

پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۶: ۱۳۶-۱۰۹

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی (مطالعه موردی جوانان کارآموز در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران)

محمد اسماعیل ریاحی*

چکیده: هدف از انجام این پژوهش، توصیف میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط مردان و زنان جوان در استان مازندران و تحلیل عوامل خانوادگی و اجتماعی مؤثر بر آن می‌باشد. تحقیق حاضر با استفاده از روش پیمایش انجام گردیده و برای گردآوری داده‌ها از پرسش نامه‌های خود اجرا استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق ۱۰۹۴۴ نفر از کارآموزان جوان در مراکز ثابت آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران بوده است که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای و بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، حجم نمونه‌ای برابر با ۴۲۵ نفر از آنان به عنوان پاسخگویان تحقیق انتخاب شدند. متغیر وابسته تحقیق، «میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی» بوده است که رابطه آن با برخی از متغیرهای اجتماعی و خانوادگی به عنوان متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که گرچه تفاوت‌های جنسیتی معناداری در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی مشاهده شده است؛ اما در مجموع، ویژگی‌های شخصیتی ابزاری یا سازمانده نظیر فعال، پرانرژی، 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. همچنین مشخص گردید که بین جنسیت، محل سکونت، میزان تحصیلات، میزان درآمد خانواده و میزان سختگیری والدین با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود داشته است؛ و متغیرهایی نظیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده، نگرش جنسیتی سنتی، نگرش شغلی سنتی و وضع تأهل بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی تأثیر گذار بوده‌اند.

واژه‌های کلیدی: جنسیت، جامعه‌پذیری جنسیت، کلیشه‌های جنسیتی، نگرش جنسیتی، تفاوت‌های جنسیتی، نقش‌های جنسیتی، ویژگی‌های شخصیتی

مقدمه

در تمامی جوامع بشری، افراد برحسب ملاک‌های اجتماعی نظیر نقش و پایگاه، طبقه، مذهب، نژاد، قومیت و... دسته‌بندی می‌شوند. یکی از مهمترین ملاک‌های اجتماعی - فرهنگی برای دسته‌بندی افراد جامعه، جنسیت است. به عقیده بسیاری از جامعه‌شناسان، جنسیت شاید یگانه ویژگی مهمی است که به‌طور اساسی تعیین‌کننده ادراکات، نگرش‌ها، رفتارها و منزلت افراد در جامعه بوده و خود نیز به شدت تحت تأثیر یادگیری اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. «جامعه‌شناسان بر این باورند که جنسیت، حداقل دارای سه سطح متفاوت و مرتبط به هم است: سطح فردی (که متشکل از نقش‌ها و هویت‌های فردی است)، سطح بین فردی و کنش متقابل (که شامل شیوه‌های رفتار کردن با دیگران است) و سطح کلان و اجتماعی (که در بردارنده باورهای فرهنگی و توزیع منابع می‌باشد). چند سطحی بودن سیستم جنسیت، به فرایندهایی که در نهایت به باز تولید نابرابری جنسیتی در سطوح کلان، خرد و کنش متقابل به‌طور همزمان می‌انجامد، اجازه عمل می‌دهد» (کورل، ۲۰۰۱: ۶۹۵). هر یک از مقولات مرد یا زن بودن، مبتنی بر یکسری تصورات و پیش فرض‌هایی درباره نگرش‌ها و رفتارهای مناسب مردانه و یا زنانه (کلیشه‌های جنسیتی) است که در فرهنگ هر جامعه‌ای تعاریف ویژه و متفاوتی می‌یابند.

خود^۱، عبارت از مجموعه ویژگی‌هایی است که تفاوت یا شباهت فرد با دیگران را موجب می‌شوند. ترکیب نگرش‌ها و رفتارهای معمول در محیط اجتماعی، با تفسیر شخص از واکنش‌های دیگران درباره خودش، می‌تواند خود هر شخص را تشکیل داده و به تداوم یا تغییر آن منجر گردد. "شاید مهمترین و برجسته‌ترین عنصر هویت شخصی یا خود، آن بخش از هویت اجتماعی است که در آن هرکدام از ما به یکی از دو مقوله مرد یا زن منتسب می‌گردیم. در واقع می‌توان گفت که هرکدام از ما دارای یک هویت جنسیتی^۲ هستیم یعنی به خودمان بر چسب مذکر یا مؤنث می‌زنیم" (بارون و بیرن، ۱۹۹۷: ۱۷۵).

هویت جنسیتی از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری (خانواده، مدرسه، دوستان، و رسانه‌های گروهی) به افراد منتقل می‌گردد. به عبارتی دیگر، "از طریق فرایند جامعه‌پذیری و رشد شخصیت، کودک دارای هویت جنسیتی ویژه‌ای می‌گردد که از طریق این هویت، در اکثر موارد به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها، و رفتارهایی می‌پردازد که محیط اجتماعی برای یک دختر یا پسر

1 -Self

2 -Gender Identity

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۱۱

تصویب کرده است (لوربر، ۲۰۰۰، ۴۵۶). بخش مهمی از این شناخت‌های مربوط به ویژگی‌ها و هویت جنسیتی، ناشی از عقاید و افکار قالبی یا کلیشه‌ها^۱ است. والتر لیپمن خاطر نشان ساخت که رفتار مردم با دیگران تا اندازه زیادی تحت تأثیر تصاویر ذهنی‌شان از دیگران است. وی اصطلاح عقیده قالبی (کلیشه) را برای اشاره به این تصورات بیش از حد ساده ما از دیگران به کار برد (رحمتی، ۱۳۷۱، ۱۱). در واقع، باورها و تصورات مورد قبول ما از ویژگی‌های شخصیتی، مخصوصاً صفات شخصیتی و رفتارهای یک گروه از افراد را می‌توانیم تحت عنوان عقاید قالبی (کلیشه‌ها) تعریف نماییم (بدر و دیگران: ۱۳۸۱). این گونه کلیشه‌ها و عقاید قالبی درباره گروه‌های مختلف نژادی، مذهبی، زبانی، قومی و شغلی در جامعه رایج است. کلیشه‌های جنسیتی (تصویر ذهنی یکنواخت و قالب‌بندی شده‌ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان بدون بررسی و آزمون) مثال روشنی از این پدیده است. بر اساس کلیشه‌های جنسیتی، زنان و مردان در جامعه دارای ویژگی‌های خاص، رفتار خاص و حالات روانی خاص هستند و در نهایت قابلیت انجام وظایف و کارهایی را دارند که به صورت معمول با یکدیگر متفاوتند. کلیشه‌سازی از طرفی خصوصیات و توانایی‌هایی را به زنان اختصاص می‌دهد که در مردان از آنها نشانه‌ای نیست و از طرف دیگر، توانایی‌ها و خصوصیات را به مردان نسبت می‌دهد که زنان از آن بی‌بهره‌اند (اعزازی، ۱۳۸۰: ۴۵). در فرهنگ ما، این که مرد نباید گریه کند، زن احساساتی است و نمی‌تواند قضاوت درستی بکند، یا این که زن ترسو، خرافاتی، و نازک دل است؛ مرد سنگدل، سختگیر، سلطه‌گر و پرخاشگر است، نمونه‌های معدودی از فهرست طولانی کلیشه‌های جنسیتی راجع به ویژگی‌های شخصیتی مردان و زنان می‌باشد. آنچه در بررسی این کلیشه‌های جنسیتی در جامعه جلب توجه می‌نماید رواج کلیشه‌های عمدتاً منفی در مورد زنان و نیز شیوع و پذیرش کلیشه‌های عمدتاً مثبت راجع به مردان است که این کلیشه‌ها در نهایت به پیشداوری و تبعیض جنسیتی منجر می‌گردند.

مطالعات متعددی رواج و شیوع کلیشه‌های جنسیتی را به تصویر کشیده‌اند. مطالعات انجام شده در ایران نشان داده است که در کودکان بین سنین چهار تا شش سال صفات منسوب به دختر و پسر به شیوه معناداری استقرار می‌یابد. در مطالعه‌ای راجع به انتظارات، نگرش‌ها و رفتار والدین و مربیان در مورد کودکان پیش دبستانی، این نتیجه به دست آمد که ۸۸ درصد از مادران ایرانی از دو سالگی دختر را به مراتب کمتر از پسر به استقلال، خودکفایی و پیشرفت تشویق می‌کنند و مطابق این نگرش که نقش دختر در آینده عمدتاً

نقش مادری و همسری است، خصوصیتی چون همکاری با دیگران، حساس بودن به نیازهای دیگران و قبول مسئولیت نسبت به دیگران را در او تقویت می‌کنند (ناجی راد، ۱۳۸۲: ۳۱۰). در پژوهشی راجع به طرحواره‌های نقش جنسیتی و کلیشه‌های فرهنگی در بین دانشجویان دختر، معلوم گردید که تفاوت بین طرحواره‌های ذهنی زنانه و مردانه در بین دختران دانشجو معنا دار است و ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دانشجویان با نقش‌های جنسیتی آنها رابطه دارد (اکرم، ۱۳۸۳: ۱۱۵). در پژوهشی دیگر، با هدف مطالعه گرایش پسران دانش آموز مقطع متوسطه به ارزش‌های مردانه و کلیشه‌های جنسیتی، مشخص گردید که تفاوت‌هایی در زمینه گرایش به ارزش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی در میان آنها وجود داشته و پسرانی که نمرات بالاتری در مقیاس مردانگی کسب نموده‌اند، گرایش بیشتری به ارزش‌های مردانگی و کلیشه‌های جنسیتی مردانه داشته‌اند (ذکایی و میرزایی، ۱۳۸۴: ۷۰). همچنین پژوهش‌های انجام شده در زمینه باز تولید و ترویج کلیشه‌های جنسیتی در رسانه‌های ایران نشان می‌دهد که نمایش مردان و زنان در آگهی‌های تلویزیونی در راستای نقش‌های سنتی است (حقیقی نسب 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 فریادکار، ناقص‌العقل، بی‌وفا، منفعل و فرودست و در مقابل مردان موجوداتی صادق، عاقل، وفادار، فعال و فرادست تصویرسازی شده‌اند (صادقی فسایی و کریمی، ۱۳۸۴: ۵۹)؛ و فیلم‌های سینمایی ایرانی نیز از طریق مناسکی کردن فرمانبری و کم ارزش جلوه دادن زنان نسبت به مردان، برتری یک جنس بر جنس دیگر را به نمایش می‌گذارند و ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی سنتی را تأیید و تثبیت می‌کنند و این همه غالباً از طریق اجرای مناسک فرودستی و فرادستی در کنش متقابل بازیگران زن و مرد در فیلم‌ها رخ می‌دهد (سلطانی گردفرامرزی، ۱۳۸۵: ۶۱). علاوه بر این، در یک مطالعه بین‌المللی که در ۲۵ کشور انجام گرفته است صفت‌هایی نظیر عاطفی، مضطرب، وابسته، ترسو، مهربان، ملایم، احساساتی، دلسوز، نازکدل و منفعل به زنان و صفاتی نظیر فعال، حادثه‌جو، پرخاشگر، خشن، سلطه‌گر، قوی، با انرژی، مستقل، مقاوم و سنگدل به مردان نسبت داده شده است. این برداشت در تعداد زیادی از فرهنگ‌ها وجود دارد و نشان می‌دهد که تصورات قالبی در مورد زنان منفی است. مثلاً از نظر حساسیت، درک دیگران و خونگرمی در روابط عاطفی تا اندازه‌ای برتری به زنان داده می‌شود، اما در مجموع صفات مردانه خیلی با ارزش‌تر از صفات زنانه است (بدار و دیگران، ۱۳۸۱، ۱۳۲).

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۱۳

آیا چنین کلیشه‌های جنسیتی صحت دارند و مردان و زنان بطور واقعی در شیوه‌های رفتاری که این کلیشه‌ها بیان می‌کنند با هم متفاوتند؟ پاسخ به این سؤال دشوار است، چرا که تفاوت‌های بین دو جنس بیش از آن که نشان‌دهنده تفاوت‌های اساسی و بنیادین بین مردان و زنان باشد، منعکس کننده تأثیر کلیشه‌های جنسیتی و ماهیت خود استحکام بخشی این کلیشه‌هاست. به عبارت واضح‌تر، گرچه برخی تفاوت‌های واقعی بین مردان و زنان در برخی از جنبه‌های زندگی اجتماعی وجود دارد، اما شدت و گستردگی این تفاوت‌ها بسیار کمتر از آن چیزی است که کلیشه‌های جنسیتی بیان می‌کنند. با این وجود، متأسفانه این واقعیت که کلیشه‌های جنسیتی نادرستند مانع اثرات زیان آور آنها نمی‌گردد (بارون و بیرن، ۱۹۹۷: ۲۲۳) و تبعیض علیه زنان و انتظارات بیش از حد از مردان را به دنبال دارند. نکته مهم آن است که زمانی که افراد یک الگوی ویژه از صفات مرتبط با جنسیت را کسب کرده و کلیشه‌های جنسیتی را پذیرفتند، تمایل دارند تا برحسب تصورات و باورهایشان درباره رفتارهای متناسب با جنسیت (کلیشه‌های جنسیتی) عمل کنند، یعنی آنها به شیوه‌هایی رفتار می‌کنند که به عنوان مردانه، زنانه و یا مردانه-زنانه (بینابین یا خنثی) شناخته شده‌اند. لذا شناسایی میزان شیوع کلیشه‌های جنسیتی و نیز عوامل مؤثر بر تشکیل و ترویج آنها می‌تواند گامی مهم در پیشگیری از پیدایش و تبعیض جنسیتی (به ویژه علیه زنان) محسوب گردد و نقش آنها را در فرایند توسعه برجسته نماید. از این رو، تحقیق حاضر با هدف شناسایی نوع و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در بین مردان و زنان جوان در استان مازندران و نیز تعیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و پذیرش این کلیشه‌ها به‌ویژه عوامل خانوادگی و اجتماعی صورت گرفته است. به عبارت دقیق‌تر این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر می‌باشد:

- ۱- چه نوع کلیشه‌های جنسیتی و به چه میزانی در بین پاسخگویان جوان وجود دارد؟ ۲- آیا در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، تفاوتی بین مردان و زنان مشاهده می‌شود؟ ۳- آیا بین متغیرهای اجتماعی - جمعیتی نظیر میزان تحصیلات، وضع تأهل، محل سکونت، و میزان درآمد ماهیانه خانواده با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه‌ای وجود دارد؟ ۴- در نهایت چه عوامل اجتماعی - خانوادگی بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی تأثیر می‌گذارند؟

مبانی نظری

در این تحقیق سعی شده تا با تلفیقی از نظریه‌های نقش، طرحواره جنسیت، یادگیری اجتماعی و جامعه‌پذیری نقش جنسیتی به تحلیل و تبیین موضوع مورد مطالعه پرداخت.

نظریه نقش^۱

در نظریه نقش، مفاهیم پایگاه و مجموعه پایگاهی و نیز نقش و مجموعه‌های نقشی اهمیت می‌یابند. در واقع، پایگاه موضعی است که فرد در ساختار اجتماعی جامعه خود، اشغال می‌کند و بر اساس ارزشمندی آن پایگاه به لحاظ میزان کنشش، قدرت، تسلط و یا حیثیت جای معینی را در سلسله مراتب اجتماعی به خود اختصاص می‌دهد. در هر پایگاه، افراد از برخی حقوق و امتیازات برخوردار می‌گردند در حالی که باید وظایف و تکالیفی را نیز انجام دهند. در این جا واژه‌های پایگاه و نقش به هم پیوند می‌خورند. بدین معنی که پایگاه موضعی است که فرد در سلسله مراتب اجتماعی اشغال می‌کند و نقش، مجموعه امتیازات و تکالیف نهفته در پایگاه محسوب می‌گردد که جامعه و دارنده پایگاه متقابلاً از یکدیگر انتظار دارند. عبارت مجموعه نقشی، به کلیه روابط نقشی یک شخص که با دیگران به دلیل پایگاه اجتماعی خاص خود برقرار می‌کند، گفته می‌شود. اعضای یک نظام اجتماعی معین ممکن است به کسانی که نقش‌های مقرر را خوب اجرا می‌کنند پاداش بدهند و آنهایی را که به این هنجارها پاسخ منفی می‌دهند، تنبیه نمایند (دوچ و کراوس، ۱۳۷۴: ۱۸۹). بدین ترتیب می‌توان گفت نقش جنسیتی عبارت است از انتظارات غالب در یک جامعه در مورد فعالیت‌ها و رفتارهایی که مردان و زنان می‌توانند یا نمی‌توانند در آنها درگیر شوند (کامیر و همکاران، ۱۹۸۹: ۳۲۵). بدین ترتیب، وقتی از مفهوم نقش جنسیتی سخن می‌گوییم علاوه بر اختصاص وظایف و کارهای خانگی یا اجتماعی جداگانه به هریک از دو جنس، انتظار ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری متفاوت از هر یک از دو جنس (مانند رفتار عاطفی و مداراگرانه زنان و رفتار تهاجمی و حسابگرانه مردان) نیز مد نظر است. بدین ترتیب، نقش‌های جنسیتی آن دسته از تجربیات مشترکی هستند که افراد بر مبنای مؤنث یا مذکر بودن‌شان به دست آورده و بر مبنای آن عمل می‌کنند. بر این اساس، اعضای جامعه توقعات و انتظاراتی را راجع به رفتارهای مناسب برای یک فرد دارند که این انتظارات اجتماعی بر پایه تعلق افراد به یکی از مقولات مرد یا زن شکل گرفته‌اند (اگلی، ۲۰۰۰، ۴۴۸). به طور خلاصه باید گفت که 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

1 -Role Theory

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۱۵

می‌کنند. به عبارت دیگر، موقعیت فرد در ساختار اجتماعی (پایگاه اجتماعی)، شکل دهنده باورها، نگرش‌ها و رفتارهای (نقش اجتماعی) اوست (زو، ۱۹۹۷).

نظریه طرحواره جنسیت^۱

مفهوم طرحواره، به یک ساخت‌شناختی اطلاق می‌شود که نشان دهنده آگاهی و شناخت فرد راجع به یک مفهوم یا یک نوع محرک (شامل اسنادهای آن و روابط میان آن اسنادها) می‌باشد. طرحواره‌ها به‌عنوان شیوه‌های مهم قالب‌سازی دیدگاه یک فرد درباره جهان‌ش در نظر گرفته می‌شوند؛ چرا که برفرایندهای توجه، حافظه، و استنباط اجتماعی تأثیر می‌گذارد (میلتون، ۲۰۰۰). انواع متفاوتی از طرحواره‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ نظیر طرحواره‌های مربوط به اشخاص، طرحواره‌های مربوط به خود، طرحواره‌های مربوط به نقش، طرحواره‌های مربوط به وقایع و رویدادها، و طرحواره‌های آزاد (ایروانی و باقریان، ۱۳۸۳: ۵۹). یکی از مهم‌ترین طرحواره‌های بررسی شده، طرحواره جنسیت است که مطالعه درباره آن به ارایه نظریه طرحواره جنسیت منجر شده است. این نظریه در چارچوب نظریات مربوط به هویت جنسیتی، توسط ساندرا بم^۲ ارایه شده است. هویت جنسیتی زمانی شکل می‌گیرد که کودکان معنا و تصویری از خود می‌سازند که در بردارنده مفاهیم مردانگی یا زنانگی است و جنسیت به بخشی از خود پنداره آنها تبدیل می‌گردد. بین سنین چهار تا هفت سالگی، کودکان به تدریج مفهوم ثبات جنسیتی^۳ را می‌فهمند، بدین معنی که تشخیص می‌دهند جنسیت یک ویژگی اساسی و بنیانی برای تعریف و شناخت هر کس است. پس از استحکام این شناخت‌ها، ادراکات فرد تحت تأثیر آنچه که درباره جنسیت یاد گرفته‌اند قرار می‌گیرد (بارون و بیرن، ۱۹۹۷: ۱۷۶). به عقیده بم، کودکان این آمادگی عمومی را دارند تا اطلاعات راجع به خودشان را بر مبنای تعاریف اجتماعی رفتارهای مناسب برای هر جنس، سازمان‌دهی نمایند. زمانی که یک کودک می‌آموزد که خودش را دختر یا پسر بداند، صحنه آماده است تا کودک نقش‌هایی را بیاموزد که این برچسب‌ها را همراهی می‌کنند. به موازات رشد کودکان، آنها به تفصیل عقاید کلیشه‌ای مربوط به مرد بودن یا زن بودن (کلیشه‌های جنسیتی) را در فرهنگ خودشان می‌آموزند (همان، ۱۷۷).

1 -Gender Schema Theory
2 -Sandra Bem
3 -Gender Consistency

نظریه یادگیری اجتماعی^۱

نظریه یادگیری اجتماعی بر ارتباط سه‌گانه بین فرد، رفتار و محیط از طریق فرایند التزام یا علیت متقابل تأکید می‌کند (گراف و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۸). گرچه فرایند یادگیری در دو محیط فیزیکی (جنبه‌های مادی میدان رفتار) و اجتماعی (حضور واقعی یا خیالی دیگران و یا مشارکت آنان در زمان یادگیری) رخ می‌دهد، با این حال به نظر می‌رسد محیط اجتماعی اهمیت ویژه‌ای دارد (شاو و کوستانزو، ۱۹۸۲: ۴۱). یکی از کاربردهای نظریه یادگیری اجتماعی، توضیح علل تفاوت‌های جنسیتی در نگرش و رفتار است. این نظریه تأکید بسیار زیادی بر نقش عوامل محیطی در یادگیری نگرش‌ها و رفتارها دارد.

آلبرت باندورا که نامش با نظریه یادگیری اجتماعی پیوند خورده است در توضیح چگونگی فراگیری رفتارهای مربوط به نقش جنسیتی می‌گوید: کودک از دو طریق رفتارهای اجتماعی و نقش‌های جنسیتی را یاد می‌گیرد؛ نخست از طریق آموزش مستقیم (شرطی سازی کودک به مدد عوامل تقویت کننده که وی طی آن با دریافت پاداش و یا تنبیه، نسبت به رفتارهای جنسیتی شرطی شده و آنها را می‌آموزد)؛ و دوم از طریق تقلید یا همانند سازی یا سرمشق‌گیری (الگوسازی رفتارهای جنسیتی توسط والدین و سایر کارگزاران جامعه پذیری، و تقلید و پیروی کودک از این الگوها) (دوسک، ۱۹۸۷: ۱۲۸). این نظریه بر این اندیشه مبتنی است که کودکان نقش‌های مربوط به جنسیت خود را به وسیله پاداش و تنبیهی که در طی انجام بازی‌های مختلف با کودکان دیگر و نیز مشاهده رفتار دیگران به‌عنوان سرمشق‌ها و مدل‌ها دریافت می‌دارند، یاد می‌گیرند (مارتین، ۲۰۰۰: ۴۴۶).

در مجموع، طرفداران این نظریه بر این باورند که والدین نقش بسیار مهمی در یاد دهی نقش‌های جنسیتی به فرزندان ایفاء می‌کنند، زیرا زمان زیادی را در ارتباط نزدیک با کودک می‌گذرانند و رابطه‌ای عاطفی با وی دارند. والدین برای رفتاری که به گمان آن‌ها، با جنسیت کودک متناسب است به او پاداش می‌دهند، کودک می‌آموزد آن‌چه را که مورد تأیید و پسند واقع می‌شود حدس بزند و مطابق آن رفتار کند... والدین و دیگران، با پاداش و تنبیه، کودک را به تقلید آن‌چه نقش جنسیتی مناسب می‌پندارند تشویق

1-Social Learning Theory

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۱۷

می‌کنند. در حقیقت این پیش فرض که والدین آشکارا میان دختر و پسر فرق می‌گذارند در این نظریه نقش اساسی دارد (گرت، ۱۳۸۰: ۳۵).

نظریه جامعه‌پذیری جنسیت^۱

آشکارترین شیوه‌ای که از طریق آن، فرهنگ جامعه در ایجاد تفاوت‌های رفتاری مردان و زنان نقش ایفاء می‌کند، جامعه‌پذیری است. جامعه‌پذیری فرایندی است که انسان‌ها از طریق آن شیوه‌های زندگی جامعه‌شان را می‌آموزند و شخصیت ویژه‌ای کسب می‌کنند؛ به گونه‌ای که آمادگی عملکرد و رفتار در جامعه به عنوان یک عضو را پیدا نمایند. آن‌چه که جامعه‌شناسان در فرایند جامعه‌پذیری بر آن تأکید دارند یادگیری مهارت‌ها و نگرش‌هایی است که متناسب با نقش‌های اجتماعی افراد می‌باشد. جامعه‌پذیری جنسیت آن بخش از اجتماعی شدن است که به وسیله آن نه تنها کودکان تبدیل به موجوداتی اجتماعی می‌شوند، بلکه به افرادی با ویژگی‌های مردانه یا زنانه تبدیل می‌گردند. در این وضعیت، جنسیت یعنی مرد یا زن بودن، در بردارنده مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و رفتارهایی است که در درون هر جامعه برای مردان و زنان، شایسته و مناسب می‌باشد. آن‌چه که به عنوان محتوای این فرایند در نظر گرفته می‌شود (نظیر هنجارها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، و رفتارها) همان‌هایی هستند که از نیازهای سیستم اجتماعی جامعه سرچشمه می‌گیرند (استانلی و وایز، ۲۰۰۲: ۲۷۳).

گرچه جامعه‌شناسان در اهمیت خانواده، مدرسه، همسالان و رسانه‌های گروهی در اجتماعی کردن اعضای جامعه متفق‌القولند، اما بسیاری از آنها بر این باورند که خانواده دارای اهمیتی اساسی در جامعه‌پذیر کردن افراد می‌باشد. کودکان که به طور دایم والدین‌شان را در هنگام اجرای نقش‌های جنسیتی روزانه‌شان می‌بینند، اگر ببینند که مادران‌شان اغلب در داخل منزل به سر برده و پدران‌شان در خارج از منزل به کار اشتغال دارند، مادران‌شان نسبت به پدران‌شان وقت بیشتری را برای آشپزی، نظافت و سایر کارهای خانه‌داری اختصاص می‌دهند و اغلب مادران‌شان هستند که از کارشان می‌زنند تا از آن‌ها به هنگام بیماری مراقبت کرده یا آن‌ها را به دکتر ببرند، طبیعی است که این کودکان نقش‌های مذکور را به عنوان شیوه‌های عادی و پذیرفته شده برای رفتار مردان و زنان تلقی کرده و آن‌ها را بپذیرند (براون، ۱۹۹۲: ۸۶). براساس

1. Gender Socialization Theory

نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، در فرایند جامعه‌پذیری در خانواده، نگرش‌ها و هویت جنسیتی به صورت درونی شده به فرزندان انتقال یافته و تداوم سلطه مردان و فرمانبری زنان را به دنبال می‌آورد. با توجه به این‌که در طی فرایند جامعه‌پذیری جنسیت، معمولاً از مردان تصویری مستقل، استوار، شایسته، توانا و با اراده ترسیم گردیده و در مقابل، زنان موجوداتی آرام، فرمانبر، منفعل، عاطفی، و وابسته توصیف می‌شوند؛ در چنین شرایطی مردان نقش جنسیتی سنتی سلطه‌گری مردانه و زنان نقش فرمانبر بودن را می‌پذیرند (شافر و لامن، ۱۹۹۲: ۹۸).

یکی دیگر از راه‌هایی که والدین، رفتارهای جنسیت مدار فرزندان‌شان را تقویت می‌کنند از طریق الگوهای متفاوت کنش متقابل و رفتار با دختران و پسران است. والدین این رفتارهای مبتنی بر جنسیت را با دادن یا ندادن پاسخ‌های خاص به برخی از رفتارهای معین در فرزندان‌شان تقویت می‌کنند. از این‌رو، تقلید فرزندان از رفتارهای والدین و نیز تقویت مستقیم پاسخ‌های فرزندان توسط والدین از راه‌های اساسی هستند که منجر به جامعه‌پذیری متفاوت دختران و پسران در خانواده می‌گردد. این تفاوت‌گذاری‌ها و تمایزات بین دو جنس که از آغاز زندگی شروع می‌شود منجر به یادگیری رفتارهای منفعلانه، مطیعانه و پرورشی و مراقبت از دیگران توسط دختران می‌گردد در حالی که پسران رفتارهای فعالانه، پرخاشگرانه و مستقل و متکی به خود بودن را می‌آموزند. بر اساس نظریات "بلاک" والدین به احتمال زیاد رفتارهایی را در پسران تشویق می‌کنند که آن‌ها را دارای اعتماد به نفس، مستقل و جسور بار می‌آورند؛ در حالی که دختران را به سوی رفتارهای افزایش دهنده روابط متقابل با دیگران و متکی شدن به آن‌ها سوق می‌دهند (لیندسی و همکاران، ۱۹۹۷: ۶۴۳).

چارچوب نظری تحقیق

مطابق نظریه طرحواره جنسیت، افراد کلیشه‌های جنسیتی (عقاید قالبی مربوط به صفات مردانه یا زنانه) را بر اساس هویت جنسیتی‌شان می‌آموزند. میزان پذیرش این کلیشه‌های جنسیتی می‌تواند با تأثیر پذیری از عوامل گوناگون روانی-اجتماعی افزایش یا کاهش یابد. مطابق نظریه‌های جامعه‌پذیری جنسیتی و نیز یادگیری اجتماعی، افراد طی فرایند جامعه‌پذیری از طریق سازوکارهای تقویت و تقلید، صفات و ویژگی‌های متناسب با جنسیت خود را از دیگران مهم، به ویژه والدین و سایر اعضای خانواده یاد می‌گیرند. بدین ترتیب، نگرش‌های جنسیتی و نیز نگرش‌های شغلی در چارچوب خانواده آموخته می‌شود. عامل تأثیرگذار در

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۱۹

نحوه و میزان یادگیری این نگرش‌ها، همانا جنسیت کودکان می‌باشد؛ بدین معنی که مطابق نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، مذکر یا مؤنث بودن موجب می‌گردد تا افراد مجموعه متفاوتی از ویژگی‌ها و رفتارهای شایسته مردانه/زنانه را فرا گرفته و به هنگام ایفای نقش‌های اجتماعی‌شان به آنها عمل نمایند. علاوه بر این، از دیدگاه نظریه نقش، موقعیت فرد در ساختار اجتماعی می‌تواند شکل دهنده باورها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی وی باشد؛ از این رو، پایگاه اجتماعی - اقتصادی والدین که نشان دهنده جایگاه آنها در سلسله مراتب نظام اجتماعی است، بر باورها، نگرش‌ها و رفتارهای والدین در زمینه نقش‌های جنسیتی تأثیر می‌گذارد. بنابر نظریه یادگیری اجتماعی، این نگرش‌های والدین طی فرایند جامعه‌پذیری به فرزندان آموخته و منتقل می‌گردد. بدین ترتیب والدین که خود به شیوه‌ای متفاوت از فرزندانشان جامعه‌پذیر شده‌اند و دارای نگرش سنتی راجع به روابط و رفتارهای اجتماعی فرزندان و به ویژه دختران می‌باشند، با به کارگیری پاداش یا تنبیه، برخی از کلیشه‌های جنسیتی راجع به صفات، نگرش‌ها، نقش‌ها و رفتارهای مناسب برای مردان و زنان را به فرزندان منتقل یا تحمیل می‌نمایند. همچنین، بر مبنای نظریه نقش، تغییر در نقش افراد می‌تواند منجر به تغییر در نگرش‌ها و رفتارهای آنان گردد. از این رو، افراد مجرد پس از متأهل شدن و به عهده گرفتن نقش همسری (زن یا شوهر بودن)، ممکن است نگرش‌های خود درباره صفات و ویژگی‌های مناسب مردانه و زنانه را تغییر داده و با کسب تجربیات واقعی از جنس مخالف، باورهایشان به کلیشه‌های جنسیتی تضعیف یا تقویت گردد.

فرضیات

- ۱- بین نگرش جنسیتی سنتی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۲- بین نگرش شغلی سنتی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۳- بین پایگاه اجتماعی اقتصادی والدین و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه معکوس وجود دارد.
- ۴- بین متأهل بودن و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی رابطه معکوس وجود دارد.
- ۵- بین میزان سخت‌گیری والدین و نگرش جنسیتی سنتی رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۶- بین میزان سخت‌گیری والدین و نگرش شغلی سنتی رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۷- بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی والدین و میزان سخت‌گیری آنها رابطه معکوس وجود دارد.

۱۲۰ پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۶

- ۸- بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی والدین و نگرش شغلی سنتی رابطه معکوس وجود دارد.
- ۹- بین زن بودن و نگرش جنسیتی سنتی رابطه معکوس وجود دارد.
- ۱۰- بین زن بودن و نگرش شغلی سنتی رابطه معکوس وجود دارد.
- ۱۱- بین نگرش جنسیتی سنتی و نگرش شغلی سنتی رابطه مستقیم وجود دارد.

روش شناسی

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات مقطعی بوده که به صورت پیمایشی صورت گرفته است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق، مرکب از ۱۰۹۴۴ نفر کارآموز مرد و زن در مراکز آموزش فنی و حرفه ای استان مازندران می باشد که در زمان جمع آوری داده ها، در ۲۲ مرکز ثابت آموزش فنی و حرفه ای در شهرستان های مختلف این استان، مشغول به کارآموزی بوده اند. با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران، حجم نمونه ای برابر با ۴۲۵ نفر کارآموز تعیین گردید که با شیوه نمونه گیری تصادفی چند مرحله ای، پاسخگویان تحقیق به صورت کاملاً تصادفی از بین کارآموزان حاضر در کلاس های کارآموزی در یازده مرکز واقع در شهرهای بهشهر و ساری (از شرق)؛ قائمشهر، بابل، و آمل (از مرکز)؛ نور و رامسر (از غرب استان مازندران) انتخاب شدند.

ابزار اندازه گیری

به منظور گردآوری داده ها از پرسشنامه خود اجرا استفاده شد. با اجرای آزمون مقدماتی، پرسشنامه اولیه توسط ۵۰ نفر از کارآموزان (که در مطالعه نهایی حضور نداشتند) تکمیل گردید. همچنین برای سنجش اعتبار از روش اعتبار صوری و جهت سنجش روایی کل پرسشنامه و نیز مقیاس های مورد استفاده، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که در نهایت با حذف سؤالات و گویه های کم اهمیت، برای کل پرسشنامه رقم ۰/۷۴۲ به دست آمده است. پس از رفع اشکالات پرسشنامه در زمینه مناسب بودن شکل، اعتبار و روایی، میزان ابهام و یا مشکل بودن سؤالات و نیز زمان مورد نیاز برای تکمیل پرسشنامه توسط پاسخگویان، پرسشنامه نهایی طراحی گردید و برای گردآوری داده ها استفاده شد.

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۲۱

متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر وابسته تحقیق، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی است. محقق سعی نمود تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق (یعنی جنسیت، محل سکونت، وضع تأهل، میزان تحصیلات، درآمد خانواده، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده، نگرش شغلی، نگرش جنسیتی و میزان سخت‌گیری والدین) را بر نوسانات و تغییرات میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد. بطور مشخص، متغیرهای نگرش جنسیتی و نگرش شغلی از نظریه یادگیری اجتماعی، میزان سخت‌گیری والدین از نظریه جامعه‌پذیری جنسیت، پایگاه اجتماعی و وضع تأهل از نظریه نقش و جنسیت و کلیشه‌های جنسیتی از نظریه طرحواره جنسیت مشتق شده‌اند. متغیرهای جنسیت و وضع تأهل در سطح سنجش اسمی، پایگاه اجتماعی- اقتصادی در سطح سنجش ترتیبی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، نگرش جنسیتی، نگرش شخصیتی، و میزان سخت‌گیری والدین همگی در سطح سنجش فاصله‌ای سنجیده شده‌اند.

تعاریف نظری و عملیاتی مفاهیم

۱- میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی: کلیشه‌های جنسیتی، آرایه دهنده تصویر یکنواخت و قالب بندی شده‌ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان است بدون آنکه مورد بررسی و آزمون قرار گرفته باشند (اعزازی، ۱۳۸۰: ۴۵). مقصود از میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، میزان باورداشت فرد به برخی عقاید قالبی و کلیشه‌ای درباره ویژگی‌های رفتاری و خصوصیات فکری منتسب به مردان یا زنان در جامعه می‌باشد. جهت سنجش میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط کارآموزان، از یک مقیاس ۱۲ گویه‌ای استفاده شد (که ضریب روایی^۱ آن بر اساس آلفا کرونباخ^۲ معادل ۰/۶۹۸ بوده) و در آن ویژگی‌هایی نظیر جذاب و زیبابودن، آرام و صبور بودن، مضطرب و نگران بودن، پرخاشگر و عصبی بودن، عاطفی و حساس بودن، قوی و توانا بودن، فعال و پرانرژی بودن، مستقل و متکی به خود بودن، عقلانی و منطقی بودن و... مطرح گردید. از پاسخگویان خواسته شد تا مشخص نمایند که ویژگی‌های مذکور تا چه حد مردانه یا زنانه می‌باشند. در نهایت، پاسخ‌های به دست آمده در سه مقوله تقسیم بندی گردید: ضعیف؛ متوسط و شدید (پاسخگویانی که نگرش شخصیتی سستی داشته و به شدت به کلیشه‌های جنسیتی راجع به ویژگی‌های شخصیتی مردانه و زنانه باور داشتند).

1 -Reliability Coefficient

2 -Choronbach's Alpha

۲- نگرش جنسیتی: به موضع‌گیری فرد نسبت به جایگاه، نقش، وظایف و امتیازات مردان و زنان در جامعه، نگرش جنسیتی اطلاق می‌شود. برای سنجش نگرش جنسیتی در تحقیق حاضر، از یک مقیاس ۱۲ گویه‌ای استفاده گردید (باضریب روایی معادل ۰/۹۰۲)، که در آن عباراتی راجع به نقش‌ها، وظایف و توانایی‌های مردان و زنان در حوزه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی (نظیر ضرورت اداره امور مهم جامعه توسط مردان، توانایی فکری مردان، ضرورت انجام فعالیت‌های خانه‌داری توسط زنان، ضرورت اطاعت محض زنان از مردان، ناتوانی زنان در فعالیت‌های اجتماعی، عدم ضرورت اشتغال زنان و...) مطرح گردید و از پاسخگویان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با گویه‌های مطرح شده مشخص نمایند. در نهایت، پاسخ‌های به دست آمده در سه مقوله تقسیم‌بندی گردید: نگرش جنسیتی زن مدارانه، نگرش جنسیتی بینابین یا ترکیبی، و نگرش جنسیتی مرد مدارانه یا سنتی (پاسخگویانی که به شدت به تعاریف سنتی از نقش‌های جنسیتی مردان و زنان معتقد بودند).

۳- نگرش شغلی: به موضع‌گیری فرد نسبت به مشاغلی که در فرهنگ جامعه به‌عنوان مشاغل مردانه یا زنانه تعریف می‌شوند، نگرش شغلی اطلاق می‌گردد. به منظور سنجش نگرش شغلی پاسخگویان، تعداد ۳۰ شغل مختلف (نظیر سرپرست مهدکودک، پرستار، فرماندار، خواروبار فروش، قالبیاف، تعمیرکار وسایل خانگی، نقشه‌کش ساختمان، و...) به صورت یک مقیاس ۳۰ آیتی مطرح گردید (باضریب روایی معادل ۰/۷۶۵)، و از پاسخگویان خواسته شد تا تعیین کنند که مشاغل مطرح شده تا چه حد مردانه یا زنانه هستند. در نهایت، پاسخ‌های به دست آمده در سه مقوله تقسیم‌بندی گردید: نگرش شغلی غیرسنتی، نگرش شغلی بینابین، و نگرش شغلی سنتی (پاسخگویانی که معتقد به لزوم انجام تقسیم کار به صورت کاملاً سنتی و مبتنی بر کلیشه‌های جنسیتی رایج در جامعه بودند).

۴- میزان سختگیری والدین: به نحوه برخورد والدین با فرزندان‌شان به هنگام انجام رفتارهای شخصی و اجتماعی اطلاق می‌گردد. در این تحقیق، با طرح یک مقیاس هشت گویه‌ای (باضریب روایی آلفاکروناخ معادل ۰/۸۸۲)، از پاسخگویان پرسیده شد تا نحوه برخورد و میزان سختگیری والدین‌شان را با خود، برادران و خواهران‌شان در زمینه‌هایی نظیر اجازه تحصیل در دانشگاهی دور از محل سکونت، انتخاب دوست، رفت و آمد آزادانه به منزل دوستان، انتخاب همسر آینده، شرکت در کلاس‌های فرهنگی-هنری و باشگاه‌های ورزشی، گردش در مراکز تفریحی بدون اعضای خانواده و اظهار نظر در جمع افراد غریبه مشخص

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۲۳

نماینده. در نهایت، پاسخ‌های به دست آمده در سه مقوله تقسیم‌بندی گردید: والدین سهل‌گیر، والدین بینابین، و والدین سخت‌گیر (که به شدت رفتارهای فرزندان و به‌ویژه دختران را کنترل کرده و به آنها اجازه آزادی عمل نمی‌دادند در حالی که به پسران خود آزادی عمل بیشتری می‌دادند).

۵- پایگاه اقتصادی- اجتماعی والدین: جایگاه و منزلتی است که والدین در سلسله مراتب اجتماعی جامعه اشغال می‌کنند. از آنجا که اکثریت پاسخگویان، شاغل نبوده و در خانواده پدری سکونت داشته‌اند، بررسی پایگاه اقتصادی- اجتماعی والدین آنها، می‌تواند شاخص مفیدی در مشخص کردن موقعیت پاسخگویان در نردبان سلسله مراتب اجتماعی باشد. به منظور سنجش این مفهوم، متغیرهای سطح تحصیلات، میزان درآمد ماهیانه و منزلت شغلی والدین با یکدیگر جمع شده‌اند.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها:

داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از بسته اختصاصی علوم اجتماعی (SPSS) نسخه شماره ۱۳ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

نتایج تحقیق

۱- نتایج توصیفی

۱-۱- ویژگی‌های اجتماعی- جمعیتی پاسخگویان

همانگونه که جدول شماره یک نشان می‌دهد تعداد ۴۲۵ نفر از کارآموزان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای در استان مازندران به عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیدند که ۵۰/۶ درصد از آنان (۲۱۵ نفر) مرد و ۴۹/۴ درصد (۲۱۰ نفر) زن بوده‌اند. پاسخگویان تحقیق را عمدتاً جوانان ۱۶-۲۵ ساله‌ای تشکیل می‌دادند (۸۸/۹ درصد) که میانگین سنی آنها ۲۰/۷ سال بوده است. نزدیک به دو سوم این پاسخگویان (۷۰/۱ درصد) ساکن مناطق شهری و ۸۳ درصد آنها مجرد بوده‌اند. اکثر پاسخگویان (۷۸/۴ درصد) تحصیلاتی در حد دیپلوم و یا دیپلم داشته‌اند. همچنین بررسی وضعیت اشتغال پاسخگویان نشان می‌دهد که بیش از نیمی از آنان (۵۸/۵ درصد) بیکار و نزدیک به یک سوم آنان (۳۰ درصد) دانش‌آموز یا دانشجو بوده‌اند. اکثر پاسخگویان در خانوارهای با بعد متوسط (۵۸/۲ درصد) و بزرگ (۳۰/۵ درصد) زندگی کرده و متعلق به خانواده‌هایی با پایگاه اجتماعی- اقتصادی پائین (۶۱/۴ درصد) و متوسط (۳۳/۹ درصد) بوده‌اند.

۱۲۴ پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۶

جدول (۱) توصیف ویژگی‌های اجتماعی - جمعیتی پاسخگویان

درصد	تعداد	متغیرها	
۵۰/۶	۲۱۵	مرد	
		زن	
۴۹/۴	۲۱۰	۱۶-۲۰	
		۲۱-۲۵	
		۲۶-۳۰	
۲۰/۷ سال		میانگین	
۷۰/۱	۲۹۵	شهر	
		روستا	
۲۹/۹	۱۳۶	مجرد	
		متاهل	
۵/۹	۲۵	ابتدایی و راهنمایی	
		دیپلمستان و دیپلم	
		تحصیلات عالی	
۷	۳۰	شاغل	
		بیکار	
		دانش آموز و دانشجو	
		خانه‌دار	
۱۱/۳	۴۸	کوچک (۳-۴ نفره)	
		متوسط (۵-۷ نفره)	
		بزرگ (۸ نفره و بالاتر)	
۶۱/۴	۲۳۷	پایین	
		متوسط	
		بالا	

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۲۵

۲-۱- میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

اطلاعات جدول شماره دو، گویای میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی (رواج عقاید قالبی مربوط به ویژگی‌های مردانه و زنانه) در بین پاسخگویان جوان در استان مازندران می‌باشد. با نگاهی دقیق به جدول، می‌توان رگه‌های آشکاری از تأثیر عقاید قالبی و کلیشه‌های جنسیتی را در بین پاسخگویان جوان ملاحظه نمود؛ بدین معنی که مهمترین ویژگی‌های شخصیتی مردانه از دید آنها به ترتیب اولویت عبارتند از: پرخاشگر و عصبی، دارای قدرت مدیریت و رهبری، قوی و توانا، فعال و پرا انرژی، و مستقل و متکی به خود. در مقابل، مهمترین ویژگی‌های زنانه از دید پاسخگویان به ترتیب اولویت عبارتند از: عاطفی و حساس، جذاب و زیبا، آرام و صبور، مضطرب و نگران و وابسته و متکی به دیگران.

جدول ۲) توصیف مهمترین ویژگی‌های شخصیتی مردانه و زنانه

جمع	کاملاً یا بیشتر زنانه			کاملاً یا بیشتر مردانه			مردانه - زنانه		دیدگاه پاسخگویان و ویژگی‌های شخصیتی
	درصد	تعداد	رتبه	درصد	تعداد	رتبه	درصد	تعداد	
۴۱۸	۲/۹	۱۲	۱۲	۲۵/۴	۱۰۶	۶	۷۱/۸	۳۰۰	توانایی شغلی و حرفه‌ای
۴۲۳	۱۴/۴	۶۱	۶	۲۲	۹۳	۷	۶۳/۶	۲۶۹	عقلانی و منطقی
۴۱۸	۶	۲۵	۸	۳۶/۴	۱۵۲	۵	۵۷/۷	۲۴۱	مستقل و متکی به خود
۴۲۱	۷/۱	۳۰	۷	۳۸/۵	۱۶۲	۴	۵۴/۴	۲۲۹	فعال و پرا انرژی
۴۱۷	۴/۶	۱۹	۱۱	۴۵/۶	۱۹۰	۳	۴۹/۹	۲۰۸	قوی و توانا
۴۱۵	۴۱/۴	۱۷۲	۵	۱۰/۴	۴۳	۹	۴۸/۲	۲۰۰	وابسته و متکی به دیگران
۴۲۳	۴/۷	۲۰	۱۰	۴۸	۲۰۳	۲	۴۷/۳	۲۰۰	قدرت مدیریت و رهبری
۴۱۷	۴۴/۸	۱۸۷	۴	۱۲/۷	۵۳	۸	۴۲/۲	۱۷۷	مضطرب و نگران
۴۲۱	۵/۲	۲۲	۹	۵۷	۲۴۰	۱	۳۷/۸	۱۵۹	پرخاشگر و عصبی
۴۲۲	۵۳/۸	۲۲۷	۳	۱۰/۲	۴۳	۱۰	۳۶	۱۵۲	آرام و صبور
۴۲۳	۵۸/۹	۲۴۹	۲	۵/۴	۲۳	۱۱	۳۵/۷	۱۵۱	جذاب و زیبا
۴۲۱	۷۲/۹	۳۰۷	۱	۴/۸	۲۰	۱۲	۲۲/۳	۹۴	عاطفی و حساس

۲- نتایج تحلیلی

۲-۱- تفاوت‌های جنسیتی

مردان و زنان پاسخگو در انتساب ویژگی‌های شخصیتی معین به مردان و زنان نظرات یکسانی نداشته‌اند. جدول شماره سه این تفاوت‌ها را همراه با آزمون‌های معناداری نشان می‌دهد. با نگاهی به داده‌های جدول می‌توان دریافت که:

۱) در ده مورد از دوازده مورد ویژگی‌های شخصیتی مردانه یا زنانه، تفاوت جنسیتی معناداری به چشم می‌خورد. به‌عنوان نمونه در حالیکه ۷۰/۴ درصد از مردان خود را دارای قدرت و مدیریت و رهبری می‌دانستند، تنها ۲۵/۲ درصد از زنان پاسخگو برای مردان این ویژگی را متصور بودند
($X^2 = ۸۸/۱$, $Sig = ۰/۰۰۰$, $Cramer's V = ۰/۴۵۶$)

۲) تنها در دو مورد از ویژگی‌های شخصیتی است که تفاوتی در نظرات پاسخگویان مرد و زن وجود ندارد که یکی از این ویژگی‌ها مربوط به مردان (پرخاشگر و عصبی) و دیگری مربوط به زنان (وابسته و متکی به دیگران) است. در واقع، هم زنان و هم مردان، در این تصویر ذهنی از مرد که موجودی است پرخاشگر و عصبی با هم اشتراک نظر دارند و نیز بر این باورند که زن موجودی وابسته و متکی به دیگران می‌باشد.

۳) غیر از دو ویژگی مذکور، در سایر ویژگی‌های شخصیتی نکته قابل توجهی که جلب نظر می‌کند این است که در زمینه ویژگی‌های شخصیتی مردانه، مردان بیشتر از زنان خود را دارای این ویژگی‌ها (مدیر، قوی، فعال و مستقل) می‌دانند و در نقطه مقابل، در زمینه ویژگی‌های شخصیتی زنانه، زنان بیشتر از مردان خود را واجد این صفات شخصیتی (عاطفی، جذاب و آرام) محسوب می‌کنند.

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۲۷

جدول ۳) مقایسه مهمترین ویژگی‌های شخصیتی مردانه و زنانه بر حسب جنسیت

جمع	مردانه - زنانه				کاملاً یا بیشتر زنانه				کاملاً یا بیشتر مردانه				ویژگی‌های شخصیتی و خانگی
	زن		مرد		زن		مرد		زن		مرد		
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۴۲۱	۳۷/۳	۷۸	۳۸/۲	۸۱	۳/۳	۷	۷/۱	۱۵	۵۹/۳	۱۲۴	۵۴/۷	۱۱۶	برخاستگی و عصبی
X ² =3/21, df=2, Sig.=0/201, CramersV=0/087, Goodman&Kruskal Tau=0/002													
۴۲۳	۶۶/۷	۱۴۰	۲۸/۲	۶۰	۸/۱	۱۷	۱/۴	۳	۲۵/۲	۵۳	۷۰/۴	۱۵۰	قدرت مدیریت
X ² =88/1, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/456, Goodman&Kruskal Tau=0/164													
۴۱۷	۶۴/۴	۱۳۴	۳۵/۴	۷۴	۵/۸	۱۲	۳/۳	۷	۲۹/۸	۶۲	۶۱/۲	۱۲۸	قوی و توانا
X ² =41/5, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/316, Goodman&Kruskal Tau=0/085													
۴۲۱	۷۰/۳	۱۴۷	۳۸/۷	۸۲	۱۱/۰	۲۳	۳/۳	۷	۱۸/۷	۳۹	۵۸	۱۲۳	فعال و پرتلاش
X ² =70/5, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/409, Goodman&Kruskal Tau=0/118													
۴۱۸	۶۹/۷	۱۴۵	۴۵/۷	۹۶	۸/۷	۱۸	۳/۳	۷	۲۱/۶	۴۵	۵۱	۱۰۷	مستقل و متکی به خود
X ² =40/0, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/310, Goodman&Kruskal Tau=0/069													
۴۲۱	۲۱/۹	۴۶	۲۲/۷	۴۸	۱/۰	۲	۸/۵	۱۸	۷۷/۱	۱۶۲	۶۸/۷	۱۴۵	عاطفی و حساس
X ² =13/7, df=2, Sig.=0/001, CramersV=0/181, Goodman&Kruskal Tau=0/008													
۴۲۳	۳۵/۲	۷۴	۳۶/۲	۷۷	۱/۴	۳	۹/۴	۲۰	۶۳/۳	۱۳۳	۵۴/۵	۱۱۶	جذاب و زینب
X ² =13/7, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/180, Goodman&Kruskal Tau=0/007													
۴۲۲	۳۵/۶	۷۴	۳۶/۴	۷۸	۲/۹	۶	۱۷/۳	۳۷	۶۱/۵	۱۲۸	۴۶/۳	۹۹	آرام و صبور
X ² =26/1, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/249, Goodman&Kruskal Tau=0/019													
۴۱۷	۴۶/۹	۹۷	۳۸/۱	۸۰	۸/۲	۱۷	۱۷/۱	۳۶	۴۴/۹	۹۳	۴۴/۸	۹۴	مضطرب و نگران
X ² =8/42, df=2, Sig.=0/015, CramersV=0/142, Goodman&Kruskal Tau=0/006													
۴۱۵	۵۱/۹	۱۰۷	۴۴/۵	۹۳	۸/۷	۱۸	۱۲/۰	۲۵	۳۹/۳	۸۱	۴۳/۵	۹۱	وابسته به دیگران
X ² =2/76, df=2, Sig.=0/262, CramersV=0/080, Goodman&Kruskal Tau=0/004													
۴۱۸	۸۷	۱۸۰	۵۶/۹	۱۲۰	۴/۸	۱۰	۰/۹	۲	۸/۲	۱۷	۴۲/۲	۸۹	خودآرامی و شکیلی و خرقه‌ای
X ² =66/2, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/398, Goodman&Kruskal Tau=0/124													
۴۲۳	۶۶/۷	۱۴۰	۶۰/۶	۱۲۹	۱۹/۵	۴۱	۹/۴	۲۰	۱۳/۸	۲۹	۳۰/۰	۶۴	عقلانی و منطقی
X ² =20/8, df=2, Sig.=0/000, CramersV=0/222, Goodman&Kruskal Tau=0/019													

۴) نکته قابل تأمل دیگر آن که تفاوت نظر مردان و زنان پاسخگو در زمینه ویژگی‌های شخصیتی مردانه، بیشتر و شدیدتر (و از لحاظ آماری معنادارتر) از ویژگی‌های شخصیتی زنانه می‌باشد؛ که این امر می‌تواند بیانگر آن باشد که زنان جوان از انتساب برخی از ویژگی‌های شخصیتی مثبت به مردان (مدیر، قوی، فعال، و مستقل) ناراضی بوده و آنها را صرفاً ویژگی‌هایی مردانه تلقی نمی‌کنند و به نوعی با نادیده گرفتن فرهنگ سنتی بدنبال اکتساب ویژگی‌های شخصیتی مذکور (که گمان می‌برند ابزارهای مناسبی برای رشد و ارتقای مردان بوده‌اند) می‌باشند. به‌منظور توضیح دقیق‌تر این تفاوت‌های جنسیتی، میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخگویان را برحسب جنسیت در جدول شماره ۴ به نمایش گذاشته‌ایم:

جدول ۴) توزیع جنسیتی پاسخگویان بر حسب میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

جمع		زن		مرد		جنسیت میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۲۷/۷	۱۰۷	۱۵/۴	۳۰	۴۰/۱	۷۷	شدید(نگرش شخصیتی سنتی)
۶۲/۰	۲۴۰	۷۱/۳	۱۳۹	۵۲/۶	۱۰۱	متوسط (نگرش شخصیتی بینابین)
۱۰/۳	۴۰	۱۳/۳	۲۶	۷/۳	۱۴	ضعیف (نگرش شخصیتی غیرسنتی)
۱۰۰	۳۸۷	۱۰۰	۱۹۵	۱۰۰	۱۹۲	جمع کل

$$X^2=30/2, df=2, Sig.= 0/000, Cramers'V=0/280, Goodman\&Kruskal=0/047$$

همانگونه که جدول مذکور نشان می‌دهد تفاوت معنی داری در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی برحسب جنسیت وجود داشته است ($X^2 = 30/2, df = 2, Sig = 0/000, Cramer's V = 0/280$) بدین معنی که ۷/۳ درصد از مردان اعتقاد ضعیفی به کلیشه‌های جنسیتی داشته‌اند و دارای نگرش شخصیتی غیر سنتی (مدرن) بوده‌اند درحالی‌که این رقم برای زنان پاسخگو ۱۳/۳ درصد (۱/۸ برابر مردان) بوده است. از سوی دیگر در حالی که میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در بین ۱۵/۴ درصد از زنان، شدید گزارش شده است؛ این رقم در بین مردان ۴۰/۱ درصد (۲/۶ برابر زنان) را نشان می‌دهد. همچنین درصد بیشتری از زنان (۷۱/۳ درصد) نسبت به مردان (۵۲/۶ درصد) نگرشی بینابین (سنتی - مدرن) داشته‌اند که می‌تواند بیانگر حرکت زنان برای گذر از نگرش‌های سنتی نسبت به نقش‌ها و ویژگی‌های مردانه - زنانه و رسیدن به نگرش‌های غیرسنتی و مساوات طلبانه‌تر باشد.

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۲۹

۲-۲- بررسی عوامل مرتبط با میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

در این تحقیق، میزان همبستگی برخی از متغیرهای مستقل با میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی پاسخگویان به شرح جدول شماره ۵ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. براساس داده‌های جدول، میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بر حسب متغیرهای اجتماعی- فرهنگی نوسان پذیر بوده است. به عنوان مثال بر حسب میزان تحصیلات می‌توان مشاهده کرد که میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی جوانانی که تحصیلاتی در سطح ابتدایی و راهنمایی داشته‌اند (۲۰/۵) بیشتر از پاسخگویان با تحصیلات دبیرستانی و دیپلم (۱۹/۲) بوده و رقم میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در این گروه از پاسخگویان نیز بالاتر از دانشجویان یا دارندگان مدارک دانشگاهی (۱۸/۵) بوده است. به عبارت واضح‌تر می‌توان رابطه معناداری بین افزایش میزان تحصیلات و کاهش میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی مشاهده نمود:

$$(F = -۶/۴۳, df = ۳۸۴, Sig = ۰/۰۰۲)$$

جدول ۵) آزمون میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بر حسب متغیرهای اجتماعی - فرهنگی

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون F یا T*	انحراف معیار	میانگین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی	تعداد پاسخگویان	متغیرهای اجتماعی - فرهنگی	
۰/۰۰۰	۳۷۷	۴/۱۱	۵/۲۷	۲۴	۱۸۹	مرد	جنسیت
			۴/۳۵	۲۱/۹	۱۹۰	زن	
۰/۰۱۹	۲۱۷	-۲/۳۵	۳/۰۲	۱۸/۸	۳۶۸	شهر	محل سکونت
			۳/۰۵	۱۹/۶	۱۱۶	روستا	
۰/۰۰۱	۹۰	۳/۴۴	۲/۹۹	۲۰/۵	۳۲۱	مجرد	وضع تأهل
			۳/۰۶	۱۹/۱	۶۵	متاهل	
۰/۰۰۲	۳۸۴	۶/۴۳	۳/۳۷	۲۰/۵	۲۰	ابتدایی و راهنمایی	سطح تحصیلات
			۲/۹۴	۱۹/۲	۳۰۳	دبیرستان و دیپلم	
			۳/۱۹	۱۸/۵	۶۴	تحصیلات عالی	
۰/۰۲۵	۳۷۱	۳/۷۳	۳/۰۷	۲۰/۳	۲۲۵	پایین	درآمد خانواده
			۲/۶۷	۱۹/۶	۱۰۰	متوسط	
			۳/۶۶	۱۹	۴۹	بالا	
۰/۰۰۰	۳۶۲	۱۸/۵	۲/۸۹	۱۸/۲	۲۰۰	ضعیف	نگرش جنسیتی سنتی
			۲/۹۴	۱۸/۳	۱۰۶	متوسط	
			۳/۱۵	۲۰/۲	۵۹	شدید	
۰/۰۰۲	۲۵۲	۶/۴۹	۲/۸۴	۱۸/۶	۸۶	کم	میزان سخت‌گیری والدین
			۲/۷۱	۱۹/۱	۱۳۱	متوسط	
			۳/۳۶	۲۰/۳	۳۸	زیاد	

*آزمون T-student برای متغیرهای دارای دو طبقه و F(ANOVA) برای متغیرهای دارای بیش از دو طبقه به کار گرفته شده است.

۱۳۰ پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۶

بدین ترتیب، در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که زن بودن، سکونت در شهرها، تأهل (درگیر شدن در روابط خانوادگی و ارتباط نزدیکتر و واقع‌گرایانه‌تر با جنس مخالف)، گذراندن سال‌های بیشتری از عمر در مدارس و دانشگاه‌ها، زندگی در خانواده‌های پردرآمدتر، تحت نظارت والدین سهل‌گیرتر بودن و دارا بودن نگرش جنسیتی غیر سنتی می‌توانند متغیرهای اجتماعی- فرهنگی مهمی باشند که با فراهم آوردن شرایط اجتماعی متفاوت، به ایجاد یا تشدید نگرش شخصیتی غیرسنتی در افراد و اجتناب از پذیرش کامل کلیشه‌های جنسیتی درباره ویژگی‌های زنانه و مردانه توسط آنها منجر گردند.

۲-۳- عوامل مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، از تکنیک‌های تحلیل رگرسیونی چند متغیره و نیز ضریب مسیر سود جسته‌ایم. تحلیل رگرسیون چند متغیره حاکی از تأثیر چهار متغیر مورد بررسی در این تحقیق بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بوده است. تحلیل رگرسیون خطی به شیوه گام به گام و با ورود تدریجی متغیرهای معنادار در معادله رگرسیونی انجام شده است.

جدول ۶) خلاصه مدل^۱

مدل	R	R square (R ²)	Adjusted R square	ANOVA(F)	Significance
شماره یک	۰/۴۹۷	۰/۲۴۷	۰/۲۴۳	۶۸/۱	۰/۰۰۰
شماره دو	۰/۵۵۳	۰/۳۰۶	۰/۲۹۹	۴۵/۵	۰/۰۰۰
شماره سه	۰/۵۶۴	۰/۳۱۸	۰/۳۰۸	۳۱/۹	۰/۰۰۰
شماره چهار	۰/۵۷۳	۰/۳۲۸	۰/۳۱۵	۲۵/۱	۰/۰۰۰

1-Model Summary

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۳۱

جدول ۷) ضرایب تأثیر^۱ متغیرهای مستقل پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

متغیرهای مستقل	ضریب تأثیر غیر استاندارد (B)	ضریب تأثیر استاندارد شده (beta)	T- value	Significance
نگرش شغلی مردمدارانه (سنّتی)	۰/۱۳۰	۰/۳۶۶	۵/۸۱	۰/۰۰۰
نگرش جنسیتی مردمدارانه (سنّتی)	۰/۰۷۳	۰/۲۴۰	۳/۸۵	۰/۰۰۰
پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده	-۰/۰۸۲	-۰/۱۸۲	-۲/۵۵	۰/۰۱۱
وضعیت تأهل (متاهل بودن)	-۰/۷۹۶	-۰/۱۲۲	-۱/۹۸	۰/۰۴۹

مطابق جدول شماره ۶ در اولین گام و در مدل شماره یک، مؤثرترین متغیر در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، یعنی نگرش شغلی (موضع گیری فرد نسبت به نوع مشاغلی که ویژه مردان یا زنان بوده و در فرهنگ جامعه به مشاغل مردانه یا زنانه معروفند) وارد معادله رگرسیونی شد که دارای همبستگی معادل ۰/۴۹۷ با متغیر وابسته بوده است. ضریب تعیین (R^2) که بیانگر میزان تأثیر تغییرات متغیر وابسته در اثر نوسانات متغیر مستقل است نشان می‌دهد که نگرش شغلی سنّتی به تنهایی ۲۴/۷ درصد از تفاوت در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی را تبیین کرده و توضیح می‌دهد. در گام بعدی متغیر نگرش جنسیتی (موضع گیری فرد نسبت به جایگاه، نقش، تکالیف و امتیازات مردان و زنان در جامعه) وارد معادله رگرسیونی شد که با ورود این متغیر، ضریب همبستگی با افزایش معادل ۰/۰۵۶ واحد به ۰/۵۵۳ می‌رسد. ضریب تعیین (R^2) نیز نشان می‌دهد که ۳۰/۶ درصد از نوسانات میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط متغیرهای نگرش شغلی و نگرش جنسیتی قابل توضیح و تبیین است. در گام سوم با ورود متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده در معادله رگرسیونی، ضریب همبستگی به ۰/۵۶۴ رسید که همراه با نگرش شغلی و نگرش جنسیتی، توضیح دهنده ۳۱/۸ درصد از نوسانات میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی بوده است. در آخرین گام معادله، متغیر وضعیت تأهل (متاهل بودن) وارد معادله رگرسیونی گردید که ۰/۰۹ واحد ضریب همبستگی کلی را افزایش داده و مشخص گردید که در مجموع همبستگی متوسطی ($R = ۰/۵۷۳$) بین میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط جوانان

1 -Coefficients

۱۳۲ پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۶

پاسخگو با چهار متغیر اصلی معادله رگرسیونی (نگرش شغلی سنتی، نگرش جنسیتی سنتی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و وضعیت تأهل) وجود دارد. در نهایت ۳۲/۸ درصد از نوسانات در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی متأثر از چهار متغیر مذکور بوده است.

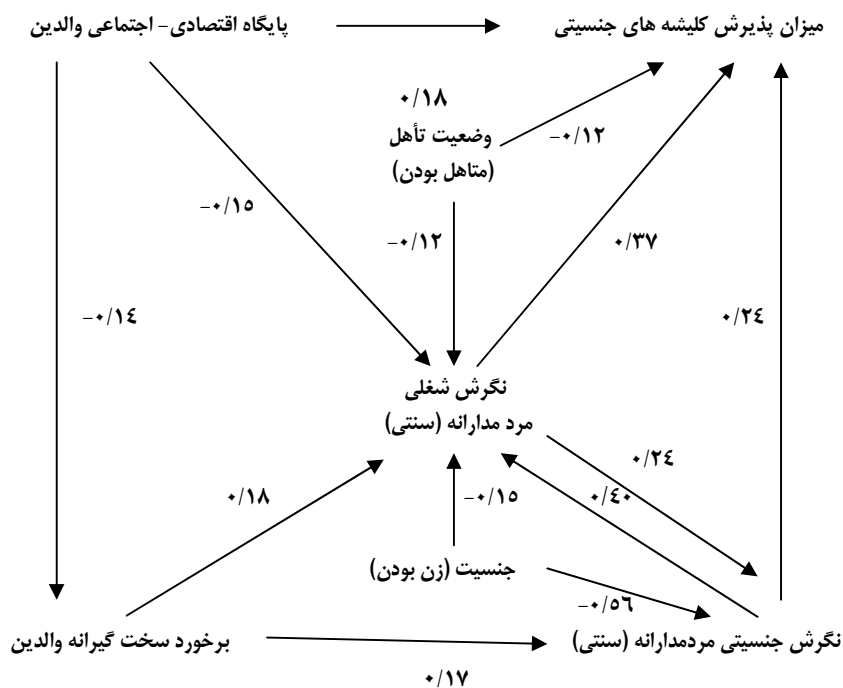
بر اساس مقادیر ضریب تأثیر استاندارد (Beta) در جدول شماره هفت، بیشترین تأثیر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی مربوط به متغیر نگرش شغلی سنتی است که دارای مقدار بتای معادل ۰/۳۶۶ می‌باشد. این عدد نشان می‌دهد که هر چه جوانان پاسخگو دارای نگرش شغلی مرد مدارانه‌تر و سنتی‌تری بوده‌اند، اعتقاد بیشتری به کلیشه‌های جنسیتی داشته‌اند. در مرتبه دوم تأثیر گذاری، از متغیر نگرش جنسیتی سنتی باید نام برد که با دارا بودن بتای معادل ۰/۲۴ نشان می‌دهد که هرچه از سمت دارندگان نگرش جنسیتی غیرسنتی و مدرن به سمت نگرش جنسیتی سنتی پیش می‌رویم، افراد به همان نسبت کلیشه‌های جنسیتی را بیشتر پذیرفته‌اند. رتبه سوم تأثیرگذاری مربوط به پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده بوده است که با دارا بودن بتای معادل ۰/۱۸۲- نشان می‌دهد که زندگی در خانواده- هایی با پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالا میزان اعتقاد به کلیشه‌های جنسیتی را کم می‌کند. در نهایت وضعیت تأهل به‌عنوان آخرین متغیر تأثیر گذار دارای بتای معادل ۰/۱۲۲- بوده است که بیانگر این نکته است که هرچه از سمت افراد مجرد به سمت افراد متأهل حرکت می‌کنیم (کد گذاری مردان و زنان در پرسشنامه بصورت صفر و یک بوده است) از میزان اعتقاد به کلیشه‌های جنسیتی جوانان پاسخگو کاسته می‌شود. به‌نظر می‌رسد ازدواج و ورود به زندگی زناشویی سبب آگاهی بیشتر و واقع بینانه‌تر افراد با نقش‌ها و ویژگی‌های جنس مخالف شده و از شدت نگرش‌های سنتی آنان نسبت به جنس مخالف و باور به کلیشه‌های جنسیتی می‌کاهد. بدین ترتیب معادله رگرسیونی استاندارد عبارت خواهد بود:

(نگرش جنسیتی سنتی) $+0/24$ (نگرش شغلی سنتی) $+0/37$ = میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی

(وضعیت تأهل) $-0/12$ - (پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده) $-0/18$

جهت درک بصری معادله رگرسیونی مذکور، از فن تحلیل مسیر سود جسته‌ایم. همان‌گونه که مشاهده می‌شود مهمترین پیش‌بینی کننده‌های تغییرات میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی، به‌ترتیب متغیرهای نگرش شغلی سنتی (۰/۳۶۶)، نگرش جنسیتی سنتی (۰/۲۴۰)، پایگاه اقتصادی- اجتماعی والدین (۰/۱۸۲-) و متأهل بودن (۰/۱۲۲-) بوده است.

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۳۳



نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر مشخص گردید که متناظر با عقاید قالبی و کلیشه‌های رایج در فرهنگ ملی و بومی استان مازندران درباره ویژگی‌های شخصیتی مردانه و زنانه و هم خوان با نتایج پژوهش‌های پیشین، جوانان مورد بررسی این تحقیق نیز بر این باور بودند که برخی از ویژگی‌های ابزاری یا سازمانده (نظیر پرخاشگر و عصبی بودن، قدرت مدیریت و رهبری داشتن، قوی و توانا بودن، فعال و پراثری بودن، و مستقل و متکی به خود بودن) عمدتاً از خصایص مردانه است در حالی که برخی ویژگی‌های بیانی یا روحیه بخش (نظیر عاطفی و حساس بودن، جذابیت، صبور و آرام بودن، مضطرب و نگران بودن و وابستگی به دیگران داشتن) ویژگی‌های زنانه محسوب می‌گردند.

در یک نگاه کلی می‌توان تشخیص داد درحالی‌که تنها یک دهم از جوانان مورد بررسی نگاهی غیر سنتی (مدرن) در زمینه خصایص و ویژگی‌های شخصیتی مردانه و زنانه داشته‌اند (کلیشه‌های جنسیتی رایج در فرهنگ جامعه راجع به ویژگی‌های شخصیتی زنان و مردان را نپذیرفته‌اند)، نزدیک به یک سوم از آنها از نگرش سنتی در این زمینه برخوردار بوده‌اند (به کلیشه‌های جنسیتی رایج اعتقاد کامل داشتند) و اکثریت آنها در حال گذر از نگاه سنتی به غیر سنتی بوده‌اند. با این وجود، بررسی عمیق‌تر نشان از آن دارد که بر حسب متغیرهای اجتماعی- فرهنگی، می‌توان تفاوت‌های معناداری در میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی تشخیص داد. بدین ترتیب که در مجموع، مردان جوان، ساکنان مناطق روستایی، جوانان ازدواج نکرده، افراد کم‌سوادتر، دارندگان نگرش جنسیتی سنتی‌تر، جوانان متعلق به خانواده‌های کم‌درآمدتر و ساکن در خانواده‌هایی با والدین سخت‌گیرتر به احتمال زیادتری اعتقاد بیشتری به کلیشه‌های جنسیتی رایج داشته‌اند. همچنین تحلیل رگرسیون داده‌ها نشان داد که متغیرهای نگرش شغلی سنتی، نگرش جنسیتی سنتی، پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده و وضعیت تأهل از مهمترین عوامل مؤثر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط جوانان مورد بررسی بوده‌اند که جملگی بیانگر اهمیت خانواده و محیط فرهنگی در ایجاد باورهای مربوط به ویژگی‌های شخصیتی مردانه و زنانه در بین مردان و زنان جوان در استان مازندران می‌باشند.

در واقع، تحقیق حاضر با بهره‌گیری از نظریه‌های نقش، یادگیری اجتماعی، طرحواره جنسیتی و مباحث مطرح در جامعه‌پذیری جنسیت، تأثیر ساز و کارهای اجتماعی- فرهنگی و خانوادگی را بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و شکل‌گیری نگرش شخصیتی طی فرایند جامعه‌پذیری جنسیتی به تصویر کشیده و نقش اساسی و غیرقابل انکار فرهنگ را در عقاید و باورهای اعضای جامعه به نمایش گذاشته است. بدیهی به‌نظر می‌رسد که پذیرش کلیشه‌های جنسیتی توسط افراد و شکل‌گیری نگرش شخصیتی در آنها، به نوبه خود می‌تواند موجب گردد تا آنها با اتخاذ نگرش و موضعی خاص، احساس، ادراک و ارزیابی متفاوتی از پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی داشته و بالطبع رفتارهای متفاوت و متمایزی در قبال آنها انجام دهند. یکی از این پدیده‌های اجتماعی- فرهنگی، توسعه (در ابعاد و سطوح مختلف آن) است. ادراک، ارزیابی و عمل افراد در قبال فرایند توسعه، به‌طور غیر قابل انکاری با نگرش‌های آنها پیوند خورده است. پذیرش کلیشه‌های جنسیتی و تشکیل نگرش شخصیتی، یک مورد خاص از این مجموعه نگرش‌هاست که نشان می‌دهد افراد چه ویژگی‌های شخصیتی را برای مردان و زنان، مناسب یا نامناسب می‌پندارند. بدیهی است رواج عقاید

عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی ۱۳۵

قابلی و کلیشه‌های جنسیتی مبتنی بر تبعیض، به‌عنوان موانعی برای مشارکت فعالانه نیمی از سرمایه‌های انسانی محسوب شده و راه را برای حرکت چرخ‌های برنامه توسعه صعب العبور و یا مسدود می‌نمایند. کما اینکه بر اساس نتایج این تحقیق، عمدتاً مردان هستند که تصور می‌شود مدیر و رهبر، قوی و توانا، فعال و پرانرژی و مستقل و متکی به خود هستند، ویژگی‌هایی که جملگی افزایش دهنده اعتماد به نفس در بین مردان و نیز اعتماد اجتماعی جامعه به آنها جهت سپردن مناصب و مشاغل مهم و کلیدی جامعه می‌باشد. از سوی دیگر زنان عمدتاً موجوداتی حساس و عاطفی، آرام و صبور، مضطرب و نگران، وابسته و متکی به دیگران تعریف می‌گردند که به‌نظر نمی‌رسد خصوصیات مثبتی برای رشد و تعالی فردی و اجتماعی زنان جامعه محسوب گردد و بتواند به آنها اعتماد به نفس لازم را داده و آنها را در مناصب و جایگاه‌های مهم بنشانند. انتساب چنین ویژگی‌هایی به زنان، از یکسو راه را برای سپردن وظایف مربوط به مراقبت و تیمار داری، آموزش، بهداشت، خانه‌داری به آنها هموار کرده و آنها را دچار درماندگی آموخته شده (کاهش عزت نفس و افسردگی) می‌نماید و از سوی دیگر فضا و امکانات بیشتری را برای اقتدار مردان فراهم نموده، موجب باز تولید و تقویت این کلیشه رایج جنسیتی می‌شود که « زنان توانایی انجام کارهای مهم و اداره امور جامعه را ندارند».

منابع

- اعزاززی، شهلا (۱۳۸۰) تحلیل ساختاری جنسیت: نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران؛ گردآوری و تنظیم: نسرين جزئی؛ تهران: دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.
- ایروانی، محمود؛ باقریان، فاطمه (۱۳۸۳) شناخت اجتماعی (روانشناسی اجتماعی)، تهران: نشر ساوالان، چاپ اول.
- بدار، لوک؛ دزیز، زوزنه؛ لامارش، لوک (۱۳۸۱) روانشناسی اجتماعی؛ ترجمه حمزه گنجی؛ تهران: نشر ساوالان، چاپ اول.
- حقیقی نسب، منیژه؛ هدایتی، شهره (۱۳۸۴) بررسی تصویرسازی نقش جنسیت در آگهی‌های بازرگانی سیمای جمهوری اسلامی ایران، مطالعات زنان، شماره ۷، صص ۵۰-۳۳.
- خمسسه، اکرم (۱۳۸۳) بررسی طرحواره‌های نقش جنسیتی و کلیشه‌های فرهنگی در دانشجویان دختر، مطالعات زنان، شماره ۶، صص ۱۳۴-۱۱۵.
- دوچ، مورتون؛ گراوس، روبرت م. (۱۳۷۴) نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی؛ ترجمه دکتر مرتضی کتبی؛ تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- ذکایی، محمد سعید؛ میروزی، آیت اله (۱۳۸۴) پسرهای جوان و ارزش‌های مردانگی (پژوهشی در بین دانش‌آموزان متوسطه شهر تهران)، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳، صص ۹۶-۷۰.

۱۳۶ پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۸۶

رحمتی، محمدصادق (۱۳۷۱) روانشناسی اجتماعی معاصر، قم: انتشارات سینا، چاپ اول.
سلطانی گردفرامرزی، مهدی (۱۳۸۵): نمایش جنسیت در سینمای ایران، پژوهش زنان، شماره ۱، صص ۹۱-۶۱.
صادقی فسایی، سهیلا؛ کریمی، شیوا (۱۳۸۴) کلیشه‌های جنسیتی سریال‌های تلویزیونی ایرانی سال ۱۳۸۳، پژوهش زنان، شماره ۱۳، صص ۸۹-۵۹.
گراف، جودیت و دیگران (۱۳۸۱) برقراری ارتباط برای سلامت و تغییر رفتار؛ ترجمه دکتر محمدپور اسلامی و دیگران؛ تهران: گروه مدیریت برنامه‌های آموزش سلامت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، چاپ اول.
گرت، استفانی (۱۳۸۰) جامعه‌شناسی جنسیت (ترجمه کتابیون بقایی)، تهران: نشر دیگر، چاپ اول.
ناجی راد، محمد علی (۱۳۸۲) موانع مشارکت زنان در فعالیت‌های سیاسی-اقتصادی ایران پس از انقلاب، تهران: انتشارات کویر، چاپ اول.

Baron, Robert A. and Byrne, Donn (1997) "Social Psychology", New Delhi: Prentice- Hall of India.
Brown, Ken (1992) "An Introduction to Sociology", UK: Polity Press.
Duesk, Jerome, B. (1987) "Adolescent Development and Behavior", Englewood Cliffs & New Jersey: Prentice Hall Inc.
Correll, Shelley J. (2001) "Gender and Career Choice Process: The Role of Biased Self-Assessments", American Journal of Sociology, Vol. 106, No . 6, pp :1691-1730.
Eagly, Alice (2000) "Gender Roles", In: Alan E. Kazdin; "Encyclopedia of Psychology", Vol. 3, New York: Oxford University Press, pp 448-53.
Kammeyer, K.C.W, et. al. (1992) Sociology, Boston & London: Allyn & Bacon.
Lindsey, Eric W. et. al. (1997) "Differential Play Patterns of Mothers and Fathers of Sons and Daughters", Sex Roles, Vol. 37, No . 9/10, 643-52.
Lorber, Judith (2000) "Social Construction of Gender", in Edgar F. Borgatta and Rhonda J.V. Montgomery, Encyclopedia of Sociology, New York: McMillan Reference.
Martin, Carol L. (2000) "Gender Identity", In: Alan E. Kazdin, "Encyclopedia of Psychology", Vol. 3, New York: Oxford University Press, pp: 444-8.
Milton, Nick (2000) "Decision Theory and Social Psychology", Sited in: www. psychology. nottingham. ac. uk.
Schaeffer. F.T. & Lamn R.P (1992) Sociology, New York : Mc Graw Hill.
Shaw, Marvin E. and Costanzo, Philip R. (1982) "Theories of Social Psychology", Singapore: McGraw- Hill Book Company.
Stanley L. and Wise S. (2002) "What's Wrong with Socialization?" In: S. Jackson and S. Scott, "Gender: A Sociological Reader", London: Routledge, pp:273-9.
Zuo, Jiping (1997) "The Effect of Men's Breadwinner Status on Their Changing Gender Beliefs", Sex Roles, Vol. 37, No . 9/10, pp: 799-816.