

او عصای دست پدر است؛ یعنی کسی که قرار است مدیریت خانه را به دست بگیرد. دختر اما فقط شیرینی خانه است و مهربان است. خیلی دخترها از بچگی در خانه‌شان می‌شوند که خیلی مرد مردم است. اینها نقش‌ها را می‌سازند. بعد از خانواده همین افراد وارد نقش‌های اجتماعی می‌شوند. از مرد توقع می‌رود کاری با درآمد بالا داشته باشد. کارهایی با قدرت بدنی بالا انجام دهد و زنان نهایت تشویق به معلمی، خانه‌داری و آشپزی می‌شوند یا جملائی مثل اینکه پشت هر مرد یک زن موفق قرار دارد کم‌کم در جامعه تثبیت می‌شود و آنقدر مرزها بر حرف می‌شود که دیگر کم‌کم پیراهن نقشش حرف می‌زند و دیگر کم‌کم شرایطی پدید می‌آید که افراد تنها پذیرنده هستند و افرادی که این نقش‌ها را نخواهند از جامعه طرد می‌شوند. شاید مردی نخواهد عصای دست خانواده باشد یا شاید روحیه حساسی داشته باشد. اما این کلمات بستری برای ساخت کلیشه‌ها فراهم می‌کند.

او تأکید می‌کند: «رسانه‌ها تقویت‌کننده
ایمن نقش‌ها هستند. چرا که در یک
اجبه سستی به هر شکلی رنگ سستی
تبلیغ می‌شود و اگر خلاف تفکرات و
ایدئولوژی‌های تبلیغی شود نقش‌ها در
افراد نهادینه و تقویت می‌شود؛ تبلیغاتی
مثل بن‌زها، ادبیات، سریال‌ها و سینما، هر
رسانه‌ای تلاش می‌کند تا این نقش‌ها را
تقویت کند و مدام به جامعه آذواری کند
و زنی باید در این چارچوب حرکت کنی و
تو مردی باید در این چارچوب راه بروی و با
تعیین حد و مرزها مدام به تو این کلیشه‌ها
را یاد آوری می‌شود و به تولید و بازتولید آنها
می‌پردازد».

شاید با گفتن جملاتی مثل تو دختری
همیشه باید مهربان و لطیف باشی یا تو
که مهمان ما هستی چون تو دختری و
در نهایت مال خانواده دیگری باشی، یا
اینکه همیشه ملوس و مهربان باشی یا تو
پسر هستی و باید قوی باشی، هیچ‌وقت
نباید گریه کنی... همان موقع نفهمیم
که نقش‌هایی را داریم به چه‌چهارمان
تحمیل می‌کنیم؛ نقش‌هایی که شاید در
آینده برای‌شان ران تحمل نباشد.

شود. یعنی سختی کار برای پسر کی تواند عمای ولی باشد یا دختری که نواز دست است اولی فقط نمک زندگی محسوب می شود. در حقیقت کارهای این تبلیغات امان رذن به تبعیض های است که در زندگی واقعی خانواده ها وجود دارد و دقیقاً سر آن به همین تصورات بازی می گردد. این تبلیغات بدون فکر نه به نفع زنان است نه حتی مردان. این تبلیغات تنها بر نقش ها بار ایجاب می کند و در توقعات و باری که ایجاب می شود و چون باید پذیرند که چه بسا اگر در این قالب ها گنجد بار روانی و اجتماعی زیادی را باید تحمل کنند.

دکتر هلیا عسگری، پژوهشگر ارتباطات و موضوعات زنان هم در این باره می گوید: «این طرح تبلیغاتی و فرهنگ سازی که در سطح شهرها می بینیم همان فرهنگ نیست زده است که نقش های جنسیتی را ایجاد می کند. بویژه در جوامع سنتی که با این عقاید سخت و سختی برای نقش ها روبه رو هستیم؛ مرزبندی های عجیب و نقش ها و وظایف دو جنس را تعیین می کند و در نتیجه امکان جابه جایی نقش ها هم کمتر می شود. اگر نقش ها با این تعاریف بخواد دگرگون شود با حاشیه عظیمی از نارضایتی روبه رو می شویم؛ همین فرهنگ است که نقش ها را تعیین می کند. اینکه زن کیست، مرد کیست و باید چه کار کند؟ اینک در موقعیت های مختلف زنان و مردان که باید بکنند و چه انتظاراتی از آنان و مردان ایجاد و تعیین می کند و زن و مرد چگونه باید این انتظارات را اجرا کنند؟ این انتظاراتها سرانجام تبدیل به هنجار می شود و زنان و مردان باید در طول زندگی به آن پایبند باشند. اگر پایبند نمایند، مورد تأیید خانواده و جامعه قرار می گیرند و قبول شان می کنند و مورد تأیید بیشتری قرار می گیرند اگر هم این را نپذیرند، آدم های قلمداد می شوند که عرف را می شکنند و خلاف جریان رودخانه شنا می کنند».

به گفته عسگری، این نقش‌ها از بچگی تعیین می‌شود و خانواده و اطرافیان آن را به خورد فرد می‌دهند. اگر پسر باشد از همان بچگی می‌گویند چه مردی، چه پسر قوی! حتی از یک بچه کوچک توقع



تبلیغ کلیشه‌های جنسیتی و تحمیل نقش‌ها

اگر نتوانم عصای دست پدر شوم؟!؟

ترانه بنی یعقوب
گزارش نویس

عصای دست پیری پدر و مادرش باشد. اصلاً هرکدام از این پیام‌ها و پیام‌های مشابه‌اش مثل همان شعرهای کودکی به نظر می‌رسد که می‌خواندیم پسرها شیرند مثل شمشیرند، دخترها موشند مثل خرگوشند. اینها چه اثراتی بر ساختن کلیشه‌های جنسیتی و در نهایت آینده نقش‌ها دارد؟

سونیا غفاری، جامعه‌شناس این موضوع را از منظر کلیشه‌های جنسیتی خیرخواهانه یا مثبت بررسی می‌کند: «تعدادی کلیشه‌های جنسیتی و تفکرات قالبی وجود دارد که برخی از ویژگی‌ها را به مردان و برخی را به زنان نسبت می‌دهد. این کلیشه‌ها خلیه، خشن یا خلیه، سراسر است

و مستقیم هستند. مثلاً اینکه زن‌ها برای برخی کارها ساخته نشده‌اند و مردها نباید کارهایی را کنند که زنانه محسوب می‌شود. سربازان که اینها نگاه‌های جنسیتی زده است و هنجارهای سنتی را تحمیل می‌کند، ممکن است خیلی‌ها توافق داشته باشند. اما یکسری کلیشه‌ها را تبعیض‌ها هستند که غیرمستقیم‌اند که به آنها کلیشه‌های جنسیتی خیرخواهانه می‌گویند یعنی ظاهرشان خیلی مثبت است اما معنایی خشن ندارند و حتی مایه‌ت تملق‌آمیز دارند. این کلیشه‌ها که به نظر تعریف و تمجید برای یک جنس محسوب می‌شوند واقع در حال دامن زدن به همان تفکیک و فاصله‌های جنسیتی هستند.

اتفاقاً مشکل این نوع خیرخواهی این است که مساله سازز است چون نه کسانی که آن را ترویج می کنند و نه کسانی که آن استقبال می کنند اصلاً قائل به تبعات منفی اش نیستند و کلاترید کمتری در مورد اینها صورت می گیرد مثل همین که تبلیغ می شود مردها عیاض دست پیری خانواده هستند و زن مال مردست. پس این پیام‌ها می تواند تأثیر گذار تم باشد...» به گفته او اینکه پسران شوالیه‌ها قوی خانواده باشند و در پیری عیاض دست پیری و دختران شیرینی و نمک خانواده، واقعیت‌های پیچیده زندگی‌های خانوادگی در نشان نمی دهد و در نهایت همه هرنه این کلیشه پرزای‌ها باید برارخته

یک جدول با دو شرح

جدول روزنامه ایران دارای دو «شرح عادی و ویژه» است. در صورت تمایل به حل دو شرح ابتدا یکی از شرح‌ها را با مداد حل کرده و سپس با پاک کردن جواب شرح اول، به حل شرح دوم بپردازید.

جدول
عادی

◀ افقی:

۱- اثر زیارتی و تاریخی «شمیرانات»
 - تهران- سوغات «کرماتشاه»
 - از جنس چرم- لقب اروپایی
 - ششخته- کارگاه معدنیان آن است- جمعر اس
 - ادب- آب سرما زده- جوانمردی- سر
 - سرزنش- پر تاب و روشنی- نوک تیز
 - بارزادن- ادات تشبیه
 - متن- گرد آمدن- زیان
 - مخلص- رواج و رونق- ضد «سرما»
 - آذری- زیان دیده- تار بافتن
 - گلگسی- بنیان- امان- با دها
 - زو- همنشین- شادی
 - زو- هارچی- پرنگه- کوهستان
 - بی معنی- در حال وزیدن- آسودگی- راحتی
 - حلقه- آویزان از- زین- بزرگ ترین اسنادیم
 - بازیگر مدبر سیال در حال بخش «دوکش ۲»

عمودی:

ن در شرح-لقب «ابن سینا»
به تئولوژی، ساکن شدن، ایستادن- مرکز
ع- با «معنوی» میانه‌ای ندارد- جزیره
عمل غافل... کسی که وکالت کاری به او
عدد هندسی- کلام چوپان
های فروش- انجمن نیزه‌وشان- کوچک
گلیسی- بزرگ ایل- چاپ خود کار
بق- عوض کردن- شرم
های انتقال گرما- یار جنجال- امکان‌ها
ریختن- خاص
جاده قطار- سرزمین
ای ایران- پیرو- درخت جنگلی
گر- این هم مخفف راه- معصیت- رازقی
سورف هندوان- سازه‌ای روی مرقف- سکوی
جاوید وهمیشه- از ماشین‌های سنگین
گوروها- پرتومه

◀ افقی:

جدول
ویژه

شهرستان «چابهار»
۱- سازمان قضایی- حرفیونانی- سپاسگزار
۲- نام زنانه فرنگی- نوعی اسباب بازی- گلزن قفید
«نانت»
۳- شیمی کریس- زمین سخت- شهری در استان
«مرکزی»- تنگه
۴- ضمیر سه کیلوپا- ابزار در ورزش باستانی- زیبا
۵- عنکبوت- تابع- ناپیدا
۶- مرطوب- بارش دراز- کلمه سوالمی

یکسری کلیشه‌ها و تبعیض‌ها هستند که غیرمستقیم‌اند که به آنها کلیشه‌های جنسیتی خیر خوانده می‌گویند. یعنی ظاهرشان خیلی مثبت است یا معنای خشن ندارند و حتی اهمیت تملق آمیز دارند.

مرد بودن و قوی بودن دارند. به دختر بچه می‌گویند چه دختر ملوسی، چه عروسی. یک آدم ظریفی که قرار است در خانواده نقش دختر مهربان را بازی کند و عروس باشد. این برجسبها در رشد روانی بچه‌ها پشت تأثیر دارد. بچه‌ها مدام با این واژه‌ها و نقش‌هایی که بد به آنها تحمیل می‌شود، مواجهند و متناسب با این نقش‌ها که از جامعه می‌گیرند بزرگ می‌شوند.

در نهایت کلیشه‌ها نقش‌ها را می‌سازد و این مردانگی و زنانگی جزئی از وجود آنها می‌شود و مرد بودن و زن بودن تعریف خود را پیدا می‌کند. مرد نان‌آور و عصبانی دست، قرار است پول دربیاورد و اگر مشکلی در خانه هست باید حل کند.

دی و «ویژه» است. در صورت تمایل به حل و پیک کردن جواب شرح اول، به حل شرح دوم

۳- سراسر
۴- میوه‌ای اشتها آور- ماده ششنگ
۵- بد
۶- «بینوایان»- دره‌در
۷- رت- نازنین
۸- «فراسان‌های بین‌المللی»
۹- رفیق
۱۰- هادی برق
۱۱- فراسوین جهانی‌شنا- سرزمینی
۱۲- نه‌کای ملی، پوش ویر افتخار ایرانی، خوش

عمودی:

پایان کار- نخستین قهرمان موتور کراس زنان ایران
- مایع ضد عفونی کننده- وضع دستگاه گوارش
بسه کش حمام

[illegible]

					۴	۸	۱	
۱		۶		۸	۳			
		۲	۵	۱				
	۲	۱			۶	۵	۹	
۳				۵				۷
	۵	۹	۳			۶	۴	
				۶	۱	۹		
			۹	۳		۴		۸
	۹	۷	۸					

				۹		۳		۷
	۱	۸			۵			
		۵	۲	۳			۸	
۸		۴	۹					
	۶						۲	
					۱	۴		۹
	۳			۸	۶	۲		
			۷			۱	۳	
۶		۲		۱				

متوسط								
					٣	٤	٧	
						٩		٥
		٤	٨	٧				
		٣	١	٢		٥		٩
٢	٤		٥		٧		٦	٣
٩		٥		٤	٦	٨		
				٨	٤	٣		
٨		١						
	٩	٦	٧					

			۳			۱		۴
					۵		۸	
	۸		۹	۶				
۱	۶		۷					
		۵		۲		۶		
					۶		۳	۱
				۵	۳		۲	
	۳		۱					
۵		۸			۲			

[illegible]