخانی ب. ۱۳۷۰. مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده. تهران: انتشارات سروش.
- آغاز م ح، جعفرنژاد ا. ۱۳۸۶. نقش رسانه‌ها و افکار عمومی در سازمان دهی توسعه و بهبود افق چشم‌انداز توسعه (با رویکردی بر رادیو و تلویزیون)، مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۲۴۶-۲۲۳.
- اعزازی ش. ۱۳۸۰. گزارش تحلیلی از سریال‌های تلویزیونی. فصلنامه پژوهش و سنجش، سال ۱۱، شماره ۳۷، ۱۵۴-۱۲۹.
- بوذر جمهری خ. ۱۳۸۸. ارزش‌یابی طرح تسهیل‌گران زن روستایی در ایجاد ارتباط دوسویه و افزایش مشارکت زنان روستایی در عرصه‌های مختلف توسعه روستایی. فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۷، شماره ۳، ۸۷-۶۹.
- پیرحیاتی ن. ۱۳۷۳. چگونگی ارائه شخصیت زن در برنامه‌های تلویزیونی از نگاه مردم. تهران: انتشارات مرکز امور مشارکت زنان.
- رضایی م، کاظمی ع. ۱۳۸۷. سیاست جنسیت در تلویزیون ایران. پژوهش زنان، دوره ۶، شماره ۳، ۱۱۲-۸۵.
- زاهدی ش. ۱۳۸۸. زنان در عرصه مدیریت. تهران: مرکز نشر دانشگاهی
- شاملو الف. مجموعه‌ی آثار. تهران: انتشارات نگاه.
- صالحی امیری ر. ۱۳۸۸. زنان و توسعه. تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- صالحی امیری ر. ۱۳۸۶. مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی. تهران: ققنوس.
- صدقاتی فرد م، ارجمند الف. ۱۳۸۹. انگیزه‌های زنان ایرانی از شرکت در فعالیتهای اجتماعی پژوهشی در شناسایی عامل‌های مؤثر بر مشارکت زنان (مطالعه‌ی موردی: زنان ۲۰ تا ۳۴ سال شهر سمنان). فصلنامه‌ی زن و جامعه، سال اول، شماره‌ی ۲، ۱۲۲-۹۷.
- صفری‌شالی ر. ۱۳۸۷. عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی (مطالعه‌ی موردی زنان روستایی استان زنجان). پژوهش زنان، دوره ۶، شماره ۱، ۱۵۹-۱۳۷.
- غلامرضایی س. ۱۳۷۶. موانع موجود در جریان مشارکت اجتماعی دختران روستایی و برخی راهکارهای آن. مجموعه مقالات سمینار تواناسازی دختران و زنان روستایی در مشارکت. سندج: سازمان جهاد سازندگی استان کردستان.
- قلی زاده ا، اسماعیلی ر، میر بک پ. ۱۳۸۶. آسیب‌شناسی فرهنگی زنان (با تأکید بر تولیدات فرهنگ شبکه‌های مختلف تلویزیون ایران) از دیدگاه دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان سال تحصیلی ۸۶-۱۳۸۵. دانش و پژوهش در علوم تربیتی دانشگاه آزاد خوراسگان، شماره ۱۶، ۴۰-۱۹.
- کمیته تحقیقات تلویزیون کانادا (CRTC) (۱۹۹۸)
- مانی فر م. ۱۳۸۳. هنجارها در رسانه ملی. فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۷.
- میرسید قاضی ع، اسماعیلی ح. ۱۳۸۱. مخاطب‌شناسی و افکارسنجی در رسانه‌های جمیع. تهران: انتشارات آن.

- میرک زاده ع. ۱۳۸۹. واکاوی موانع مشارکت زنان روستایی در برنامه‌های آموزشی و ترویجی. فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره ۲.

- Milies R. 2003. Employment and Unemployment in Jordan: The Gender system. World Development Vol.30,no.3, PP:413-427.
- Jay w.c.2001. Professional mens attitudes toward race and Gender. Journal of mens studies. Vol.10.NO.1.PP.73-86.
- Silverstein B.I.1986. The role of the mass media in promoting a thin standard of bodily attractiveness for women, sex roles.14. 512-532.

یادداشت‌ها

¹Tuchman

^۲ فئای نمادین زنان، محکوم شدن، ناچیز به حساب آمدن یا عدم حضور زنان در اجتماع است.

³ Silverstein

⁴ Jay

⁵ Canada Radio Television Telecommunication Commission

⁶ Milies

