

بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جنسیتی در بین مردم شهر زنجان

دکتر ربابه پور جبلی^۱

رقیه هیبتی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱/۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۳/۱۵

چکیده

هدف تحقیق حاضر مطالعه و بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جنسیتی در شش منطقه مسکونی (کارمندان، هنرستان، زیبا شهر، سبزه میدان، بی سیم و اسلام آباد) شهر زنجان می‌باشد. به خصوص این که از لحاظ ساختار اجتماعی متفاوتی بر این مناطق حاکم است و آن‌ها را متفاوت و متمایز از یکدیگر ساخته است.

این تحقیق با استفاده از روش پیمایشی و ۹۷۴ نفر نمونه در مناطق اشاره شده در بالا انجام گرفته است ادبیات تحقیق به بررسی عوامل نگرش جنسیتی می‌پردازد و ماحصل مبنای نظری، بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جنسیتی در ارتباطات با نظریه های جامعه شناسی از جمله کنش متقابل نمادین، لیتنن، بوردیو، هیبتون، فنای نمادین زنان، هایبرت و فمینیست‌ها و ... استفاده شده است.

شاخص‌های یا متغیرهای مورد استفاده در تحقیق عبارت است از: پایگاه اقتصادی- اجتماعی، باورهای قالبی، جامعه پذیری جنسیتی، محتوای برنامه های رسانه جمعی و تأثیر آن‌ها بر نگرش جنسیتی است.

با توجه به متغیرهای مستقل برای تبیین تغییرات متغیر وابسته مجموعاً ۵ فرضیه کلی به دست آمده از آزمون فرضیه‌ها بین جامعه پذیری جنسیتی و باورهای قالبی رابطه معنی داری نشان داد و همچنین بین جنسیت و نگرش جنسیتی نیز رابطه معنا دار وجود دارد. در نهایت از طریق رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته محاسبه شد.

واژگان کلیدی: نگرش جنسیتی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، باورهای قالبی، جامعه پذیری جنسیتی، رسانه های جمعی

۱- عضو هیأت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان. زنجان-ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

مقدمه

نیمی از فعالیت‌های اجتماعی سهم زنان در جامعه است. منتهی جامعه بر حسب نوسانات فکری ناشی از تحولات اجتماعی مختلف، گاهی در حاشیه مناسبات اجتماعی و سیاسی نگه داشته شده و نقش آن‌ها در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی نادیده گرفته شده است، با افزایش سطح سواد و گسترش آموزش عالی به ارتقا توانمندی‌های خود دست یافته و هم اکنون طالب سهم بیشتری از مدیریت خانواده و جامعه است و انتظار پایگاه و موقعیت بالاتری را دارد. با رشد این تقاضا و نگرش‌های تحول یافته، نظام ارزشی و رفتارهای اجتماعی متفاوتی در عرصه‌های فرهنگی جامعه‌ی ایران نمود خواهد یافت. تغییر در نگرش و هنجارهای جامعه نسبت به زنان و در درون جامعه تحت تأثیر تحولات نظام آموزشی رسمی قرار داشته، از تأثیر رسانه‌های گروهی هم بی‌نصیب نمانده است. با این حال شاید آینده تغییرات اجتماعی را نتوان به استناد اطلاعات ناقص موجود به یقین پیش بینی نمود، اما می‌توان در جامعه‌ی زنان هم گرایشی بیشتری در نگرش‌ها و دیدگاه‌های فرهنگی را انتظار داشت.

جنسیت یعنی انتظارات اجتماعی در مورد رفتاری که برای اعضای هر جنس مناسب دانسته می‌شود. جنسیت در واقع به صفات فیزیکی که بر حسب آن مردان و زنان با یکدیگر تفاوت دارند، اطلاق نمی‌شود، بلکه به ویژگی‌های اجتماعی رفتار مردانه و زنانه مربوط می‌شود (گیندر، ۱۳۸۲: ۷۸۷).

در تمامی جوامع بشری، افراد بر حسب ملاک‌های اجتماعی نظیر نقش و پایگاه، طبقه، مذهب و نژاد، قومیت و... دسته‌بندی می‌شوند. یکی از ملاک‌های اجتماعی و فرهنگی برای دسته‌بندی افراد جامعه جنسیت است. به عقیده بسیاری از جامعه‌شناسان جنسیت شاید یگانه ویژگی مهمی است که به طور اساسی تعیین‌کننده ادراکات، نگرش‌ها و 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 (متشکل از نقش‌ها و هویت‌های فردی است) سطح بین فردی و کنش متقابل (شامل شیوه‌های رفتار کردن با دیگران است) و سطح کلان و اجتماعی (دربردارنده باورهای فرهنگی و توزیع منابع می‌باشد) (ریاحی، ۱۳۸۶: ۱۱۰).

نگرش به موضوع جنسیت یکی از ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی جوامع تلقی می‌شود و به عنوان

معیاری برای تفکیک جوامع از جهت مرد گرایی - زن گرایی به کار برده شده است. علاوه بر این، تطور نگرش به این مقوله در حکم شاخصه ای است برای بیان تحولات نگرشی که پیوند دقیقی با تحقق دگرگونی در حوزه های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و اقتصادی دارد. بی تردید چگونگی نگرش و طرز تلقی نسبت به زنان به عنوان نیمی از جمعیت جامعه، تمامی کنش‌ها، فرآیندها و ساختارهای اجتماعی را در سطح خرد، میانی و کلان دست‌خوش تغییر و تحت تأثیر قرار می‌دهد. در نتیجه نگرش به زن و در معنای عمومی‌تر آن، مقوله جنسیت می‌تواند بیانگر چگونگی وضعیت دیگر شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه نیز باشد (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۱: ۸). تحولات فکری و اجتماعی - اقتصادی بعد از عصر روشنگری و انقلاب علمی و صنعتی، تغییراتی را در نگرش‌های جنسیتی ایجاد کرده است.

مطالعات جامعه‌شناسان و روانشناسان اجتماعی نشان می‌دهد که نهادینه کردن و آموختن اعتقادات و باورهای رایج در مورد جنسیت از طریق فرآیند اجتماعی شدن یا جامعه پذیری صورت می‌گیرد. بدین ترتیب جامعه پذیری جنسیتی فرآیندی است که طی آن مردان و زنان با ارزش‌ها و هنجارهای مسلط جامعه در زمینه رفتارهای مقبول و مورد انتظار برای هر جنس آشنا شده و از طریق نظام نظارت اجتماعی به هم نوایی و سازگاری با این ارزش‌ها و هنجارها وادار یا ترغیب می‌گردند. بر این اساس جامعه رفتارهای معینی را برای مردان و زنان تجویز، تصدیق و تبلیغ کرده و از آن‌ها انتظار دارد که به هنجارها و الگوهای رفتاری مناسب با جنس خود عمل نمایند. بر اثر این نوع جامعه پذیری جنسیتی، آموختن رفتارهای مورد انتظار به دختران و زنان، شخصیت آنان به گونه ای شکل می‌گیرد که به سختی می‌توانند در عرصه فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی مشارکت فعال و سازنده داشته باشند. وجود برخی عقاید قالبی و کلیشه ای راجع به توانایی‌ها و ویژگی‌های زنان نظیر این که زن انسان مؤنثی است که نقش او باید همسری و مادری و خانه داری باشد و پذیرش آن توسط مردان و حتی خود زنان به این مشکل دامن می‌زنند (ریاحی، ۱۳۸۶: ۵۰).

از طرفی دیدگاه های فمینیستی بیان می‌کنند که زندگی روحی و درونی زنان در شکل کلی آن با مردان تفاوت دارد. زیرا زنان از جهت ارزش‌ها، منافع، شیوه داوری‌های ارزشی، ساخت و انگیزه های

دستاوردی، خلاقیت ادبی، احساس هویت از نظر فرا گردهای کلی آگاهی و ادراک خود را درباره ساخت واقعیت‌های اجتماعی، بینش و برداشت متفاوتی از مردان دارند. مضمون دوم نیز در این دیدگاه این است که روابط زنان، تجربه های زندگی شان با مردان متفاوت است. زنان با فرزندان زاده خویش رابطه متفاوتی با آنچه مردان برقرار می‌کنند، ایجاد می‌کنند. پسران و دختران سبک بازی اساساً متفاوتی با یکدیگر دارند. تجربه های کلی زندگی زنان از بچگی تا بزرگسالی و پیری تفاوت‌های بنیادی با تجربه مردان دارد (ریترز، ۱۳۷۴: ۴۷۰).

بدین ترتیب می‌توان بیان نمود که عوامل مختلفی بر نگرش‌های جنسیتی تأثیر دارد و این عوامل نقش بسیار مهمی در نوع مشارکت مردان و زنان در امور مختلف جامعه دارند. دست آورد بررسی عوامل تأثیر گذار بر نگرش‌های جنسیتی حداقل این خواهد بود که: جامعه تا چه اندازه از نظام ارزشی مدل سنتی فاصله گرفته، و این مدل تا چه مقدار با ارزش‌های جدید طیف‌های مختلف اجتماعی هم خوانی دارد یا کاملاً در تقابل است. از این روی در پژوهش پیش روی نگرش جنسیتی به عنوان متغیر وابسته و عوامل مؤثر بر نگرش‌های جنسیتی (جامعه پذیری جنسیتی، باور های قالبی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، محتوای رسانه های جمعی) تحت عنوان متغیر های مستقل در نظر گرفته شده، و اساساً به دنبال پاسخ این پرسش هستیم که: « چه عواملی در پیدایش نگرش‌های گوناگون جنسیتی تأثیر گذار هستند؟ »

اهمیت و ضرورت تحقیق

ساختار سنتی خانواده یعنی پدر سالاری که وجه مشخصه آن اقتدار نهایی شده مردان در واحد خانواده است، در دهه های اخیر با افزایش اشتغال و آموزش و آگاهی زنان دگرگون شده با دگرگونی‌های وسیع اقتصادی و افزایش مشارکت زنان در بازار کار و مشاغل درآمد زا، پیشرفت علم و همچنین بر اثر بر پایی نهضت‌های فمینیستی و انتشار سریع اندیشه‌ها در فرهنگ جهانی با صدای زنان در اکثر نقاط جهان گسترده شده است (کاستلز، ۱۳۸۹: ۱۷۷). و این دگرگونی‌ها بر تمام ابعاد زندگی فردی و اجتماعی تأثیر فراوانی گذاشته و این از ضروریات علوم اجتماعی است که در عصر حاضر در نتیجه گسترش توسعه انسانی و اجتماعی در نگرش‌های جنسیتی نسبت به زنان و مردان یک بازبینی اساسی

داشته باشد؛ و از سوی دیگر می‌توان گفت جنسیت به افراد، روابط اجتماعی و نهادها شکل و معنا می‌دهد. بدون جنسیت نمی‌توانیم دنیای اجتماعی را به طور کامل درک کنیم. عکس این قضیه هم درست است زیرا ما نمی‌توانیم جنسیت را بدون شناخت جهان اجتماعی درک کنیم. با شکل‌گیری زندگی اجتماعی، جنسیت تولید می‌شود و با تولید جنسیت، زندگی اجتماعی آشکار می‌شود.

در نشست‌هایی که پیرامون مسائل کنونی ایران در خارج و داخل کشور تشکیل می‌شود و موضوع جنسیت هم بسیاری از گفتارها و نوشتارها را به خود اختصاص می‌دهد. در نهادهای قانون‌گذاری کشور نیز شاهد آن هستیم، تصویب قوانین راجع به جنسیت و زن مذاکرات را پرتش می‌سازد. در حال حاضر با پژوهشگران مسائل جنسیتی به گونه‌ای برخورد می‌شود که گویا می‌خواهند زن و مرد را در مقابل یکدیگر قرار دهند و آتش جنگ جنسیتی را بر انگیزند و بنیان خانواده را متزلزل کنند بی‌گمان در فضای مطلوب فرهنگی، جامعه‌شناسان، حقوق‌دانان و در مجموع درد آشنایان بسیاری را به یاری انسان‌ها (جنس زن و مرد) و با هدف رفع تنش و تقابل که محصول و عملکرد اجرایی مواردی از قانون نیست بلکه تبیین بررسی جامعه‌شناختی این مسئله است و در کشورهای در حال توسعه خصوصاً ایران جای چنین مطالعاتی خالی است (افشاری و شیپانی، ۱۳۸۲: ۵۲).

نتایج تحقیق حاضر نیز می‌تواند برای برنامه‌ریزی‌های سازمان‌ها و نهادهای مختلف از جمله صدا و سیما و آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها و سازمان مطالعات زنان، هم از لحاظ کمی و هم کیفی به منظور بالا بردن سطح آگاهی و نگرش افراد مورد استفاده قرار گیرد.

اهداف تحقیق

اهداف کلی:

هدف کلی این تحقیق، شناخت و بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جنسیتی در شهر زنجان می‌باشد.

اهداف جزئی:

- ۱- بررسی تأثیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد بر نگرش جنسیتی در شهر زنجان
- ۲- بررسی تأثیر جامعه‌پذیری جنسیتی بر نگرش جنسیتی در شهر زنجان

۳- بررسی تأثیر محتوای رسانه های جمعی بر نگرش جنسیتی در شهر زنجان

۴- بررسی تأثیر باور های قالبی بر نگرش جنسیتی در شهر زنجان

پیشینه تحقیق

جانا، در سال ۲۰۰۳ در مطالعه خود در جامعه آمریکا ابعاد متفاوت نگرش زنان نسبت به شکاف جنسیتی را مورد مطالعه قرار می دهد و به این نتایج دست می یابد که افزایش سطح تحصیلات زنان، اشتغال و رشد جنبش های رهایی بخش زنان تأثیر به سزایی در دگرگونی نقش های سنتی زنان و افزایش و رشد آگاهی جنسیتی در بین آن ها داشته است (مجید موحد و همکاران، ۱۳۸۴: ۹۸). نتایج مطالعات اشمور^۳ درباره نوع باورهای جنسیتی زنان و مردان در رابطه این باورها با عوامل روان شناختی نشان داد که مردان در مقایسه با زنان دیدگاه های قالبی و کلیشه ای بیشتری درباره جنسیت دارند (به نقل از گولومبوک و فی وش، ۱۳۷۸: ۲۸).

پژوهش دیگری که درباره ای ادراک جنسیتی متفاوت زنان از قدرت توسط ایگور گروشف در سال ۲۰۰۲ در روسیه انجام گرفت تمایز در برداشت و تفسیر زنان و مردان از قدرت مورد بررسی قرار می گیرند. هدف این تحقیق که به روش پیمایشی و با استفاده از طیف لیکرت انجام شده است. کشف و شناسایی جنبه های مختلف قدرت به عنوان یک پدیده روان شناختی و اجتماعی است یافته های این تحقیق نشان می دهد که بین فهم و نگرش مردان و زنان نسبت به اینکه چه چیزی قدرت است تفاوت عمده ای وجود دارد. از این رو آن ها قدرت را به طور متفاوتی تفسیر می کنند بالاترین تفاوت در نگرش مردان و زنان نسبت به قدرت در بین گروه های سنی ۲۹ تا ۴۹ ساله است زیرا این گروه نسبت به جوان ترها درک بیشتری از قدرت دارند. یافته های این تحقیق همچنین وجود یک مدل قدرت و اقتدار بر پایه جنسیت را تأیید می کند. مردان و زنان مجموعاً معتقدند که مردان قدرت بیشتری در خانه و اجتماع داشته و از این حیث نابرابری های عمده ای وجود دارد. در مجموع زنان بیشتر قدرت را به عنوان نفوذ شخصی درک می کردند در حالی که مردان قدرت را مترادف با سلطه

^۳- Ashmore

می‌دانستند. زنان قدرت را عمدتاً در خودمختاری و کنترل بیشتر بر زندگی خود در نظر می‌گرفتند، در حالی که مردان قدرت را در استیلا و سلطه بر دیگران می‌دانستند (گروشف، ۲۰۰۲).

در تحقیق دیگری که در جهت بررسی و شناخت شکاف جنسی در کانادا بین سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۹۰ توسط اوریت جانا انجام گردید ابعاد متفاوت نگرش زنان نسبت به شکاف جنسی مورد بررسی قرار گرفت یافته‌های این تحقیق که به شیوه‌ی طولی و با استفاده از طیف لیکرت و بر اساس تحلیل‌های ۲۵ ساله در این زمینه انجام شد نشان می‌دهد که افزایش سطح تحصیلات و مشارکت در نیروی کار و اشتغال و رشد جنبش‌های رهایی بخش زنان به ویژه موج دوم فمینیسم و تأثیر بسزایی در دگرگونی در نقش‌های سنتی زنان و افزایش و رشد آگاهی جنسیتی در بین آن‌ها داشته است. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که عوامل یادشده عامل عمده‌ای در ایجاد شکاف بین عقاید عمومی برای رشد تفاوت‌ها و تمایزات در نگرش آن‌ها بوده است (جانا، ۲۰۰۳، به نقل از گرگی، ۱۳۸۳).

بررسی دیگر با عنوان « بررسی تأثیر خانواده بر نگرش‌های جنسیتی فرزندان » در سال ۸۲ توسط اصغر احمدی در شهر دره شهر انجام شده است. این تحقیق نیز از نظریات شکل‌گیری خود و هویت، نظریه‌های جامعه‌شناسی معرفت، نظریه‌های شکل‌گیری هویت جنسی در روانشناسی استفاده کرده است.

متغیرهای این تحقیق عبارت است از: جنس، ترتیب تولد، ترکیب جنسی خانواده، میزان اطلاعات پاسخگویان، نوع بازی و نوع اسباب بازی مورد استفاده، میزان مشارکت در کارهای خانگی، میزان تبعیت والدین و پایگاه اقتصادی و اجتماعی والدین.

این کار پژوهشی به روش پیمایش و با تکنیک پرسشنامه صورت گرفته که بر روی کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر سال سوم و چهارم مقطع متوسطه با حجم نمونه‌ی ۱۹۸ به شیوه انتخاب تصادفی طبقه‌بندی شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که رابطه معناداری میان نوع نقش بازی، میزان مشارکت دختر در کارهای خانه و با نگرش جنسیتی وجود دارد. اما میان ترتیب تولد، ترکیب جنسی، میزان مشارکت پسران در کارهای خانه، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و نگرش جنسیتی رابطه معناداری وجود ندارد.

نتیجه گیری کلی نشان می‌دهد نگرش جنسیتی نسبتاً سنتی و نابرابرانه است و محقق به خانواده‌ها توصیه می‌کند به گونه ایی رفتار و عمل نمایند که فرزندان آنان صرفاً بر اساس الگوهای سنتی عمل نکنند یعنی در بر عهده گیری نقش‌ها به جنسیت توجه نکنند.

در مجموع تلاش در جهت آموزش الگوهای رفتاری مناسب و فاقد کلیشه ضروری به نظر می‌رسد. زیرا هر گونه احساس و اندیشه و هم کلیشه ای والدین و دیگر اعضای خانواده می‌تواند در شکل دهی نامناسب نگرش‌های جنسیتی فرزندان تأثیر زیادی بر جای گذارد.

تحقیقی با عنوان تأثیر باورهای جنسیتی بر ایفای نقش‌های خانگی زنان توسط محمد صادقی انجام گرفته است که جامعه آماری این تحقیق زنان متأهل شاغل در دانشگاه علوم پزشکی می‌باشد. در این مطالعه تأثیر کلیشه‌ها و باورهای جنسیتی بر نقش‌های خانگی بررسی شده بدین منظور ۲۹۴ تن از زنان شاغل در دانشگاه علوم پزشکی کردستان بررسی شده‌اند. چارچوب نظری این پژوهش تلفیقی از دو نظریه کنش متقابل نمادین جورج هربرت مید و نظریه جامعه شناسی فمینیستی سطح خرد است. در این مطالعه از روش پیمایش استفاده شده و از تکنیک پرسشنامه جهت جمع آوری داده‌ها و اطلاعات به‌رمند و برای به دست آوردن حجم نمونه از روش نمونه گیری طبقه بندی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشانگر این امر است که در حیطه تأثیر کلیشه‌ها و باورهای جنسیتی آنچه که تأثیر گذار بر نحوه ایفای نقش‌های خانگی زنان است باورهای مردان نسبت به کلیشه‌های جنسیتی به تصور زنان است. این امر بدین معنی است که زنان در ایفای نقش‌های خود متأثر از تصورشان از باورهای دیگری مهم هستند که از سوی فرهنگ پدر سالار مورد حمایت قرار می‌گیرد که همان مرد است. از سوی دیگر زنان در ایفای نقش‌های خانگی‌شان کمتر باورها و اعتقاداتشان را به کلیشه‌ها در حیطه عمل دخیل می‌سازند از این رو در ساخت عمل با تناقض در فرآیند عمل و باور روبرو هستند و نیز در حیطه انجام نقش‌ها با کشمکش نقش‌ها روبه رو می‌شوند.

چارچوب نظری

در این پژوهش با استفاده از نظریه های جامعه شناختی بورديو، نظریه نقش جنسیتی، باورهای قالبی و جامعه پذیری جنسیت و فنای نمادین زنان چارچوب تحقیقی ترکیبی ارائه شده است.

عقاید قالبی جنسیتی، در برگرفتهای باورهایی است که با تأکید بر تفاوت های زنان و مردان در شیوهی پاسخگویی به موقعیت های مختلف شکل می گیرد. به نظر بورديو ساختمان ذهنی به «ساختارهای ذهنی یا شناختی» اطلاق می شود که انسان ها از طریق آن ها با جهان اجتماعی بر خورد می کنند. انسان ها مجهز به یک رشته طرح های ملکه ذهن شده اند که با آن جهان اجتماعیشان را ادراک، فهم، ارزیابی و ارزش گذاری می کنند از طریق همین طرح های ملکه ذهنی است که آدم ها عملکردهایشان را تولید کرده و آن ها را ادراک و ارزش گذاری می کنند. بورديو مدعی است نوعی علیت در جوامع مدرن وجود دارد به گونه ای که ساختارهای عینی و اجتماعی، باورهای فردی را شکل می دهند و افراد بر پایه این باورها به نحوی عمل می کنند که نظم اجتماعی جنسیتی تقویت می شود.

از طرفی رشد باور های قالبی و نگرش های جنسیتی بر بسیاری از رفتارهای اجتماعی، تحصیلی، هدف یابی و... اثر می گذارد (وگل و همکاران، ۲۰۰۳: ۱؛ به نقل از گروسی، ۱۳۸۴: ۱۲۱).

همچنین از نظر هیستون منشأ پیدایش باور قالبی دو چیز است:

الف- محدودیت فرایندهای شناختی انسان به این ترتیب ادراک و شناخت از فرآیند ساخت تصاویر فوق العاده ساده شده از جهان به دست می آید.

ب- محتوای باور قالبی از بستر فرهنگی که فرد در آن پرورش یافته، ریشه می گیرد.

این باور منفی به وسیله دو صفت دیگر حمایت و تقویت می شوند. غیر منعطف بودن و عدم آمادگی برای تغییر. تحقیقات مختلف روی انواع باور قالبی نشان می دهد که بین معتقدین به این عقاید، اجماع قوی وجود دارد. این نوع اجماع هم از عدم انعطاف باورهای قالبی و هم از عدم دقت آن ها حمایت می کند. از آنجایی که محتوای اکثر باورهای قالبی غیر دقیق، نادرست و منفی است خطر فرو غلطیدن به دام پیش داوری نسبت به گروه های خاص بسیار زیاد است.



از سویی می‌توان گفت که رفتار جنسی مناسب زنان که در فرآیند جامعه پذیری آموخته می‌شود، تا حد زیادی آمیخته به عقاید قالبی جنسیتی است که از طریق عوامل جامعه پذیری منتقل می‌شود مسلماً این رفتار های جنسیتی کاملاً متمایز و متفاوت از مردان است که نحوه عملکرد متقابل دو جنس را تحت تأثیر قرار می‌دهد (وود، ۱۹۹۹: ۵۷). لذا فرآیند آموزش ارزش‌ها، تشکیل طرز تلقی‌ها و فراگیری رفتارهای متناسب با هنجار های پذیرفته یک جامعه، جامعه پذیری نامیده می‌شود. با تحقق این فرآیند هویت یا من اجتماعی می‌یابد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۷۴۲).

عوامل جامعه پذیری نقش مهم در انتقال عقاید قالبی جنسیتی به عهده دارند (گرت، ۱۳۸۰: ۴۹). جامعه‌شناسان عوامل یا کارگزاران جامعه پذیری را به چند بخش عمده تقسیم می‌کنند: خانواده، مدارس، رسانه (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۷۴۴) این عوامل معمولاً از زنان تصویری مطیع، منفعل، عاطفی و وابسته و از مردان تصویری مستقل، استوار، شایسته و توانا و مصمم دارند. مطابق نظریه های جامعه پذیری جنسیتی و نیز یادگیری اجتماعی افراد طی فرایند جامعه پذیری از طریق سازوکار های تقویت و تقلید صفات و ویژگی‌های متناسب با جنسیت خود را از دیگران مهم به والدین و سایر اعضای خانواده یاد می‌گیرند. بدین ترتیب نگرش‌های جنسیتی در چارچوب خانواده آموخته می‌شود عامل تأثیر گذار در نحوه و میزان یادگیری این نگرش‌ها، همانا جنسیت کودکان می‌باشند. بدین معنی که منطبق نظریه جامعه پذیری 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 (ماسون و دیگران، ۱۳۷۰: ۳۹۹).

رسانه‌ها با «فناي نمادین زنان» به عدم توجه به تولید فرهنگی و باز تولید رسانه ای به زبان و در نتیجه در حاشیه قرار گرفتن و ناچیز محسوب شدن زنان و منافع آنان اشاره می‌کند و به ما می‌گویند که زنان باید در نقش همسر، مادر، کدبانو و... ظاهر شوند. و باز تولید فرهنگی نحوه ایفای این نقش‌ها را به زنان می‌آموزد و سعی می‌کند آن‌ها را در نظر زنان طبیعی جلوه دهند (استرناتی، ۱۳۸۰: ۲۴۲). همچنین هایبرت معتقد است که وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهمی در ارائه و شکل گیری عقاید و همچنین آشنا ساختن ما با دنیایی که امکان را به نوع دیگر نداریم، ایفا می‌کند. با توجه به فناي نمادین

زنان در رسانه های جمعی فرضیه بازتاب را بیان می کنند و معتقد است رسانه های جمعی ارزش های حاکم در یک جامعه را منعکس می کند. این ارزش ها نه به اجتماع واقعی بلکه به باز تولید نمادین اجتماع، یعنی به نحوی که میل دارد خود را ببیند، مربوط هستند (همان: ۲۴۳).

از سوی دیگر می توان بیان کرد که رسانه ها به عنوان ابزارهای مهم در اصلاح نگرش های غلط گذشته و ایجاد کننده تحول ساختاری در نظام ارزشی نیز به کار می رود. به طوری که با تمرین دموکراسی از قدرت پدران به آرامی کاسته می شود. هر چند که این نگرش ها بسیار کند به پیش می رود ولی روابط متقابل میان آموزش بیشتر و تحول در نظام ارزشی را به خوبی می توان مشاهده کرد (طلب: ۲۰: ۱۳۸۸).

دسته دیگری از نظریه ها که در چارچوب تئوریک این کار پژوهشی استفاده گردیده نظریه کنش متقابل نمادین است که به طور خاص از نظریه مید در رابطه با شکل گیری خود استفاده شده است (جهت شناخت یا ارتقا پایگاه اقتصادی- اجتماعی) مید معتقد است که قسمت اعظم تصورات و برداشت های ما از خودمان به نحوه برداشت و تصورات دیگران از ما بستگی دارد اگر نظر دیگران درباره ما تغییر کند، احتمالاً نظر خودمان نیز درباره خود تغییر خواهد کرد. فرد در دل این کنش و واکنش یاد می گیرد که در جامعه قواعدی وجود دارد که برای پذیرفته شدن ملزم به رعایت آنها می باشد (توسلی، ۱۳۷۴: ۲۸۱).

از طرفی افزایش سطح سواد زنان و اشتغال و تحصیل بر جهان بینی و نگرش و شخصیت و رویکردشان به زندگی و خانواده تأثیر می گذارد تحصیلات پایگاه اجتماعی زنان را ارتقا می دهد و باعث تغییر نگرش جامعه نسبت به نقش و وظایف زنان می شود. بازتاب کلی تغییر نگرش ها، انتظارات و پایگاه اجتماعی در تزلزل هنجارهای قدیمی نمایان می شود (زمانیان، ۱۳۸۷: ۷۳).

روش شناسی

در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را شهروندان زنجان بالای ۲۰ تا ۵۹ سال می باشد. طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ جمعیت کلی شهر زنجان ۳۴۹۰۰۰ نفر به طور تقریبی می باشد. و تعداد جمعیت

زنان و مردان ۲۰ تا ۵۹ سال شهر زنجان به طور تقریبی ۲۱۳۷۱ نفر می‌باشد و به دلیل حجم زیاد تعداد افراد نمونه و نبودن ناحیه بندی و منطقه بندی مشخص در زنجان از سه منطقه شهر زنجان افراد ساکن در شش قسمت (هنرستان، زیبا شهر، اسلام آباد، بی سیم، کارمندان، سبزه میدان) به صورت تصادفی ۹۷۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردیده‌اند. روش نمونه گیری در این پژوهش، ترکیبی از نمونه گیری سهمیه ای و تصادفی می‌باشد. ابزار اندازه گیری در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد. لازم به ذکر است که کلیه مراحل پردازش کامپیوتری و سایر عملیات آماری توسط نرم افزار کامپیوتری SPSS انجام گرفته است.

متغیرهای مستقل

متغیرهای پایگاه اقتصادی - اجتماعی، استفاده از رسانه های جمعی، جامعه پذیری افراد، تحولات اجتماعی و باورهای قالبی متغیرهای مستقل این تحقیق می‌باشند.

متغیر وابسته

نگرش جنسیتی متغیر وابسته این پژوهش می‌باشد.

فرضیه های تحقیق

- ۱- بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی و نگرش‌های جنسیتی افراد تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۲- بین محتوای رسانه های جمعی و نگرش‌های جنسیتی افراد تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۳- بین جامعه پذیری جنسیتی افراد و نگرش‌های جنسیتی افراد تفاوت معنا داری وجود دارد.
- ۴- بین باورهای قالبی و نگرش‌های جنسیتی افراد رابطه معنا داری وجود دارد.
- ۵- بین ویژگی‌های فردی افراد و نگرش‌های جنسیتی تفاوت معنا داری وجود دارد.

یافته های تحقیق

جدول شماره ۱- ماتریس همبستگی بین متغیر وابسته با متغیرهای مستقل

| متغیرها | میزان همبستگی | سطح معناداری |
|------------------------|---------------|--------------|
| پایگاه اقتصادی-اجتماعی | ۰/۰۲۷ | ۰/۳۹ |
| محتوای رسانه های جمعی | ۰/۰۲۷ | ۰/۰۲ |
| جامعه پذیری جنسیتی | -۰/۰۶۴ | ۰/۰۴ |
| باور های قالبی | -۰/۱۶۷ | ۰/۰۰۰ |

فرضیه اول: بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی و نگرش های جنسیتی افراد تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۲- تحلیل واریانس بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان نگرش جنسیتی (Y) در بین مردم شهر زنجان

| | مجموع مجذورها | درجه آزادی | میانگین مجذورها | آزمون F | سطح معنی داری |
|------------|---------------|------------|-----------------|---------|---------------|
| بین گروهی | ۰.۸۲۶ | ۲ | ۰.۴۱۳ | ۱.۷۰۳ | ۰.۱۸۳ |
| درون گروهی | ۲۳۲.۱۰۷ | ۹۵۷ | ۰.۲۴۳ | | |
| کل | ۲۳۲.۹۳۳ | ۹۵۹ | | | |

با توجه به جدول و اطلاعات به دست آمده از تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت میانگین بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و نگرش جنسیتی با میزان معنی داری ($\text{sig} = ۰/۱۸$) می باشد که با توجه به این سطح معنی داری ملاحظه می گردد که میانگین پایگاه اقتصادی- اجتماعی در بین سه گروه با نگرش جنسیتی تفاوت معنی دار وجود ندارد.

فرضیه دوم: بین محتوای رسانه های جمعی و نگرش های جنسیتی افراد تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۳- تحلیل واریانس بین محتوای رسانه های جمعی و میزان نگرش جنسیتی (Y) در بین مردم شهر زنجان

| | مجموع مجذورها | درجه آزادی | میانگین مجذورها | آزمون F | سطح معنی داری |
|------------|---------------|------------|-----------------|---------|---------------|
| بین گروهی | ۱.۲۲۱ | ۲ | ۰.۶۱۱ | ۲.۵۲۲ | ۰.۰۸۱ |
| درون گروهی | ۲۳۱.۷۱۲ | ۹۵۷ | ۰.۲۴۲ | | |
| کل | ۲۳۲.۹۳۳ | ۹۵۹ | | | |

با توجه به جدول فوق و اطلاعات به دست آمده از تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت میانگین بین رسانه های جمعی و نگرش جنسیتی با میزان معنی داری ($\text{sig} = ۰/۰۸۱$) می باشد که با توجه به این سطح معنی داری ملاحظه می گردد که میانگین رسانه های جمعی در بین دو گروه از افراد با نگرش جنسیتی تفاوت معنی داری وجود ندارد. بنابراین فرض تحقیق رد و فرض صفر قبول می شود.

فرضیه سوم: بین جامعه پذیری جنسیتی افراد و نگرش‌های جنسیتی افراد تفاوت معنا داری وجود دارد.

جدول شماره ۴- تحلیل واریانس بین جامعه پذیری جنسیتی و میزان نگرش جنسیتی (Y) در بین مردم شهر زنجان

| مجموع مجذورها | درجه آزادی | میانگین مجذورها | آزمون F | سطح معنی داری |
|---------------|------------|-----------------|---------|---------------|
| ۹۵۲ | ۲ | ۴۷۶ | ۱,۹۶۴ | ۰۰۴۱ |
| ۲۳۱,۹۸۱ | ۹۵۷ | ۰۲۴۲ | | |
| ۲۳۲,۹۳۳ | ۹۵۹ | | | |

| ۹۵% Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference (I-J) | (J) جامعه پذیری جنسیتی | (I) جامعه پذیری جنسیتی |
|-------------------------|-------------|------|------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| Upper Bound | Lower Bound | | | | | |
| ۰۱۳۷۳ | -۰۰۶۳۰ | ۰۰۵۹ | ۰۰۲۴۶۵ | ۰۰۳۷۱ | متوسط | کم |
| ۰۱۵۷۳ | -۰۰۱۳۳ | ۰۱۱۷ | ۰۰۲۶۴۳ | ۰۰۷۲۰ | زیاد | |
| ۰۰۶۳۰ | -۰۱۳۷۳ | ۰۰۵۹ | ۰۰۲۴۶۵ | -۰۰۳۷۱ | کم | متوسط |
| ۰۱۳۱۸ | -۰۰۶۲۱ | ۰۶۷۶ | ۰۰۴۱۲۹ | ۰۰۳۴۸ | زیاد | |
| ۰۰۱۳۳ | -۰۱۵۷۳ | ۰۱۱۷ | ۰۰۲۶۴۳ | -۰۰۷۲۰ | کم | زیاد |
| ۰۰۶۲۱ | -۰۱۳۱۸ | ۰۶۷۶ | ۰۰۴۱۲۹ | -۰۰۳۴۸ | متوسط | |

با توجه به جدول فوق و اطلاعات به دست آمده از تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت میانگین بین جامعه پذیری جنسیتی و نگرش جنسیتی با میزان معنی داری ($\text{Sig} = 0/04$) می‌باشد که با توجه به این سطح معنی داری ملاحظه می‌گردد که میانگین جامعه پذیری جنسیتی در بین دو گروه از افراد با نگرش جنسیتی تفاوت معنی داری وجود دارد. بنابراین فرض تحقیق قبول و فرض صفر رد می‌شود. نگرش جنسیتی در گروه جامعه پذیری جنسیتی کم و متوسط با هم تفاوت معنی دار دارد.

فرضیه چهارم: بین باورهای قالبی و نگرش‌های جنسیتی افراد رابطه معنا داری وجود دارد.

جدول شماره ۵- تحلیل واریانس بین باورهای قالبی و میزان نگرش جنسیتی (Y) در بین مردم شهر زنجان

| مجموع مجذورها | درجه آزادی | میانگین مجذورها | آزمون F | سطح معنی داری |
|---------------|------------|-----------------|---------|---------------|
| ۱۵,۹۰۴ | ۲ | ۷,۹۵۲ | ۳۵,۰۶۶ | ۰۰۰۰ |
| ۲۱۷,۰۲۹ | ۹۵۷ | ۰۲۲۷ | | |
| ۲۳۲,۹۳۳ | ۹۵۹ | | | |

جدول شماره ۶- تفاوت میانگین‌های باورهای قالبی جنسیتی و نگرش جنسیتی

| ۹۵% Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference (I-J) | (ل) باورهای قالبی | (ا) باورهای قالبی |
|-------------------------|-------------|------|------------|-----------------------|-------------------|-------------------|
| Upper Bound | Lower Bound | | | | | |
| .۰۶۸۰ | -.۰۸۴۷ | .۹۶۵ | .۰۳۲۵۲ | -.۰۰۸۳ | متوسط | کم |
| .۵۶۷۷ | .۳۰۵۸ | .۰۰۰ | .۰۵۵۷۸ | .۴۳۶۷(*) | زیاد | |
| -.۰۸۴۷ | -.۰۶۸۰ | .۹۶۵ | .۰۳۲۵۲ | .۰۰۸۳ | کم | متوسط |
| .۵۷۳۳ | .۳۱۶۸ | .۰۰۰ | .۰۵۴۶۴ | .۴۴۵۰(*) | زیاد | |
| -.۳۰۵۸ | -.۵۶۷۷ | .۰۰۰ | .۰۵۵۷۸ | -.۴۳۶۷(*) | کم | زیاد |
| -.۳۱۶۸ | -.۵۷۳۳ | .۰۰۰ | .۰۵۴۶۴ | -.۴۴۵۰(*) | متوسط | |

The mean difference is significant at the .۰۵ level

با توجه به جدول فوق و اطلاعات به دست آمده از تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت میانگین بین باورهای قالبی و نگرش جنسیتی با میزان معنی داری ($\text{sig} = ۰/۰۰$) می‌باشد که با توجه به این سطح معنی داری ملاحظه می‌گردد که میانگین باورهای قالبی در بین دو گروه از افراد با نگرش جنسیتی تفاوت معنی داری وجود دارد. طبق معمول با افزایش واریانس بین گروهی و کاهش واریانس درون گروهی، احتمال معنی داری تحلیل واریانس افزایش می‌یابد. بنابراین فرض تحقیق قبول و فرض صفر رد می‌شود.

نگرش جنسیتی در گروه باورهای قالبی کم و زیاد با هم تفاوت معنی دار دارد و همچنین نگرش جنسیتی در دو گروه باورهای قالبی متوسط و زیاد تفاوت معنی دار وجود دارد.

جدول شماره ۷- رگرسیون چند متغیره

| Method | Variables Removed | Variables Entered | Model |
|--------|-------------------|--|-------|
| Enter | . | جامعه پذیری جنسیتی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، رسانه های جمعی، باورهای قالبی(a) | ۱ |

Model Summary

| Std. Error of the Estimate | Adjusted R Square | R Square | R | Model |
|----------------------------|-------------------|----------|---------|-------|
| .۳۲۸۶ | .۱۱۶ | .۱۲۰ | .۳۴۶(a) | ۱ |

جدول بالا خلاصه مدل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها $۰/۳۴۶$ می‌باشد که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (نگرش جنسیتی) همبستگی ضعیف اما مقدار ضریب تعیین شده (R^2) که برابر با $۰/۱۱۶$ می‌باشد نشان می‌دهد که $۱۱/۶$ درصد از

کل تغییرات نگرش جنسیتی در بین شهروندان زنجان و وابسته به ۴ متغیر ذکر شده در این معادله می‌باشد.

جدول شماره ۸- جدول آنوا متغیرهای مستقل و وابسته

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|----------------|-----|-------------|--------|---------|
| ۱ | Regression | ۴ | ۳,۳۹۴ | ۳۲,۵۶۲ | .۰۰۰(a) |
| | Residual | ۹۵۵ | .۱۰۴ | | |
| Total | ۱۱۳,۱۲۴ | ۹۵۹ | | | |

با توجه به معنی داری مقدار آزمون ($F = ۳۲/۵۶$) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ و با درجات آزادی $df_1 = ۴$ و $df_2 = ۹۵۵$ می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از ۴ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته (نگرش جنسیتی) مدل نسبتاً خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قادرند ۱۱/۶ درصد از تغییرات نگرش جنسیتی را تبیین کنند.

جدول شماره ۹- میزان همبستگی چند متغیره نگرش جنسیتی

| Model | Sig. | t | Standardized Coefficients | | Unstandardized Coefficients | |
|-------|------|---------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|-------|
| | | | Beta | B | Std. Error | B |
| ۱ | .۰۰۰ | ۳۴,۱۶۱ | | (Constant) | .۰۵۹ | ۲,۰۰۶ |
| | .۸۱۵ | .۲۳۴ | .۰۰۷ | پایگاه اقتصادی و اجتماعی | .۰۱۳ | .۰۰۳ |
| | .۰۶۲ | ۱,۸۶۹ | .۰۵۸ | رسانه های جمعی | .۰۱۸ | .۰۳۴ |
| | .۰۰۰ | -۱۰,۶۸۱ | -.۳۹۴ | باورهای قالبی | .۰۲۰ | -.۲۱۴ |
| | .۰۰۰ | ۴,۳۳۶ | .۱۶۱ | جامعه پذیری جنسیتی | .۰۲۶ | .۱۱۴ |

ضرایب خام (B) و ضرایب استاندارد Beta محاسبه گردید و برای اینکه بدانیم تأثیرات مستقیم متغیرهای مستقل چقدر بوده ضرایب استاندارد شده تک تک متغیرها در جدول ذکر شده آمده است. و از میان متغیرهای مستقل باورهای قالبی و جامعه پذیری جنسیتی بر متغیر وابسته نگرش جنسیتی تأثیر مستقیمی دارند.

جدول شماره ۱۰- تحلیل واریانس بین محل سکونت و میزان نگرش جنسیتی (Y) در بین مردم شهر زنجان

| مجموع مجدورها | درجه آزادی | میانگین مجدورها | آزمون F | سطح معنی داری |
|---------------|------------|-----------------|---------|---------------|
| ۱۰,۸۲۱ | ۵ | ۲,۱۶۴ | ۹,۲۹۵ | .۰۰۰ |
| ۲۲۲,۱۱۲ | ۹۵۴ | .۲۳۳ | | |
| ۲۳۲,۹۳۳ | ۹۵۹ | | | |

جدول شماره ۱۱- جدول تفاوت میانگین محل سکونت و نگرش جنسیتی

| ۹۵٪ Confidence Interval | | Sig. | Std. Error | Mean Difference (I-J) | محلۀ ساکن (J) | محلۀ ساکن (I) |
|-------------------------|-------------|------|------------|-----------------------|---------------|---------------|
| Upper Bound | Lower Bound | | | | | |
| -.۱۶۵ | -.۲۹۱۵ | .۱۱۱ | .۰۵۳۹۵ | -.۱۳۷۵ | سیم بی | آباد اسلام |
| -.۰۵۲۲ | -.۳۶۰۳ | .۰۰۲ | .۰۵۳۹۵ | -.۲۰۶۳۲(*) | میدان سبزه | آباد اسلام |
| .۲۱۶۵ | -.۰۹۱۵ | .۸۵۶ | .۰۵۳۹۵ | .۰۶۲۵ | شهر زیبا | آباد اسلام |
| -.۰۹۱۵ | -.۲۱۶۵ | .۸۵۶ | .۰۵۳۹۵ | -.۰۶۲۵ | هنرستان | آباد اسلام |
| .۲۴۷۸ | -.۰۶۰۳ | .۵۰۷ | .۰۵۳۹۵ | .۰۹۳۸ | کارمندان | آباد اسلام |
| .۲۹۱۵ | -.۰۱۶۵ | .۱۱۱ | .۰۵۳۹۵ | .۱۳۷۵ | آباد اسلام | سیم بی |
| -.۰۸۵۳ | -.۲۲۲۸ | .۷۹۹ | .۰۵۳۹۵ | -.۰۶۸۸ | میدان سبزه | سیم بی |
| .۳۵۴۰ | -.۰۴۶۰ | .۰۰۳ | .۰۵۳۹۵ | .۲۰۰۰(*) | شهر زیبا | سیم بی |
| .۲۲۹۰ | -.۰۷۹۰ | .۷۳۳ | .۰۵۳۹۵ | .۰۷۵۰ | هنرستان | سیم بی |
| .۳۸۵۳ | .۰۷۷۲ | .۰۸۰ | .۰۵۳۹۵ | .۲۳۱۲(*) | کارمندان | سیم بی |
| .۳۶۰۳ | .۰۵۲۲ | .۰۰۲ | .۰۵۳۹۵ | .۲۰۶۳۲(*) | آباد اسلام | میدان سبزه |
| .۲۲۲۸ | -.۰۸۵۳ | .۷۹۹ | .۰۵۳۹۵ | .۰۶۸۸ | سیم بی | میدان سبزه |
| .۴۲۲۸ | .۱۱۴۷ | .۰۰۰ | .۰۵۳۹۵ | .۲۶۸۸(*) | شهر زیبا | میدان سبزه |
| .۲۹۷۸ | -.۰۱۰۳ | .۰۸۳ | .۰۵۳۹۵ | .۱۴۲۸ | هنرستان | میدان سبزه |
| .۴۵۴۰ | .۱۴۶۰ | .۶۰۰ | .۰۵۳۹۵ | .۳۰۰۰(*) | کارمندان | میدان سبزه |
| -.۰۹۱۵ | -.۲۱۶۵ | .۸۵۶ | .۰۵۳۹۵ | -.۰۶۲۵ | آباد اسلام | شهر زیبا |
| -.۰۴۶۰ | -.۳۵۴۰ | .۰۰۳ | .۰۵۳۹۵ | -.۲۰۰۰(*) | سیم بی | شهر زیبا |
| -.۱۱۴۷ | -.۴۲۲۸ | .۰۰۰ | .۰۵۳۹۵ | -.۲۶۸۸(*) | میدان سبزه | شهر زیبا |
| .۰۲۹۰ | -.۲۷۹۰ | .۱۸۸ | .۰۵۳۹۵ | -.۱۲۵۰ | هنرستان | شهر زیبا |
| .۱۸۵۳ | -.۱۲۲۸ | .۹۹۲ | .۰۵۳۹۵ | .۰۳۱۳ | کارمندان | شهر زیبا |
| .۲۱۶۵ | -.۰۹۱۵ | .۸۵۶ | .۰۵۳۹۵ | .۰۶۲۵ | آباد اسلام | هنرستان |
| .۰۷۹۰ | -.۲۲۹۰ | .۷۳۳ | .۰۵۳۹۵ | -.۰۷۵۰ | سیم بی | هنرستان |
| .۰۱۰۳ | -.۲۹۷۸ | .۰۸۳ | .۰۵۳۹۵ | -.۱۴۲۸ | میدان سبزه | هنرستان |
| .۲۷۹۰ | -.۰۲۹۰ | .۱۸۸ | .۰۵۳۹۵ | .۱۲۵۰ | شهر زیبا | هنرستان |
| .۳۱۰۳ | .۰۰۲۲ | .۰۴۵ | .۰۵۳۹۵ | .۱۵۶۳(*) | کارمندان | هنرستان |
| .۰۶۰۳ | -.۲۴۷۸ | .۵۰۷ | .۰۵۳۹۵ | -.۰۹۳۸ | آباد اسلام | کارمندان |
| -.۰۷۷۲ | -.۳۸۵۳ | .۱۲۰ | .۰۵۳۹۵ | -.۲۳۱۲(*) | سیم بی | کارمندان |
| -.۱۴۶۰ | -.۴۵۴۰ | .۰۰۰ | .۰۵۳۹۵ | -.۳۰۰۰(*) | میدان سبزه | کارمندان |
| .۱۲۲۸ | -.۱۸۵۳ | .۹۹۲ | .۰۵۳۹۵ | -.۰۳۱۳ | شهر زیبا | کارمندان |
| -.۰۰۲۲ | -.۳۱۰۳ | .۰۴۵ | .۰۵۳۹۵ | -.۱۵۶۳(*) | هنرستان | کارمندان |

* The mean difference is significant at the .۰۵ level.

از آنجا که متغیر مستقل کیفی چند ارزشی و وابسته فاصله ای می‌باشد از آزمون تحلیل واریانس برای بیان ارتباط بین دو متغیر استفاده می‌شود. با توجه به جدول فوق و اطلاعات به دست آمده از تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت میانگین بین محل سکونت افراد و نگرش جنسیتی با میزان معنی داری ($p < .05$) می‌باشد که با توجه به این سطح معنی داری ملاحظه می‌گردد که میانگین بین محله های زندگی افراد در بین ۶ گروه با نگرش جنسیتی در دو گروه محله های اسلام آباد و سبزه میدان با هم تفاوت معنی دار دارند. دو گروه محله های بی سیم و زیبا شهر با هم تفاوت معنی دار دارند. دو گروه محله های هنرستان و کارمندان با هم تفاوت معنی دار دارند. دو گروه محله های کارمندان و سبزه میدان با هم تفاوت معنی دار دارند.

نتیجه گیری

از نظر جامعه‌شناسان و از جمله آن‌ها بوردیو انسان‌ها از طریق ساختمان ذهنی با جهان اجتماعی خود برخورد می‌کنند و بر همین اساس نیز آن‌ها را ادراک، فهم و ارزیابی و ارزش گذاری می‌کنند. از نظر هیتون نیز باور های قالبی از طریق بستر فرهنگی که فرد در آن پرورش می‌یابد ریشه می‌گیرد. می‌توان گفت که باور های قالبی در چارچوب خانواده آموخته می‌شود و اولین مکان برای جامعه پذیر کردن افراد است. با توجه به تحقیقاتی که در زمینه نگرش جنسیتی شده است و همچنین یافته های پژوهش حاکی از آن است که

جامعه ایران به ویژه جامعه مورد تحقیق، جامعه ای است که هنوز بسیاری از اصول سنتی خود را حفظ نموده است. نگرش مردسالاری در این جامعه که جامعه ای سنتی است با خون مردم این منطقه عجین شده و عوامل متعددی نیز باعث شده که هنوز ریشه های خود را حفظ کند. با توجه به این موضوع می‌توان بیان نمود که باور های قالبی و جامعه پذیری جنسیتی با نگرش جنسیتی رابطه معنادار دارد.

رسانه‌ها با «فناي نمادين زنان» به عدم توجه به توليد فرهنگي و باز توليد رسانه اي به زبان و در نتیجه در حاشیه قرار گرفتن و ناچیز محسوب شدن زنان و منافع آنان اشاره می‌کند که در پژوهش حاضر محتوای رسانه های جمعی تأثیری بر روی نگرش جنسیتی نداشته است.

از نظر مارکس ساختار اقتصادی در هر جامعه به مثابه زیر بنا و کالاهای فرهنگی به عنوان جزئی از فرهنگ در زمره رو بنای فرهنگی جامعه محسوب می‌شود و طبعاً متأثر از زیر بنای جامعه است. از طرفی گروهی از جامعه‌شناسان نیز معتقد هستند افزایش سطح سواد زنان و اشتغال و تحصیل بر جهان بینی و نگرش و شخصیت و رویکردشان به زندگی و خانواده تأثیر می‌گذارد تحصیلات پایگاه اجتماعی زنان را ارتقا می‌دهد و باعث تغییر نگرش جامعه نسبت به نقش و وظایف زنان می‌شود. در تحقیق حاضر بر خلاف نظریه مارکس و البته با توجه به تحقیقات پیشین که در این زمینه صورت گرفته است پایگاه اقتصادی و اجتماعی بر روی نگرش جنسیتی تأثیری ندارد و در پژوهش حاضر نیز پایگاه اقتصادی - اجتماعی با نگرش جنسیتی رابطه معناداری ندارد.

پیشنهادها

- توانمندسازی زنان و کوشش در جهت بالا بردن موقعیت اجتماعی زنان از طریق افزایش سطح دانش آنان، مشارکت جدی و فعال این گروه در امور اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌باشد.
- کوشش در جهت کم رنگ نمودن باورهای قالبی جنسیتی، ایدئولوژی‌ها و نگرش‌های جنسیتی از طریق آموزش‌های رسمی در مدارس و دانشگاه‌ها و همچنین آموزش‌های غیر رسمی از طریق رسانه‌های جمعی.
- آگاه سازی خانواده‌ها خصوصاً والدین به حساسیت و تأثیرپذیری دوران کودکی، نقش حساس و مهم آنان در جامعه پذیری کودکان، تأکید بر تأثیر جامعه پذیری جنسیتی در شیوه نگرش، باورها و ایدئولوژی‌های کودکان و نقش مهم این جامعه پذیری در شیوه زندگی آینده آن‌ها.
- آموزش والدین و خانواده‌ها در جهت مشارکت فرزندان دختر و پسر خود به تساوی در مسؤولیت‌های خانوادگی و تغییر نگرش آنان نسبت به فرزندان دختر.
- تغییر ذهنیت‌ها و باورهای سنتی به زنان و تقویت حس اعتماد به نفس، خود ازاری و خود اتکائی جهت شکوفاسازی امکانات و استعداد‌های نهفته.

- لزوم حساسیت و توجه برنامه ریزان در برنامه ریزی‌های کلان جامعه نسبت به جنسیت و توجه به زنان به عنوان نیمی از جمعیت کشور در برنامه ریزی‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه از اهمیتی تعیین کننده برخوردار است به ویژه آنکه با توجه به گسترش روز افزون آگاهی‌هایی زنان و تضعیف نگرش‌های و افزایش سطح تحصیلات زنان، چنین برنامه ریزی‌های ضروری به نظر می‌رسد و عدم توجه به مسائل زنان می‌تواند زمینه ساز بحران‌های استراتژیک در کل نظام اجتماعی گردد.

منابع

- آزاد ارمکی، ت و غفاری، غ.ر. (۱۳۸۱)، تبیین نگرش نسلی به زن در جامعه ایران، فصلنامه پژوهشی زنان، شماره ۳ احمدی، ا. (۱۳۸۱)، بررسی تأثیر خانواده بر نگرش‌های جنسیتی فرزندان (مورد شهر دره شهر) تهران، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم انسانی استرینایی، د. (۱۳۹۰)، مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه، ت: ث. پاک نظر، تهران نشر گام نو.
- افشاری، ز و شیبانی، ا. (۱۳۸۲)، «نابرابری جنسیتی و توسعه اقتصاد ایران»، فصلنامه تحقیقات اقتصادی، دوره ۱، شماره ۶۲.
- توسلی، غ.ع. (۱۳۷۴)، نظریه های جامعه شناسی. تهران انتشارات سمت. چاپ پنجم
- ریاحی، ا. (۱۳۸۶)، عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه های جنسیتی، فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۵ شماره ۱ ریتزر، ج. (۱۳۷۴)، نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر، ت: م. ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- زمانیان، ع. (۱۳۸۷)، تغییرات بنیادین نهاد خانواده در چند دهه اخیر در ایران، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی شادی طلب، ز. (۱۳۸۱)، توسعه و چالش‌های زنان ایران، تهران: نشر قطره
- کاستلز، ا. (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات جلد ۲ قدرت و هویت، ت: ح. جاوشیان، تهران طرح نو
- گرت، ا. (۱۳۸۰)، جامعه شناسی جنسیت، ت: کد. بقایی، چاپ اول، تهران: نشر دیگر.
- گروسی، س. پ. (۱۳۸۴)، «بررسی تأثیر باورهای قالبی بر نابرابری جنسیتی، مورد مطالعه شهر کرمان و روستاهای پیرامون آن»، پایان نامه دکترای جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز.
- گلو میوک، س و فی وش، ر. (۱۳۷۸)، رشد جنسیت. مهر ناز شهر آرای. تهران انتشارت ققنوس
- گیدنز، آ. (۱۳۷۶)، جامعه شناسی، ت: م. صبوری، تهران: نشر نی
- موحّد، م و همکاران. (۱۳۸۴)، عوامل اقتصادی و اجتماعی مؤثر بر نگرش زنان نسبت به نابرابری‌های جنسیتی: پژوهش زنان، دوره سوم، شماره ۲