

סטראוטיפים על גברים ונשים כוללים בדרך כלל סטראוטיפים תיאוריים של מגדר. סטראוטיפים אלו נחקר רבות בספרות, והחוקרים הגיעו למספר מאפיינים של נשים וגברים המאפיינים סטראוטיפים אלו (Abele, 2003; Diekman & Eagly, 2000). למשל, "סוכנות" היא תכונה אשר בדרך כלל מאפיינת סטראוטיפים על גברים, כאשר "קהילתיות" מאפיינת סטראוטיפים של נשים. סוכנות מתארת נטייה להישגיות, כשירות, התמקדות במטלה, שאפתנות, רצון להיות בשליטה, אסרטיביות, דומיננטיות, עצמאות ורציונליות. קהילתיות לעומת זאת, מוגדרת כדאגה לאחרים, נטיות רגשיות, חברותיות, נטייה לשתף פעולה, כניעה, רגישות, אינטואיטיביות והבנה. הסטראוטיפים של גברים ונשים לא רק שונים אחד מהשני, אלא גם מנוגדים.

הסטראוטיפים לגבי מגדר נמצאו בתרבויות שונות. למשל, במחקר אחד החוקרים בחנו סטראוטיפים של גברים ונשים בקרב 25 מדינות שונות. החוקרים ביקשו מהנבדקים לציין האם שמות תואר שונים קשורים יותר לנשים או לגברים (או לאף אחד מהם). הממצאים של המחקר הזה הראו כי ישנה הסכמה רבה לגבי שמות התואר המיוחסים לגברים (בעיקר סוכנות) ולנשים (בעיקר קהילתיות) (Williams & Best, 1990). מחקרים מוצאים בנוסף כי הסטראוטיפים המגדריים מחזיקים מעמד לאורך השנים כך שגברים עדיין מתוארים במושגים של סוכנות, בעוד שנים מתוארות במושגים של קהילתיות (Schein, 2001). במחקר הנעשה בשנים האחרונות, אשר בחן נבדקים נשים וגברים בגילאים שונים ומרקע שונה, נמצא כי אנשים מייחסים הרבה יותר סוכנות לגברים וקהילתיות לנשים (Hentschel, Heilman, & Peus, 2012).

ממצא נוסף שהתגלה לגבי סטראוטיפים של גברים ונשים הוא שהם נוטים להיות יציבים בהקשרים שונים. למשל, למרות שמספר הנשים אשר עובדות בתפקידים אשר נחשבים באופן מסורתי ל"גבריים" עולה, סטראוטיפים עדיין קיים בתחום של תעסוקה, ובתחומים של משפחה ובית (Schein, 2001). סטראוטיפים הם הבסיס ליצירת רשמים על אנשים, הם מאפשרים למערכת הקוגניטיבית להגיע למסקנות מהירות ואוטומטיות לגבי אנשים בהם נתקלים (Banaji, Banaji, & Hardin, & Rothman, 1993). מעבר לעובדה שהם עשויים להיות לא נכונים בחלק גדול מהמקרים, פעמים רבות הם מביאים לאפליה.

למרות שניתן להגיד כי אפליה מגדרית כלפי נשים נמצאת במגמת ירידה בעולם המערבי, ניתן עדיין למצוא ביטויים של אפליה. למשל, ניתן לראות כי בארץ, מאז שנות ה-90, לא הצטמצמו פערי השכר בין גברים לנשים העובדים בשירות המדינה (אלמגור-לוטן, 2011). לפי הנתונים, בשנת 2010, השכר הממוצע ברוטו במשרות נשים בשירות המדינה היה נמוך ב-23% מהשכר הממוצע ברוטו במשרות גברים בשירות המדינה. כמו כן, אלמגור-לוטן מציינת כי הנתונים מתייחסים לשכר מתוקנן למשרה מלאה, ולכן הפערים אינם נובעים מהיקפי משרה נמוכים יותר של נשים. באותו האופן, מהדו"ח עולה עוד כי התשלום הממוצע בעבור שעות נוספות שמקבלים גברים כפול מהתשלום הממוצע שמקבלות נשים. על פי הדו"ח, הפער בין שכר גברים ונשים בשירות המדינה נובע ממספר גורמים: ראשית, הוא נובע מהדרגות שבהן הם מועסקים כאשר הנתונים מראים ששיעור הנשים יורד עם העלייה בדרגות, כלומר – נשים מועסקות בדרגות נמוכות יותר מגברים.

ההבחנה בין מוזיקה "קשה" למוזיקה "קשה" נעשתה על ידי רנטפרו וגוסלינג (2013). החוקרים התייחסו ל-14 ג'נרים שונים של מוזיקה והגדירו מוזיקת ג'ז, קלאסית כמוזיקה "רכה" ומטאל כבד ורוק הוגדרו כמוזיקה "קשה". בהתבסס על הבחנות אלו, במחקר אשר נערך לאחרונה (Yang, & Li, 2013), החוקרים רצו לבחן האם סטראוטיפים מוזיקליים משפיעים על האופן בו אנשים יוצרים רושם על אנשים אחרים והאם יש קשר למגדר. החוקרים התבססו על מודל העדשה של ברונסוויק (Brunswik, 1956; Gigerenzer & Kurz, 2001) על פיו אנשים יוצרים רושם ושופטים אנשים אחרים על פי ההתנהגות והרמזים הסביבתיים של אותו אדם. כלומר, ההתנהגות, והרמזים הסביבתיים מספקים לצופה מעין עדשה המאפשרת להסיק על תכונות אישיות שונות של האדם הלא מוכר. המודל מדגיש שלושה מאפיינים עיקריים: מהימנות הרמז, שימושיות הרמז, והישג פונקציונאלי. מהימנות הרמז קשורה לקשר בין הרמז לבין התכונה האמתית של האדם. שימושיות הרמז, מייצגת את הקשר בין הרמז שניתן לצפות בו לבין השיפוט. על פי מודל זה, כאשר קיים רמז מהימן ושימושי, הצופה עושה שיפוט נכון, והדבר נחשב להישג פונקציונלי. חוקרים שונים בחנו את המודל ומצאו כי רמזים כגון הסביבה של האדם, משמשים בני אדם על מנת להסיק על תכונות אישיות שונות של אנשים לא מוכרים (Gosling et al. 2002). על פי הממצאים של גוסלינג ועמיתיו (2002), קיימים ארבעה סוגי רמזים כאלו, אשר עוזרים לאנשים ליצור רשמים על אנשים אחרים: שני סוגים רלוונטיים במיוחד למחקר של יאנג ולי (2013) והם רמזים לגבי הזהות העצמית של אנשים ורמזים אשר מהווים עדויות פיסיות מהסביבה לגבי העיסוק או התחביב של האדם, ממנו אפשר להסיק על האישיות. למשל, בהקשר של מחקרם של יאנג ולי (2013) והמחקר הנוכחי, אנשים אשר אוהבים מוזיקה קלאסית עשויים להאזין לסימפוניה מסוימת בזמנם החופשי על מנת לרמוז שזה סגנון המוזיקה שהם אוהבים – מהבחינה הזאת, ההתנהגות מהווה רמז לגבי הזהות העצמית. בנוסף, הדבר עשוי לרמוז על כך שהם באופן כללי אוהבים מוזיקה כזאת והדבר מהווה רמז פיזי סביבתי. אנשים אשר שומעים את המוזיקה הזאת בוקעת מהנגן של אדם מסוים, עשויים לקבל רושם מסוים על האישיות של אותו אדם. במחקר אותו ערכו יאנג ולי (2013), החוקרים בחנו את ההשפעה של מוזיקת רקע על יצירת רשמים על האישיות של בעל האתר, וגם האם יש קשר למגדר.

