



شهرداری تهران
معاونت اجتماعی و فرهنگی
اداره کل بانوان

موضوع پژوهش:
پیمایش ارزش ها و نگرش های زنان در شهر تهران

مجری طرح:
دکتر احمد غیاثوند

ناظر طرح:
دکتر نادری

سال: ۱۳۹۶

سپاس نامه

شکر و ثنای خدای را که توفیق خدمت عنایت فرمود و توان انجام کاری دیگر داد. این مسیر جزء به یاری آن ذات پاک خالق مسیر نبود که بخشی از آن در لسان و کلام، مسئولان و همکاران گرانقدر متجلی گشت و به پاس کلام شریف «مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْمَخْلُوقَ لَمْ يَشْكُرِ الْخَالِقَ» صمیمانه‌ترین احترام‌ها و سپاس‌ها را به آن‌ها تقدیم می‌دارم.

در اینجا لازم می‌دانم از جناب آقای دکتر نادری، ناظر طرح، سرکار خانم دکتر عطایی مدیر امور بانوان و سرکار خانم موسی نژاد پژوهشگر دلسوز و مسئول پروژه‌ها، جناب آقای دکتر شمسه، دکتر صادقی، دکتر دارابی و آقای اسکندری، به خاطر هماهنگی‌هایشان در طول انجام تحقیق سپاسگذارم.

در این میان لازم است از اساتید و صاحب‌نظران مختلف برای اعلام نظر پیرامون اعتبار صوری مفاهیم مورد سنجش تشکر شود. بنابراین از اعلام نظرات اساتید دکتر انتظاری، دکتر کرمی، دکتر اخلاصی، دکتر فتحی، دکتر جنادله، خانم دکتر سفیری، خانم دکتر محمد تقی زاده، خانم دکتر شالچی، خانم دکتر امینی، قدردانی می‌گردد. همچنین در این خصوص از خانمها: صادقی (دانشجوی دکتری جمعیت شناسی)، حاجیلو (دانشجوی دکتری جامعه شناسی)، همیتان (کارشناس ارشد)، بینایی پور، کاظم زاده و دهقانی زاده به خاطر کمک در تهیه پرسشنامه اولیه سپاسگزارم.

البته بیش از همه دانشجوی پر تلاش و با همت خانم زینب خسروی در انجام مصاحبه‌های اکتشافی و نیز تحلیل تماتیک صورت گرفته سهم بسزایی داشتند؛ به نوعی به عنوان همکار اصلی از ابتدا تا پایان همراه پژوهش بودند.

مجری طرح

احمد غیاثوند

Ah.ghyasvand@Gmail.com

چکیده

مطالعه حاضر با هدف کلی بررسی و شناخت ارزش ها و نگرش های اجتماعی و فرهنگی زنان در شهر تهران به روش پیمایش انجام گرفته است. البته در کنار این روش، از تحلیل محتوای کیفی در قالب مطالعه ای اکتشافی به صورت مصاحبه ساخت نیافته کمک گرفته ایم. جمعیت آماری این پژوهش شامل «کلیه دختران و زنان ۱۵ سال به بالای مناطق ۲۲ گانه شهر تهران در سال ۱۳۹۶» می باشد. برای به دست آوردن نمونه ای معرف به پیمایش، از روش نمونه گیری چندمرحله ای و در بخش کیفی از نمونه گیری دسترس پذیر استفاده شده است. چارچوب مفهومی تحقیق، متأثر از نظریه نظام کنش، نظریه رفتار بخردانه آیزن و همکارانش و نظریه چلبی چلبی می باشد که به تعبیری هر رفتاری اعم از فردی و جمعی را وضعیت فرصت، نیاز، انتظار، و معنا مرتبط می دانند؛ بر این اساس رفتار جنسیتی زنان، تحت تاثیر نیازها، انتظارات، فرصت ها و معنای جنسیتی آنها می باشد تا از این طریق بتوان به ارزش ها و نگرش های زنان در عرصه های مختلف دست یافت. با عنایت به ترکیبی بودن روش پژوهش، تحلیل تماتیک صورت گرفته، از بین مسائل و دغدغه های زنان، موج شد هشت رفتار جنسیتی استخراج شود که شامل مواردی از جمله: فرزندآوری، مادری، تمایل به ازدواج، رضایت از زندگی مشترک، رفتار اشتغال، تحصیلات، انجام امور منزل، پوشش، بهره مندی از فضاهای جنسیتی است. یافته ها نشان می دهد که در مجموع بیشتر رفتارهای جنسیتی مورد انجام و پذیرش زنان تحت تاثیر میزان احساس هویت یابی فردی زنان می باشد؛ همچنین در سطحی تفسیری می توان رفتارهای جنسیتی و ارزش ها و نگرش های زنان را در قالب دو الگوی زیستی و فرازیستی توصیف نمود؛ و نیز می توان روند تحولات این رفتارها را از الگوی زیستی به فرازیستی شناسایی و تحلیل نمود؛ به عبارتی در حال حاضر الگوی فرازیستی در قالب ارزش های و نگرش های فمینیستی و فردگرایانه پیرامون ابعاد مختلف معنا و هویت های جنسیتی زنان بر الگوی زیستی در حال غلبه شدن است. در این خصوص با توجه به اینکه تراکم دختران، جوان، مجرد، تحصیل کرده و نیز شاغل در گروه الگوی فرازیستی بیشتر است؛ پس این دسته از دختران و زنان جامعه، به لحاظ هنجاری و نیز وجه نظر زندگی روزمره، از آسیب پذیرترین افراد به حساب می آیند.

کلید واژه‌ها: دختران و زنان، رفتارهای جنسیتی، الگوی زیستی - فرازیستی، معنای جنسیتی، تهران.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
فصل اول: کلیات پژوهش	
۸	بیان مسأله
۱۰	اهداف پژوهش
۱۰	اهمیت و ضرورت پژوهش
فصل دوم: ادبیات و پیشینه نظری پژوهش	
۱۳	مرور تجربی پژوهش
۲۴	نقد و نظر پیرامون پژوهش های گذشته
۲۵	مرور نظری پژوهش
۲۵	تعریف نگرش، ابعاد و ویژگی های آن
۳۳	مفهوم رفتار و ابعاد آن
۴۴	تعریف مفهوم ارزش و ویژگی ها آن
۴۸	مبانی نظری پژوهش
۶۴	چارچوب مفهومی پژوهش
فصل سوم: روش پژوهش	
۷۲	روش تحقیق
۷۲	جمعیت آماری و حجم نمونه پژوهش
۷۶	ابزار گردآوری داده های پژوهش
۷۶	تعاریف نظری و عملیاتی مفاهیم و متغیرها

۸۲ اعتبار و پایایی متغیرهای پژوهش
۸۴ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

فصل چهارم: یافته‌های پژوهش

۸۷ ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان
۹۱ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان نسبت به فرزند
۱۰۲ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان نسبت به نقش مادری
۱۱۰ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون زندگی زناشویی
۱۲۴ ارزش‌ها و نگرش‌های دختران پیرامون ازدواج
۱۳۴ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون امور منزل
۱۵۱ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون تحصیلات
۱۷۰ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون اشتغال
۱۶۵ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون پوشش
۱۷۹ ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون فضاهای جنیستی

فصل پنجم: خلاصه و نتیجه‌گیری

۱۸۹ خلاصه پژوهش
۱۹۰ دستاوردهای تجربی
۱۹۹ دستاوردهای نظری
۲۰۰۶ منابع و مأخذ

فصل اول:
کلیات پژوهش

(۱-۱) بیان مسأله

در جامعه ایران گسترش آموزش و پرورش، رشد رسانه‌ها و نفوذ آنها در زندگی فردی و جمعی، رشد شهرنشینی، تمرکز فزاینده جمعیت در شهرها، افزایش سطح آموزش زنان، توسعه فرایندهای تفکیک اجتماعی، و ... موجب توجه و اهمیت بیشتر نگرش‌ها و ارزشهای اجتماعی و نیز تغییرات مرتبط با آن گردیده است. بر این اساس می‌تواند شاهد تحول و گذار از یک جامعه سنتی پر سابقه به سمت جامعه‌ای مدرن بود. آثار این تحول در حوزه نگرش‌ها و رفتارهای زنان بیش از هر قشری قابل مشاهده و تحلیل است، به نحوی که می‌توان شاهد حضور و نقش آفرینی زنان در عرصه‌های خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی مختلف بود.

در واقع شروع تغییر و تحولات فرهنگی در طی دهه‌های اخیر نشان از تحول اساسی در ساختار نظام ارزشی جامعه ایران می‌دهد. این تحولات ناشی از تغییر و جابه‌جایی در زمینه‌های جمعیتی و ساختاری در جامعه است. تراکم جمعیتی در ایران، به صحنه آمدن خیل عظیمی از جوانان را موجب شده و همچنین تحول ساختاری حوزه اقلیتی تعیین‌کننده جدیدی در نظام اجتماعی را پدید آورده است (آزاد و غیاثوند، ۱۳۸۳).

مطالعه صورت گرفته در جامعه ایران با توجه به شاخص‌های دوازده‌گانه اینگلهارت درباره دگرگونی ارزشی، ۴۰ درصد از پاسخگویان در سنخ ارزشی مادی، ۵۲ درصد التقاطی و ۸ درصد در طیف افراد دارپا نگرش فرامادی قرار می‌گیرند (آزاد و غیاثوند، ۱۳۸۳). حضور پر رنگ زنان جامعه ایران در عرصه‌های اجتماعی مختلف در قالب تحصیل و گرایش به تحصیلات تکمیلی، استفاده از فضاهای فراغتی، تمایل به داشتن اشتغال مداوم، کسب درآمد مالی مستقل، شرکت در دوره‌های مختلف آموزشی و مهارت‌آموزی، داشتن مشارکت سیاسی فراوان، گرایش به شهروندی فعال، همه بیانگر تغییر در «دنیای سنتی» آنها و گرایش بیشتر به «دنیای مدرن» است که از منظر جامعه‌شناختی می‌توان آن را تغییر از جایگاه «اجتماع» به «جامعه» از نوع تونیزی دانست (غیاثوند، ۱۳۹۵).

در جامعه ایران تحولات دنیای زنانه تحت تاثیر فضا و زمان‌های مختلف قابل تبیین و تحلیل می‌باشد. به عبارتی می‌توان بیان داشت دنیای زنان ارتباط نزدیکی با تحولات مدرن و حتی پیشرفت‌ها و تکنولوژی‌های مدرن دارد؛ به نحوی که در سال‌های اخیر تحولات بسیاری را به خود دیده است. «امروزه عواملی مثل تحصیل یا اشتغال، موقعیت‌های به رسمیت شناخته شده‌ای برای خروج زنان از خانه و نیز امکان ارتباط آنان با دنیای بیرون از خانه و حضور در فضاهای عمومی و رسمی را که پیش از این مردانه بود، فراهم نموده است» (علیرضانژاد و سرایی، ۱۳۸۵: ۱۳۷۶).

امروزه دنیا به این درک رسیده که نقش زنان و مردان در حال تغییر و تحول است. در واقع تأکید بر حقوق انسانی و برابری جنسیتی رو به گسترش است. در جامعه ایران تغییر نقش‌های سنتی زنان و تقاضای روزافزون برای مشارکت در عرصه‌های مختلف حاصل دگرگونی در نظام ارزشی، رشد آگاهی‌های عمومی، توسعه نهادهای مدنی و تحصیلات تخصصی و نیز تغییر در ساختارهای اقتصادی و اجتماعی می‌باشد. این امر، نشان می‌دهد که زنان طالب تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های افراد جامعه، به طور خاص خواهند بود که به نوبه خود بایستی منتظر پیدایش مسائل و مشکلات پیرامون وضعیت زنان در جامعه بود. «در واقع بیرون آمدن دختران و زنان از خانه و تمایل آنها به سبک‌های جدید زندگی، فراغت، ورزش و ... نشان‌دهنده دگرگونی ارزش‌ها و پیدایش مسایل هویتی جدیدی برای زنان و دختران است که به برساخت مناسبات و هنجارهای جنسیتی کمک می‌کنند. بر این اساس در جوامع جدید هویت‌یابی جنسیتی تحت تأثیر فضای بیرونی و روابط گروهی و از سوی دیگر متأثر از تجربه‌های زندگی زنان در حال بازاندیشی می‌باشد» (غیاثوند، ۱۳۹۴). از سوی دیگر، از کوچکترین واحد اجتماعی یعنی خانواده گرفته تا بزرگترین سازمان‌های اجتماعی، همه تحت تأثیر الگوهای جنسیتی تثبیت شده در جامعه هستند. هویت فردی و اجتماعی، تقسیم کار جنسی، قدرت، رفتارهای قالبی جنسی، طبقه‌های گروهی و زبانی، فراغت، رفتارهای مذهبی و ... همه تحت تأثیر جنسیت قرار می‌گیرند و معنای خاصی می‌یابند و به جانب خاصی هدایت می‌شود. پس ابزاری برای تطابق‌پذیری فرد با موقعیت‌های اجتماعی می‌باشد. بنابراین وضعیت الگوهای جنسیتی حاکم و نهادمند شده و از سوی دیگر تحولات مدرن و گسترش رویکردهای فمینیستی موجب گردیده ارزش‌ها و نگرش‌های زنان در شهر تهران تغییر یابند.

از این رو، مطالعه حاضر به بررسی ارزش‌ها و نگرش‌ها بانوان در شهر تهران می‌پردازد. بی تردید تلاش در جهت شناخت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی زنان در شهر تهران از مهمترین مولفه‌های اساسی در امر برنامه‌ریزی اجتماعی و فرهنگی در قبال زنان می‌باشد. مطالعه حاضر با پذیرش دگرگونی در نظام ارزشی جامعه ایران، به ویژه زنان درصدد دستیابی بدین سؤالات است:

- (۱) وضعیت ارزش‌های و نگرش‌های دختران و زنان شهر تهران بر حسب رفتارهای جنسیتی مختلف چگونه است؟
- (۲) وضعیت ارزش‌ها و نگرش‌های زنان شهر تهران بر حسب عوامل و ویژگی‌های مختلف فردی و اجتماعی چگونه است؟
- (۳) بعد از توصیف و تبیین ارزش‌ها و نگرش‌های دختران و زنان، چه تفسیری می‌توان از وضعیت و روند رفتارهای جنسیتی دختران و زنان ارائه نمود؟

۲-۱) اهداف پژوهش

هدف کلی این پژوهش بررسی و شناخت ارزش ها و نگرش های اجتماعی و فرهنگی زنان در شهر تهران می باشد. در این میان اهداف و محورهای جزئی مورد بررسی عبارتند از:

- انجام مطالعه ای اکتشافی مبنی بر شناخت مسائل، دغدغه ها و رفتارهای جنسیتی دختران و زنان
- تهیه چارچوب مفهومی جهت توصیف و تبیین رفتارهای جنسیتی دختران و زنان
- پیمایش و توصیف ارزش ها و نگرش های زنان در شهر تهران بر حسب رفتارهای جنسیتی مختلف
- تبیین وضعیت ارزش ها و نگرش های زنان بر حسب ویژگی های فردی و اجتماعی
- تبیین وضعیت ارزش ها و نگرش های زنان بر حسب چارچوب مفهومی پژوهش
- تفسیر نتایج حاصل در جهت شناسایی و تحلیل روند رفتارهای جنسیتی دختران و زنان

۳-۱) ضرورت و اهمیت پژوهش

امروزه دیگر این اندیشه که «جنسیت» افراد منشأ زیست شناختی ندارد و جامعه بشری آن را برمی سازد و بر افراد تحمیل می کند، در اندیشه جامعه شناختی پذیرفته شده و بسط یافته است. به گونه ای که شاخه های متعدد جامعه شناسی در حال حاضر به عنوان یکی از اولویت مهم خود مباحث جنسیتی را در کانون طرح های پژوهشی قرار داده اند (به نقل از سلطانی ۱۳۹۰؛ گیدنز ۱۳۷۴ و گرت، ۱۳۷۹).

حدود نیمی از جمعیت کشور ما را زنان تشکیل می دهد که به واسطه نقش ها و موقعیت های اجتماعی خود سهم بسزایی در توسعه و تحولات جامعه بر عهده دارند. امروزه حضور گسترده زنان در عرصه اجتماع و نقش موثر آنان در جامعه انکار ناپذیر است. زنان نیمی از جامعه انسانی را تشکیل می دهند و بدیهی است که توجه به این گروه، نقش بسزایی در بالندگی و پیشرفت کشور دارد. از سوی دیگر؛ یکی از شاخص های توسعه اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه ایفای نقش آنان در ساختارهای اجتماعی است. البته، هنوز در جوامع مختلف به دلایل گوناگون فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، تعادل مطلوب و قابل قبولی در مشارکت عادلانه زنان در توسعه و بروز خلاقیت ها و استعداد های آنان برقرار نشده است. به تعبیر گیدنز «با وجود پیشرفت هایی که زنان در همه کشورهای جهان به دست آورده اند، تفاوت های جنسیتی همچنان شالوده نابرابری های اجتماعی است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۶۴).

آنچه بیش از هر عاملی موجب تمایز و تشخیص جوامع از یکدیگر می‌گردد وضعیت نگرشها و ارزشهای افراد می‌باشد، که مجموعه‌ای از آن عناصر، باورها، نقش‌ها و ساختار فرهنگی و اجتماعی را شکل می‌دهند. از این رو، بررسی دگرگونی‌های ارزشی در جامعه یکی از عناصر کلیدی در تبیین نظام اجتماعی و فرهنگی هر جامعه به حساب می‌آید که به نوبه خود بررسی و شناخت آنها نقش بسیاری در شناسایی تحولات فرهنگی دارند. در واقع ارزش‌ها، الگوی عمل افراد است که با تغییر آنها، رفتارها نیز تغییر می‌یابد. همچنین نگرش‌ها، سوگیریها و قضاوت‌های ارزیابانه افراد جامعه اند که موجب قصد رفتار می‌گردند و به نوبه خود کنش‌ها را نیز شکل می‌دهند. بنابراین جامعه‌ای که در حال تغییر است، ضرورت و نیاز انطباق با محیط، انسان را طالب تحول و تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و ... می‌نماید. بنابراین اهمیت بررسی تحولات از آن روست، که ترجیحات و سوگیریهای ارزشی و نگرشی را که مشخص‌کننده نسخه‌های کنشی افراد می‌باشد، را معین می‌نمایند. همچنین بر اساس تحولات ارزشی می‌توان از جریان تحولات آینده در جامعه سخن گفت، گرچه باید توجه داشت که به نوبه خود، تحول و دگرگونی یک ضرورت نیست، بلکه چنانچه به سرعت و بدون پیش‌بینی اتفاق بیفتد آسیب‌زا است، گرچه ممکن است این امر به دوام و استمرار نظام اجتماعی می‌انجامد و در بهگشت اجتماعی و پویایی جامعه کمک می‌کند. بر این اساس بررسی ارزشها و نگرش‌های زنان در شهر تهران موجب پیگیری تغییرات آن در طول زمان، توسعه زمینه‌های تئوریک در باره نتایج حاصل و تحلیل آثار و پیامدهای آن در رخدادهای آینده و تصمیم‌گیری در این زمینه دانست. از طرفی با توجه به ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مختلف در شهر تهران، ما را در فهم تحولات به عمل آمده و سیاستگذاری در قبال آنها کمک خواهد نمود.

فصل دوم:
ادبیات و پیشینه نظری
پژوهش

۱-۲) مرور تجربی پژوهش

در زمینه مطالعات صورت گرفته پیرامون زنان می توان دو دسته از پژوهش ها را از همدیگر تشخیص داد؛ نخست مطالعات ملی در حوزه ارزش ها و نگرش ها که یکی از متغیرهای مستقل آنها جنس است و بیشتر موضوعات مورد سنجش آنها بر حسب این متغیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. دوم، مطالعاتی که به محور تحلیل جنسیتی صورت گرفته و به طور خاص ارزش ها و نگرش های زنان مورد پیمایش قرار گرفته است.

سابقه چنین مطالعاتی در سرا سر دنیا در قالب پیمایش ارزش های جهانی، مطالعه ارزش های اروپائیان، پیمایش ارزشها و نگرش های بریتانیا و پیمایش ارزش های شرق آسیا می باشد. همچنین رونالد اینگلهارت در قالب چارچوب نظری تحت عنوان «دگرگونی ارزشهای مادی/ فرامادی» از سال ۱۹۷۰ - ۱۹۸۳ و بعد ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۲ و تاکنون به طور پانل سعی نموده به مقایسه داده های به دست آمده از سایر کشورهای اروپایی و آسیایی بپردازد. در ایران اولین مطالعه تجربی مربوط به نظر سنجی پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران در سال ۱۳۵۳ بود. که بتدریج از سال ۷۵ به بعد شاهد انجام پیمایش های مختلف ملی، منطقه و استانی و... می باشم. در ادامه بر حسب دسته بندی مذکور به تشریح برخی از پژوهش های عمده پرداخته می شود:

* طرح ملی «بررسی نگرش ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران» توسط علی اسدی و همکاری منوچهر محسنی و مجید تهرانیان در پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران با حجم نمونه ای برابر با ۴۴۲۰ نفر از افراد مناطق شهری و روستایی کشور در سال ۱۳۵۳ انجام شد و در سال ۱۳۵۶ منتشر گردید.

* طرح ملی «بررسی آگاهی ها، نگرش ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران» توسط منوچهر محسنی در معاونت پژوهشی و آموزشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در بین ۳۵۴۰ نفر از افراد مناطق شهری در سال ۱۳۷۴ انجام شد که در نهایت در سال ۱۳۷۵ منتشر گردید.

* طرح ملی «تغییرات ارزش های فرهنگی در ایران» توسط دکتر تقی آزادارمکی در موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی در بین ۲۵۳۰ نفر از مناطق مختلف شهری کشور در سال ۱۳۷۹ انجام گردید و در سال ۱۳۸۳ در قالب کتابی تحت عنوان «جامعه شناسی تغییرات فرهنگی در ایران» با همکاری احمد غیاثوند به چاپ رسید.

* پیمایش «ارزش‌ها و نگرش‌ها ایرانیان» (موج اول و دوم) در دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تحت مدیریت علمی و اجرایی عبدالعلی رضایی در بین ۱۶۶۱۷ نفر از افراد ۱۵ ساله و بالاتر خانوارهای معمولی ساکن در سال ۱۳۷۹ انجام گردید و در سال ۱۳۸۰ چاپ شد. همچنین پیمایش «ارزش‌ها و نگرش‌ها ایرانیان» (موج دوم) در دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تحت مدیریت علمی محسن گودرزی در بین ۴۵۸۱ نفر از افراد ۱۵ ساله و بالاتر خانوارهای معمولی ساکن در هر یک از ۲۸ شهر مرکز استان در سال ۱۳۸۱ انجام گردید و در سال ۱۳۸۲ چاپ شد.

* پیمایش «ارزش‌ها و نگرش‌ها ایرانیان» (موج سوم) در دفتر طرح‌های ملی و مرکز ملی رصد اجتماعی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تحت مدیریت علمی محمد رضا جوادی یگانه و با مدیریت اجرایی غلامرضا غفاری بدالعلی رضایی در بین ۱۴۹۰۶ نفر از افراد ۱۵ ساله و بالاتر خانوارهای معمولی ساکن در سال ۱۳۹۴ انجام گردید.

* پیمایش ملی «فرهنگ سیاسی مردم ایران» (موج اول) در مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در بین ۴۸۷۹ نفر از افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله خانوارهای معمولی شهری و روستایی ۳۰ استان کشور در سال ۱۳۸۴ اجرا شد و در سال ۱۳۸۵ گزارش آن منتشر گردید.

* پژوهش ملی «رفتارهای فرهنگی ایرانیان» پیرامون فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی در ۲۸ مرکز استان کشور انجام گردیده است. جمعیت آماری این طرح ملی حدود ۴/۵ میلیون خانوار بوده و در مجموع اطلاعات مربوط به ۱۳۹۷۶ خانواده با جمعیت ۶۵۴۴۰ نفر افراد ۶ ساله و بیش‌تر در زمستان ۱۳۷۸ جمع‌آوری شده است. نحوه نمونه‌گیری دو مرحله‌ای و شیوه جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه همراه با پرسشنامه بوده است. این پژوهش بعد از جمع‌آوری در قالب ۲۸ گزارش بر حسب مراکز مختلف به‌طور جداگانه منتشر گردید. موضوعات مورد بررسی در این پژوهش پیرامون فعالیت مذهبی، فعالیت اجتماعی، فعالیت ورزشی، فعالیت تفریحی، بازی، فعالیت هنری و دستی، کتاب و کتابخوانی، روزنامه و مجله خوانی، استفاده از رادیو و تلویزیون، ویدئو و ضبط صوت، سینما و تئاتر، تسهیلات فرهنگی، زمان فراغت، تقاضای فرهنگی می‌باشد.

* پیمایش ملی «تدین اسلامی ایرانیان» در مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) توسط محمد رضا طالبان در بین ۴۵۰۰ نفر از افراد خانوارهای معمولی شهری و روستایی ۳۰ استان کشور در سال ۱۳۸۸ اجرا شد.

* طرح ملی «دینداری ایرانیان» توسط عباس کاظمی و مهدی فرجی در سازمان تبلیغات اسلامی در بین ۱۸۰۴۵ نفر از افراد ۱۵ تا ۷۵ ساله ۳۰ استان کشور در سال ۱۳۸۹ انجام گردیده و در سال ۱۳۹۰ منتشر شد.

* پژوهش «بررسی میزان مصرف کالاهای فرهنگی» توسط دکتر سعید معیدفر در سال ۱۳۸۹ به کارفرمایی دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران صورت گرفته است. این پژوهش در پی بررسی رفتارهای فرهنگی ساکنین محلات تهران و شناسایی نیازهای فرهنگی و به عبارت دقیق‌تر میزان مصرف کالاهای فرهنگی آنهاست. این پژوهش به روش پیمایش و جامعه آماری آن را کلیه افراد ۷ سال به بالای ساکن در محلات ۳۷۱ گانه شهر تهران را تشکیل می‌دهند.

* پژوهش «تحلیل ثانویه اطلاعات ارزشها و نگرشهای ایرانیان در سالهای ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲» توسط امید علی احمدی انجام شده است در این بررسی سعی شده است ابتدا مهمترین نگرش‌ها توصیف و سپس مقایسه به تفکیک سنخ‌های مختلف اجتماعی صورت گیرد. این مقایسه در بین گروه‌های سنی، مردان و زنان، گروه‌های تحصیلی مختلف، وضع تأهل، قومیت، طبقه ذهنی، شهر محل زندگی و برخی متغیرهای دیگر صورت گرفته است. برای تبیین نظری مطالعه از دیدگاه سه صاحب نظر پارسونز، تری‌یاندیس و گیدنز در خصوص تغییرات اساسی در خانواده بهره‌گیری شده است. یافته‌های نشان می‌دهد خانواده ایرانی همانند سایر نهادهای اجتماعی در خلال یکصد و پنجاه سال اخیر که فرایند مدرنیزاسیون جریان داشته است، در حال تغییر بوده است. این تغییرات را می‌توان در دو دسته از تغییرات در- زمانی (synchronic) تغییرات همزمانی (diachronic) قرار داد. در بخش تغییرات در- زمانی می‌توان به تنوع‌پذیری خانواده ایرانی از نظر ساختی و کارکردی اشاره کرد و در بخش تغییرات همزمانی باید به تنوعات ساختی و کارکردی موجود در بین خانواده‌های امروزی اشاره کرد. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مسیرهای تحول نگرش‌ها و رفتارهای خانوادگی از بسیاری جهات با آنچه در خانواده غربی رخ داده است، تشابه بسیار دارد. همچنین این تحقیق نشان داد که تغییراتی شگرف در ساختار و کارکردهای خانواده ایرانی در حال وقوع است که اصلی‌ترین فرایند در تغییرات خانواده ایرانی تنوع‌پذیری است.

* پژوهش «ملاحظات درباره نقش زنان در توسعه فرهنگی»، این مطالعه توسط فاطمه گیوه چیان انجام گردیده است. در این بررسی اهمیت نقش زنان در توسعه فرهنگی در بسیاری از متون ادبیات جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی مورد تأیید قرار گرفته و در این مقاله با استفاده از واژه خانه با دو مفهوم "مکان" و "فضای احساسی" و نقش زن به‌عنوان سازنده فضای احساسی خانه و مکان خانه بررسی شده است. مطالعات تاریخی پیش از دوران صنعتی، زن عمدتاً سازنده فضای احساسی خانه بوده است و از این دوره به بعد انتظار می‌رود که زن همراه با مرد مکان خانه را نیز بسازد. از آنجا که در مطالعات آسیب‌های اجتماعی و اهمیت فضای احساسی خانه در کاهش بسیاری از ناهنجاری‌های اجتماعی تأکید شده،

در این مقاله نیز فضای احساسی خانه برای توسعه فرهنگی عامل مهمی تشخیص داده شده است. پرسشی که در این مقاله مطرح می شود این است که اگر قرار باشد در جهان صنعتی و فراصنعتی هم مرد و هم زن در قلمرو عمومی به کار اشتغال داشته باشند چگونه فضای احساسی خانه ساخته می شود، فضایی که ساخته شدنش برای توسعه فرهنگی لازم است. این در حالی است که بر اساس یافته های تحقیقاتی، زنان وارد عرصه عمومی شده اند ولی مردان تمایلی به قبول مسوولیت در فضای خانه ندارند. به علاوه هنوز موانع اجتماعی و فرهنگی بسیاری بر سر راه زنان و فعالیت آن ها در عرصه عمومی وجود دارد و تبعیض هایی علیه آنها روا داشته می شود.

*پژوهش «جنسیت، فرهنگ، ارزش ها و نگرش ها» توسط دکتر سوسن باستانی در قالب یک کتاب به چاپ رسیده است. تحقیق حاضر، بر آن است که تفاوت های زنان و مردان را در زمینه دو عنصر محوری فرهنگ یعنی ارزش ها و نگرش ها مطالعه کند. در این مطالعه چند سؤال مطرح است: آیا رابطه ای بین جنسیت، ارزش ها و نگرش ها وجود دارد؟ آیا می توان از فرهنگ زنان یا ارزش ها و نگرش های زنان صحبت کرد؟ نگرش زنان در خصوص تفاوت های جنسیتی چگونه است؟ در جواب به این سؤال ها، تحقیق حاضر در سه بخش تنظیم شده است: بخش اول به مرور مفاهیم و نظریه های فرهنگی، ارزش ها، نگرش ها، جنسیت و کلیشه های جنسیتی اختصاص یافته است. بخش دوم تحقیق، بر فراتحلیل بررسی های انجام شده درباره اثر جنسیت بر ارزش ها و نگرش ها متمرکز شده است. در بخش سوم، نگرش زنان در خصوص تفاوت ها و تبعیض های جنسیتی در سه بعد زیستی، اجتماعی و اقتصادی بررسی خواهد شد.

*پژوهش «بازنگری نظریه های نقش جنسیتی» توسط حسین بستان انجام گرفته است. این مطالعه به روش اسنادی به تبیین نظری نقش های جنسیتی پرداخته است. به نظر وی یکی از مفاهیم اساسی مباحث جنسیت است که در سال های اخیر مورد توجه صاحب نظران علوم اجتماعی به ویژه فمینیست ها قرار گرفته برای تبیین چرایی و چگونگی شکل گیری نقش های جنسیتی، نظریه های گوناگونی مطرح شده است. این مقاله ضمن بازنگری مهم ترین نظریه های خرد و کلان نقش جنسیتی می کوشد تبیینی چند علتی با بهره گیری از نکات مثبت نظریه های موجود و نیز الهام گرفتن از آموزه های دینی، ارائه دهد.

در این تبیین، ابعاد متنوع زیستی، روانی و اجتماعی مورد توجه قرار گرفته و سهم هر یک از عوامل و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر مشخص شده است. مهم‌ترین ویژگی این چارچوب نظری آن است که بدون غلتیدن در افراط و تفریط نظریه‌های موجود، از یک سوتأثیر تفاوت‌های جنسی طبیعی در بروز نقش‌های جنسیتی را مفروض می‌گیرد و از سوی دیگر، این تأثیر را صرفاً در حد تأثیر اعدادی تعبیر می‌کند و به این ترتیب، از تحلیل‌های جبرگرایانه در این باره می‌پرهیزد. به نظر می‌رسد تثبیت این رویکرد متعادل در مرحله سیاست‌گذاری جنسیتی، شرط لازم برای برون رفت از مشکلات فراوانی است که اینک در حوزه جنسیت مشاهده می‌کنیم، مشکلاتی که می‌توان ریشه اصلی آنها را ضعف نظریه‌پردازی دانست.

*پژوهش «تفاوت‌های نسلی زنان در دیدگاه ازدواج» توسط عباس عسکری ندوشن، محمد جلال عباسی شوازی و رسول صادقی انجام گرفته است. هدف این مطالعه، بررسی تحولات ایده‌ای، نگرشی و ارزشی نسبت به موضوعات مرتبط با ازدواج و تشکیل خانواده با استفاده از رویکرد نسلی بوده است.

داده‌ها از طریق یک پیمایش مقطعی در شهر یزد جمع‌آوری و اطلاعات مربوط به ۳۱۰ نفر از مادران و دختران هرگز ازدواج‌نکرده آنان مورد بررسی قرار گرفت. بر مبنای داده‌های مذکور، تداوم و تغییر بین‌نسلی در ارزش‌ها و ایده‌آل‌های ازدواج در چهار بعد مهم مورد تحلیل قرار گرفت: اول، میزان پایبندی به نهاد ازدواج، دوم، نگرش نسبت به نحوه انتخاب همسر و رجحان‌های فرهنگی مرتبط با ازدواج خویشاوندی، سوم، سن مناسب ازدواج و فرزندآوری و در نهایت، ایده‌ها و دیدگاه‌های افراد نسبت به ازدواج مجدد و چندهمسری. مقایسه و تحلیل بین‌نسلی نگرش‌ها، حاکی از این بود که هم جوانان و هم نسل مادران نگرشی منفی و مخالف نسبت به مجرد دارند که بیانگر تأکید و تعهد اجتماعی شدید نسبت به ازدواج و زندگی زناشویی است. با این همه تفاوت‌های محسوس نگرشی نیز در این زمینه بین دو نسل وجود دارد، به طوری که درصد دخترانی که در مقایسه بین مجرد و تأهل، نظر مساعدتری نسبت به زندگی مجردی دارند، بیشتر از نسل مادران می‌باشد.

یافته‌های مطالعه همچنین نشان داد که در زمینه شیوه انتخاب همسر، اکثریت پاسخ‌گویان از هر دو نسل، بر کسب شناخت کافی زوجین نسبت به یکدیگر تأکید دارند، ولی در بین نسل جوان تمایل و تأکید بیشتری در این زمینه وجود دارد. این امر از یک‌سو مبین اهمیتی است که مردم برای ازدواج و زندگی زناشویی خوب بر مبنای شناخت کافی و انتخاب همسر صحیح قائلند و در عین حال مبین تمایل جوانان به آزادی بیشتر و استقلال تصمیم‌گیری در زمینه انتخاب همسر است، گرچه در ایران هنوز نظر و شرایطی که خانواده‌ها در انتخاب همسر مطرح می‌کنند، حائز اهمیت است.

همچنین تفاوت‌های بین نسلی محسوس‌تری در زمینه ایده‌آل‌ها و ترجیحات انتخاب همسر در درون و یا بیرون از شبکه خویشاوندی وجود دارد و داده‌های تحقیق، از کاهش مطلوبیت ازدواج‌های فامیلی و خویشاوندی در بین نسل جدید حکایت می‌کند، به طوری که دختران به مراتب کمتر از مادران‌شان موافق ازدواج خویشاوندی بوده‌اند و در مقابل، نظر مساعدتری نسبت به ازدواج‌های غیرخویشاوندی ابراز داشته‌اند.

در دو نسل مورد بررسی، نگرش نسبت به متوسط سن ایده‌آل ازدواج برای پسران مشابه و حدود ۲۶ سال و برای دختران با حدود یک سال تفاوت در بین نسل قدیم و جدید به ترتیب حدود ۲۲ و ۲۳ سالگی است که در این مورد باز هم دامنه اختلاف نظرها نسبتاً کم است. مقایسه نگرش‌های دو نسل در مورد فاصله زمانی بین شروع زندگی زناشویی و تولد اولین فرزند، حاکی از شکاف بین‌نسلی قابل ملاحظه‌ای در نگرش‌ها بود و نسل جوان‌تر گرایش بیشتری به افزایش فاصله‌گذاری بین زمان ازدواج و تولد اولین فرزند داشته و به دنبال به تأخیرانداختن فرزندآوری می‌باشند.

در مجموع، نتایج مطالعه، در راستای تأیید و حمایت از انتظار تئوریک مقاله در زمینه تفاوت‌های نسلی در نگرش نسبت به ازدواج و تشکیل خانواده بود. البته در کنار تفاوت‌های نسلی در اکثر ابعاد ازدواج شاهد نوعی همگرایی و تشابه نسلی در برخی از ابعاد آن بودیم. استفاده از رویکرد بین‌نسلی در این مطالعه در عین حال که فرصت منحصر به فردی برای بررسی تفاوت‌ها و تغییرات ارزشی و نگرشی فراهم نمود، امکان تحلیل و تبیین عوامل احتمالی این تفاوت‌ها و شباهت‌ها را نیز میسر ساخت. با توجه به تفاوت‌های دو نسل در مشخصه‌ها و زمینه‌های اقتصادی - اجتماعی بخشی از تفاوت‌های بین نسلی در ابعاد مذکور می‌تواند ناشی از تفاوت‌های نسلی در برخورداری از مشخصه‌های اجتماعی مدرن نظیر آموزش و تحصیلات، خاستگاه شهری و اشتغال در بخش مدرن اقتصادی باشد و بخشی از آن نیز می‌تواند به تغییرات ایده‌آیی و پذیرش سریع‌تر و گسترده‌تر آن توسط نسل جدید مربوط باشد. از سوی دیگر، شباهت‌های نگرشی دو نسل مادران و دختران نیز در برخی ابعاد، می‌تواند به خاطر تأثیر فرآیند جامعه‌پذیری والدین، تأثیر متقابل والدین و فرزندان بر یکدیگر و یا موقعیت مشترک اقتصادی - اجتماعی والدین و فرزندان باشد. تحلیل دقیق‌تر این موضوع مستلزم مطالعات بیشتری در این زمینه است.

*پژوهش پیمایشی «ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی فرهنگی شهروندان تهرانی» توسط محسن گودرزی در سال ۱۳۹۰ انجام گردیده است. هدف اصلی پژوهش ارائه سیمای ادراکی شهروندان تهرانی در باره نظام اجتماعی و شهر است. این هدف دو مقصود جزئی‌تر را دنبال می‌کند: توصیف وضع موجود و شناخت روندهای تغییر و ارزیابی سیاست‌ها و اهداف. چنین هدفی تنها با تکرار منظم این مطالعات در مقاطع زمانی ثابت تحقق می‌یابد. بر این اساس، مدل مفهومی پیمایش بر پایه دو مفهوم شکل گرفت: «توزیع فضایی ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی» و «تجربه شهری». در توزیع فضایی، هدف سنجش این نکته است که آیا نگرش‌ها افراد در شهر به نحوی خاص توزیع شده است به نحوی که بتوان از نقشه فضایی ادراکی شهر سخن گفت. در این بخش، نظرات افراد نسبت به دین، خانواده، و احساس آنان نسبت به «جهان اجتماعی» سنجیده شد. مفهوم «تجربه شهری» ناظر تصورات افراد نسبت به کالدها و فضاهای شهر تهران و نیز روابط اجتماعی و خصوصیات آن است. بنابراین ابعاد و محورهای این مطالعه عبارتند از:

بخش اول) ارزش‌ها و نگرش‌های نسبت به نظام اجتماعی که شامل موارد زیر است:

- نگرش نسبت به نهادهای اجتماعی: نگرش جنسیتی، نظام تصمیم‌گیری، مشارکت در مراسم دینی

- سیمای ادراکی جهان اجتماعی: سیمای اخلاقی جامعه، احساس عدالت، احساس رضایت

- ارزیابی جهان اجتماعی: سیمای اخلاقی جامعه، بعد احساسی تجربه جهان اجتماعی

بخش دوم) تجربه فضای شهری شامل محوری‌های زیر است:

- ارزیابی دسترس‌یها و کیفیت محیط: ارزیابی دسترسی به خدمات، کیفیت اجتماعی محیط، مسیر زندگی شهری،

احساس تعلق، تمایل به مهاجرت

- نگرش نسبت به فضای اخلاقی اجتماعی شهر: احساس عدالت، اعتماد اجتماعی، آینده اجتماعی و اخلاقی

تهران، ارزیابی وضعیت آینده جرم و جنایت، ارزیابی وضعیت اخلاقی تهران

*پژوهش «عوامل موثر بر نگرش مردان نسبت به نقش زنان در جامعه: مطالعه موردی شهر شیراز توسط عبدالعلی

لهسایی زاده با هدف، بررسی تاثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، جمعیتی و ذهنی بر نگرش مردان نسبت به نقش

زنان در جامعه شهر شیراز صورت گرفته است. در این مطالعه پس از بررسی تحقیقات داخلی و خارجی و مروری

بر نظریه‌های فمینیستی، کارکردگرایی و کنش متقابل نمادی، یک چارچوب نظری تلفیقی با استفاده از نظریه

کالینز بر پا گردیده که بر پایه آن یک مدل تجربی، شامل تأثیر ۱۲ متغیر مستقل بر نگرش مردان نسبت به نقش

زنان در جامعه، به دست آمد. روش تحقیق در این مقاله، پیمایشی است.

جامعه مورد مطالعه، مردان ۱۸ سال به بالای ساکن در خانوارهای شیراز اعم از متأهلین و مجردین است که یک نمونه ۷۰۰ مردی، از ۷۰۰ خانوار بر اساس نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. در این تحقیق ۱۲ فرضیه از الگوی پژوهش در نظر گرفته شده که با استفاده از آمار استنباطی رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته عبارتند از: بین منزلت شغلی و نگرش مردان رابطه معنی دار است، بین طبقه اجتماعی و نگرش نیز رابطه معنی دار می باشد، مردان با تحصیلات بالا نسبت به نقش زنان در جامعه نگرش مثبت تری دارند، تفاوت تحصیل مردان با زنان، دو عامل ذهنی انتظار فایده و ارزیابی فایده، دارای رابطه معنی داری با نگرش مردان می باشد؛ همچنین کسانی که دارای مشاغل بالاتری می باشند، دارای نگرش مثبت تری نیز هستند؛ بالاخره اینکه بین سن، تفاوت سنی، درآمد، تفاوت منزلت شغلی، وضعیت تأهل و بعد خانوار پاسخگو با نگرش وی نسبت به نقش زنان در جامعه، رابطه معنی داری وجود ندارد.

*پژوهش «تبیین تغییرات و تحولات کارکردی نقش اجتماعی زنان در جامعه شهری یزد با تاکید بر سال های ۱۳۴۵-۱۳۸۷» توسط فرهاد امام جمعه و سمیه کریمی زاده اردکانی انجام گرفته است. بررسی حاضر به تبیین تحولات کارکردی نقش اجتماعی زنان در جامعه شهری یزد در طی سال های ۱۳۴۵-۱۳۸۷ پرداخته است و درصدد آن است تا اثرات تغییرات اجتماعی روی تنوع کارکردهای نقش اجتماعی زنان را بشناساند. این تبیین با چهارچوبی نظری مبنی بر استفاده از نظرات «بلومر»، «هومنز»، «پارسونز»، «مرتن» در بستر نظریه تغییر اجتماعی صورت گرفته است. نویسنده در طول کار از دو روش اسنادی و میدانی استفاده کرده اند تا بتوانند حداقل یک نسل را نیز از سال ۴۵ تا ۸۷ به نمایش گذاشته باشند.

هر چند نتایج هر دو قسمت پژوهش حاکی از پویایی زن امروز یزدی و آگاهی او از مسیر خردگرایی است و میزان تحصیلات زنان در حال بالا رفتن است اما تغییرات اجتماعی در حالی که شیوه زندگی و روابط اجتماعی آنان را تغییر داده است، مشکلات و نگرانی های بسیاری را نیز به زنان تزریق کرده است. به اعتقاد نویسندگان زن امروز یزدی به طور اجتناب ناپذیری در حال انتقال از روش زندگی سنتی به مدرن است و تصمیمات و انتخاب های او نیز متناسب با پیشرفت و تغییرات اجتماعی رشد کرده است. تغییرات نقش زن وضعیت تسلسلی خواهد داشت و از این نسل زن، نسل های پر مساله تری در آینده به وجود خواهد آمد که اگر به تغییر نقش های او توجه نشود پدیده های جدیدی را در جامعه به وجود خواهد آورد و بر ساختار بزرگ تر نهادهای اجتماعی ما تاثیرگذار خواهد بود.

* پژوهش «تأثیر فضاهای شهری مدرن بر بازانديشی هویت جنسیتی زنان» توسط احمد غیاثوند انجام گرفته که در قالب مقاله ای علمی به چاپ رسیده است. ایشان در خصوص تأثیر فضاهای شهری در هویت یابی جنسیتی زنان بیان داشت: در جوامع جدید هویت جنسیتی زنان تحت تأثیر فضای بیرونی و روابط گروهی و از سوی دیگر متأثر از تجربه‌های زندگی‌شان در حال تغییر می‌باشد. به لحاظ جامعه‌شناختی نحوه تفکیک فضا، انعکاسی از روابط اجتماعی حاکم بر جامعه بوده و شاخص چگونگی و نحوه سازماندهی اجتماع و مبنای شکل‌گیری هویت‌های جمعی است. شهرداری تهران از سال ۱۳۸۶ در صدد ساخت فضاهای شهری مدرن تحت عنوان «مجموعه شهر بانو» بوده تا زنان شهر بتوانند به انجام فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و هنری بپردازند. مطالعه حاضر به بررسی تأثیر این فضاهای شهری بر بازانديشی در هویت جنسیتی زنان می‌پردازد. این پژوهش به روش پیمایش انجام شده و جامعه آماری آن را کلیه زنان مراجعه‌کننده به مجموعه‌های شهربانو در مناطق ۱، ۲، ۸ و ۱۴ شهرداری تهران تشکیل می‌دهد. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۲۳۷ نفر برآورد شده و روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای می‌باشد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل عاملی نشان می‌دهد که در مجموع سه بعد هویت جنسیتی را شامل: مدیریت بدن، نمایش جنسیت و احساس امنیت از همدیگر تشخیص داده شد. در واقع ساخت و توسعه مجموعه‌های شهربانو از منظر کارکردی منجر به اجتماعی شدن جنسیتی، نمایش بهتر بدن و پوشش مدرن زنان می‌گردد، همچنین داشتن احساس امنیت در این مراکز بازتاب فضای عمومی جامعه است. البته به لحاظ جامعه‌شناختی نبایستی از آثار و پیامدهای دامن زدن به ساخت و توسعه چنین فضاهای جنسیتی شده، غافل بود؛ زیرا در آینده منجر به عمومی شدن فضاهای شهری مدرن خواهد شد. در واقع کارکرد پنهان احداث و توسعه چنین فضاهایی را بایستی زمینه‌ای برای حضور زنان در جامعه دانست.

* پژوهش «بررسی فرهنگ پوشش و حجاب زنان ایران»، توسط مهدی فرجی و نفیسه حمیدی به سفارش دفتر برنامه‌ریزی پژوهش‌های کاربردی سازمان تبلیغات در پنج مرکز استان تهران، قم، تبریز، اصفهان و اهواز در سال ۱۳۹۰ انجام شده است. هدف این مطالعه ترسیم نگرش‌های متنوع نسبت به پوشش و حجاب در ایران؛ به تصویر کشیدن اشکال حجاب و پوشش برحسب محیط‌های اجتماعی مختلف و فضاهای فرهنگی متفاوت در ایران؛ مشخص کردن عملکردهای زیبایی‌شناختی زنان ایرانی نسبت به پوشش؛ سنجش میزان آگاهی پاسخگویان از پوششی که به تن می‌کنند؛ بررسی وضعیت اعتقاد به حجاب؛ سنجش نگرش به احکام حجاب؛ سنجش میزان عمل به احکام حجاب و بررسی وضعیت اخلاق حجاب بوده است.

روش تحقیق پیمایش با ابزار پرسش‌نامه است که به صورت کتبی پر شده است. جامعه آماری، مجموع زنان ۱۵ تا ۷۵ ساله‌ی ایرانی مسلمان (اعم از شیعه و سنی) خانوارهای معمولی ساکن است. نتایج نشان می‌دهد که در حدود سه چهارم پاسخگویان (۷۲/۸ درصد) با این ایده که اصل این است که آدم دلش پاک باشد، نه این که حجاب کاملی داشته باشد، مخالف یا کاملاً مخالف هستند. تنها ۸۷/۶ درصد مخالف یا کاملاً مخالف هستند که موضوع حجاب صرفاً درباره‌ی لباس پوشیدن زن‌ها است و ربطی به مردها ندارد. ۳۵/۶ درصد کاملاً مخالف و ۴۷/۹ درصد مخالف این مطلب هستند که فرد بتواند بدون اعتقاد داشتن به حجاب مسلمان باشد. به زعم حدود یک‌سوم پاسخگویان (۳۲/۵ درصد) حجاب شکل ثابتی ندارد و مقدار پوشش را عرف هر جامعه معین می‌کند. ۱۱/۴ درصد پاسخگویان در این زمینه مردد، ۳۶/۶ درصد مخالف و ۱۹/۴ درصد کاملاً مخالف هستند. ۸۴/۴ درصد پاسخگویان با این فکر مخالفند که اگر مردها نگاه‌شان را کنترل کنند، دیگر نیازی به رعایت حجاب از سوی زن‌ها نیست. در حدود سه چهارم پاسخگویان (۷۴/۵ درصد) اعتقاد زیاد یا خیلی زیادی به حجاب دارند. ۶/۷ درصد با آن مخالف بوده و ۱۹/۳ درصد نیز نظری بینابین دارند. به طور کلی اعتقاد زنان متأهل به حجاب بیش از زنان مجرد است، افراد مسن‌تر، دارای تحصیلات کمتر و زنان خانه‌دار اعتقاد بیشتری به حجاب دارند. اعتقاد به حجاب در میان زنانی که از چادر به عنوان پوشش غالب خود استفاده می‌کنند، بیش از سایر اقشار بوده است.

*پژوهش «پیمایش ملی حجاب و پوشش زنان ایران» توسط مرکز نظرسنجی ایسپا در آذر ۹۴ با حجم نمونه ۴۳۹۰ نفر در سطح کشور اجرا شده است. جامعه آماری این طرح کلیه مردم ایران ساکن در مراکز استان‌ها، شهرهای درجه ۲ و روستاها بوده است. این نظرسنجی با نمونه‌گیری چندمرحله‌ای و در ۱۱ استان کشور اجرا شده است. حدود ۵۱ درصد نمونه مرد و ۴۹ درصد زن بوده‌اند. ۳۴/۳ درصد پاسخگویان در رده سنی ۱۸ تا ۲۹ سال، ۴۱/۸ درصد در رده سنی ۳۰ تا ۴۹ سال و ۲۳/۹ درصد در رده سنی ۵۰ سال و بالاتر قرار گرفته‌اند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال، کمترین سن ۱۸ و بیشترین سن ۸۰ سال بوده است. نزدیک به ۴۰ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی و ۶۰ درصد دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر از آن بوده‌اند. در قالب یک سؤال به پاسخگویان تصاویری از انواع پوشش نشان داده شد و از پاسخگویان خواسته شد بگویند دوست دارند پوشش خانم‌ها در سطح جامعه شبیه به کدام نوع پوشش باشد. نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد ۲۷,۶ درصد چادر مشکی با مقنعه را می‌پسندند. ۱۸,۵ درصد نیز چادر مشکی و روسری را پسندیده‌اند. در مجموع ۴۶,۱ درصد مردم ایران به پوشش چادر تمایل نشان داده‌اند. ۱۶,۳ درصد مانتو بلند و مقنعه، ۱۰,۹ درصد مانتو بلند با روسری، ۸ درصد مانتو بلند با شال، ۴ درصد مانتو با دامن، ۶,۲ درصد مانتو کوتاه با شلوار، ۱ درصد کت و شلوار، ۱,۴ درصد مانتو کوتاه با ساپورت و ۱,۸ درصد مانتو بی دکمه با ساپورت را ترجیح می‌دهند.

نتایج نظرسنجی نشان می دهد در مجموع ۴۹ درصد مردان و ۴۳ درصد زنان پوشش چادر را ترجیح می دهند. ۴۰ درصد جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله کشور، ۴۵ درصد افراد ۳۰ تا ۴۹ ساله و ۵۸ درصد افراد بالای ۵۰ سال پوشش چادر را ترجیح داده اند. ۴۴ درصد جوانان پسر و ۳۵ درصد جوانان دختر پوشش چادر را ترجیح داده اند. ۵۱ درصد متأهلین و ۳۶ درصد مجردین پوشش مورد علاقه خود را چادر اعلام کرده اند. ۵۴ درصد مردان متأهل، ۴۰ درصد پسران مجرد، ۴۷ درصد زنان متأهل و ۳۰ درصد دختران مجرد پوشش مورد علاقه خود را چادر اعلام کرده اند

۴۳/۵ درصد افرادی که تحصیلات دیپلم و پایین تر دارند پوشش چادر را ترجیح داده اند این در حالی است که ۳۴ درصد از کسانی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند تمایل به پوشش چادر نشان داده اند. ۴۰ درصد از مردان دارای تحصیلات آکادمیک و ۲۸ درصد از زنان دارای تحصیلات آکادمیک به پوشش چادر تمایل نشان داده اند. ۴۱ درصد شهروندان ساکن در مراکز استان ها، ۴۵ درصد شهروندان ساکن در شهرهای درجه ۲ و ۶۱ درصد از روستانشین ها به پوشش چادر تمایل نشان داده اند. در ادامه نظرسنجی سؤالی در خصوص پوشش زنان خانواده از پاسخگویان با این مضمون پرسیده شد: «در خانواده شما خانم ها بیشتر مانند کدام یک از تصاویر در جامعه حضور پیدا می کنند؟» بر اساس نتایج نظرسنجی ۲۴،۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند در خانواده آن ها خانم ها بیشتر شبیه شکل شماره ۱ (چادر مشکی و مقنعه) در جامعه حضور پیدا می کنند. ۲۱،۲ درصد نیز معتقدند چادر مشکی و روسری (شکل شماره ۲) پوشش غالب خانم ها در خانواده شان است. در مجموع ۴۵ درصد پاسخگویان پوشش غالب در خانواده شان را چادر اعلام کرده اند. ۱۴،۱ درصد مانتو بلند و مقنعه (شماره ۳)، ۱۲ درصد مانتو بلند و روسری (شماره ۴)، ۹ درصد مانتو بلند و شال (شماره ۵)، ۴ درصد مانتو و دامن (شماره ۶)، ۹،۳ درصد مانتو کوتاه با شلوار (شماره ۷)، نزدیک به ۱ درصد کت و شلوار (شماره ۸)، ۲،۳ درصد مانتو کوتاه با ساپورت (شماره ۹) و ۱،۸ درصد مانتو بی دکمه با ساپورت (شماره ۱۰) را به عنوان پوشش غالب زنان خانواده شان بیان کرده اند. مردان و زنان ارزیابی یکسانی از پوشش زنان خانواده داشته اند. ۵۳ درصد کسانی که دارای تحصیلات دیپلم و پایین تر از دیپلم بوده اند پوشش زنان خانواده را چادر اعلام کرده و ۳۴ درصد کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند پوشش زنان خانواده را چادر اعلام کرده اند. نزدیک به ۴۰ درصد افراد ساکن در نقاط شهری کشور و ۶۴ درصد افراد ساکن در نقاط روستایی کشور پوشش غالب زنان خانواده را چادر اعلام کرده اند.

نقد و نظر پیرامون پژوهش های گذشته

در مجموع در اکثر مطالعات و پیمایش های ملی که در زمینه ارزش ها و نگرش های اجتماعی و فرهنگی، انجام گرفته متغیر جنس به عنوان یکی از متغیرهای زمینه ای در کنار سایر متغیرها مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. و چندان مورد تبیین قرار نگرفته است. البته در برخی از تحقیقات نیز وضعیت ارزش ها و نگرش های زنان مورد بررسی قرار گرفته که عمدتاً تحلیل ثانویه است. بر این اساس در این مطالعه درصدد این خواهیم بود که در ابعاد مختلف ارزش ها و نگرش های زنان در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران مورد سنجش و مطالعه قرار گیرد

۲-۲) مرور نظری پژوهش

در بحث از پیمایش ارزش ها و نگرش های زنان در شهر تهران توجه به مفاهیم و رویکردهای مرتبط با آن از اهمیت بسیاری برخوردار است. در این میان ابتدا به تعریف نگرش و ارزش پرداخته می شود و در نهایت رویکردهای نظری تشریح می گردد تا بتوان در نهایت چارچوب مفهومی پژوهش را استخراج نمود.

تعریف نگرش، ابعاد و ویژگی های آن

واژه «attitude» معادل های فارسی متعددی همچون طرز تلقی، وجهه نظر، بازخورد، وضع روانی، ایستار، گرایش و نگرش دارد. آلپورت (Allport)، گرچ (Krech)، کرچفیلد (Grutchfield)، جاکوسون (Jacobson)، لمبرت (Lambert)، سیرز (Sears)، رابرت (Robret) و بسیاری از مؤلفین دیگر، تعاریف مختلفی از آن ارائه کرده اند. بر این اساس دو برداشت مرتبط با هم از این واژه شده است که یکی به معنای نگرش و دیگری گرایش است (غیاثوند، ۱۳۹۰: الف) واژه attitude در تعبیر نخست به معنای نگرش است. در این باره از جمله تعاریفی که جامع تر از بقیه است، تعریف «لمبرت» می باشد: «نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر کردن، احساس کردن و رفتار کردن نسبت به افراد، گروه ها و موضوع های اجتماعی یا قدری وسیع تر، هر گونه حادثه ای در محیط فرد» (کاویانی، ۱۳۸۰: ۱۹ و Lambert, ۱۹۸۸). «رابرت» در زمینه ابعاد و مؤلفه های نگرش معتقد است: تمام روان شناسی اجتماعی درباره الگوی A. B. C یعنی ابعاد شناختی، عاطفی و رفتار (Affective & Behaviare & Cognitive) اتفاق نظر دارند (Roberts, ۱۹۹۳).

«نگرش، نظام با دوامی است که شامل؛ یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و یک عنصر تمایل به عمل است. عنصر شناختی شامل، اعتقاد و باورهای شخص درباره یک شی یا اندیشه است. عنصر احساسی یا عاطفی آن است که معمولاً نوعی احساس عاطفی با باورهای ما پیوند دارد و تمایل به عمل، به آمادگی برای پاسخگویی به شیوه ای خاص اطلاق می شود» (کریمی، ۱۳۷۳: ۲۱۷).

«روان شناسان اجتماعی معمولاً نگرش را در ارتباط به سه عنصر متشکله آن به شرح زیر بررسی می کنند:

۱- عنصر عاطفی یا احساسات عواطف درباره شخص، اندیشه، واقعه، یا شی (ایجاد حالت ترس، محبت، نفرت، ...).

۲- عنصر شناختی یا عقاید، اعتقادات، آگاهی ها، یا اطلاعاتی که از سوی فرد کسب می شود (اعتقاد به خوبی با بدی چیزی).

۳- عنصر رفتاری، یا قصد و آمادگی برای اقدام.

بدیهی است که این عناصر به گونه‌ای منفرد وجود ندارد و همیشه مستقل عمل نمی‌کنند. نگرش، آمیزه یا نقشی در هم آمیخته از احساسات، ادراکات، و تمایلات رفتاری یک شخص درباره یک چیز، شخص یا گروه، یک واقعه، یک اندیشه، یا واقعیات و امور مشابه دیگر است» (محسنی، ۱۳۷۹: ۱۹).

ب) برداشت دوم از واژه «attitude»، به معنای «مفهوم سوی‌گیری یا گرایش، مختص نظام کنشگر اجتماعی (social actor – system) است. سوی‌گیری کنشگر سازوکاری است که وضعیت کنش را تعیین می‌کند. مفهوم سوی‌گیری یا گرایش در برگیرنده منظومه‌ای از آنچه که کنشگر می‌بیند، ارزیابی می‌کند و می‌خواهد و یا نمی‌خواهد، است. سوی‌گیری دارای دو بعد عمده شناختی (عقلی) و عاطفی (احساسی) است. البته کم و کیف و صبغه هر کدام در هر مورد خاص متغیر و متفاوت است (چلبی، ۱۳۸۳: ۱۲). گرایش یک سیستم از عکس‌العمل‌های ارزیابی‌کننده است که مبتنی بر اعتقادات و چهارچوب‌هایی هستند که براساس آنها این ارزیابی انجام می‌گیرد. این چهارچوب و پایه‌های ارزیابی‌کننده در دوران‌های مختلف شکل‌گیری شخصیت در خانواده و در جامعه به وجود می‌آید (Witte, ۱۹۸۹: ۳۶۳). نکته دیگری که در گرایش نهفته است آن است که گرایش همواره در مورد پدیده (attitude object of) سوگیری می‌کند. مثلاً به اقلیت‌های قومی (گرایش به یهودیان و زرتشتیان) گرایش‌های مذهبی، سیاسی (گرایش به یک حزب خاص، یک مذهبی، گرایش به یک سازمان خاص، گرایش به مواد مخدر ... و نظیر آن (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۷). در تعاریف دیگر مشخصه و عنصر مهم واژه گرایش یا نگرش «عکس‌العمل‌های ارزیابی‌کننده» است که دانشمندان اخیر بیشتر روی آن تأکید دارند (Stroebe, ۱۹۹۰: ۱۴۶) به نقل از رفیع‌پور، (۱۳۷۲).

در بحث از عوامل تکوین نگرش آن‌را در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان به دو قسم شناختی و انگیزشی تقسیم کرد. عواملی مثل؛ شرطی‌سازی کلاسیک، شرطی‌سازی کنشی، مشاهده و تقلید، مقایسه‌های اجتماعی از نوع شناختی و عواملی مانند؛ نیازها، فرهنگ، تعلق گروهی، شخصیت فرد... از نوع انگیزشی هستند (کاویانی، ۱۳۸۰: ۱۲۳).

الگوهای تغییر نگرش

نگرش ها در برگیرنده احساسات، عقاید و زمینه های رفتاری نسبتاً مخفی که در جهت اشخاص، گروه ها، اندیشه ها و چیزها سوق داده می شود. نگرش های افراد نتیجه گذشته آنها و تجربیات مختلف زندگی است. بنابراین «نگرش ها که حاصل تجربه های فرد هستند به جهان شکل داده و در آن اثبات ایجاد می کنند؛ ولی از آنجا که جهان بیرون پیوسته در حال تغییر و دگرگونی است، نگرش های انسان نیز به ناچار باید خود را با این تغییرات هماهنگ کنند. پس می توان گفت که تغییر نگرش ها، انعکاس روانی تغییرات اجتماعی است» (مهرآرا، ۱۳۷۳:۲۴۱).

در روان شناسی اجتماعی موضوع تغییر نگرش در چارچوب چندین الگو مورد بحث قرار گرفته است. هر یک از این الگوها بحث خود را با مفروضاتی در باره ماهیت انسان آغاز کرده و بعد چگونگی تغییر دادن یا تغییر یافتن نگرش ها را طبق اصول و قواعدی که عرضه می کنند با ذکر نمونه های تحقیقات انجام شده، مورد بحث قرار می دهند. در مجموع تغییر نگرش در چارچوب چند الگوی مشخص تبیین شده اند که عبارتند از:

الف) الگوی یادگیری (شرطی سازی) ب) الگوهای شناختی ج) الگوی کارکردی

الف) الگوهای یادگیری تغییر نگرش

۱- نظریه محرک - پاسخ: «نظریه های محرک - پاسخی بیشتر بر روابط بین محرک های ویژه با پاسخ های خاص تأکید می ورزند. از این دیدگاه، هر رفتار قابل تجزیه شدن به واحدهای عادت‌های خاص یا پاسخ های قابل تفکیک از هم است. اگر پاسخی به تقویت منجر شود، احتمال وقوع مجدد آن زیادتر می شود. از این تحلیل چنین نتیجه می شود که الگوی محرک - پاسخی تغییر نگرش تأکید فراوانی بر ویژگیهای پیام های عرضه شده (پیام ها، ترغیب ها، جاذبه ها، و نظایر آن) که سعی در تغییر دادن نگرش ما دارند، داشته و توجه زیادی بر پاداش هایی که با تغییر دادن نگرش عاید ما خواهد شد، دارد» (کریمی، ۱۳۷۹:۲۴۱).

یکی از اصول بنیادی در رویکردهای محرک - پاسخی به تغییر نگرش آن است که تقویت کننده های ارائه شده برای تغییر نگرش باید قوی تر از تقویت کننده هایی باشند که وضع موجود را حفظ می کنند. نظریه پردازان محرک - پاسخی مدعی اند که اگر اطلاعات کافی پیام گیران داشته باشند، و اگر منابع کافی در اختیار آنها باشند قادر خواهند بود نگرش های هر کسی را با استفاده از شیوه ها و تکنیک های خاص شان تغییر دهند. البته در گذشته غالباً رسم بر این بوده است که گفته شود نظریه های محرک - پاسخی و تقویتی، انسان را به صورتی منفعل و ماشینی تصور کرده و پاسخگویی او را به محرک های، اتوماتیک و بدون تفکر می دانند. اما یک بررسی دقیق تر مشخص می کند که چنین بیانی نظریه محرک - پاسخی را به صورتی منصفانه مطرح نمی کند. هر چند ممکن است محققانی که رویکرد محرک - پاسخی را به کار می بندند بیشتر به جنبه های مختلف محرک و پیام دهنده توجه داشته باشند. این محققان در عین حال متوجه هستند که ویژگیهای دریافت کننده پیام نیز می تواند میزان تغییر نگرش را تحت تاثیر قرار دهد.

۲- نظریه مشوق ها و تعارض ها: نظریه مشوق ها و تعارض ها به طور ویژه به تغییر نگرش مربوط می شود. این چارچوب نظری موقعیت نگرش را بر حسب یک تعارض گرایش - اجتنابی (Approach-Avoidance) در نظر می گیرد. فرد دلایل معینی برای پذیرش یک موضع و دلایل دیگری برای رد کردن آن موضع و حتی کسب موضع مخالف دارد. بر طبق الگوی مشوق، نیرومندی نسبی مشوق ها، نگرش فرد را تعیین می کنند. اگر نگرش کسب شده اولیه منفی باشد، نگرش جدید تنها هنگامی مثبت خواهد بود که اتخاذ موضع جدید در بر دارنده مشوق بیشتری باشد. این الگو از آن جهت مشابه الگوی شرطی شدن و تقویت است که در این الگو نیز نگرش ها کم و بیش به وسیله مجموع عناصر مثبت و منفی تعیین می شوند. تفاوت این دو در اینجاست که الگوی مشوق تأکید خود را بر آنچه فرد با اتخاذ یک موضع خاص به دست می آورد یا از دست می دهد، متمرکز کرده است (کریمی، ۱۳۷۹: ۲۵۰).

ب - الگوهای شناختی تغییر نگرش

در این الگو انسان به عنوان موجودی دارای شناخت در نظر گرفته می شود که بعد از دستیابی به اطلاعات آنها را ارزیابی، تجزیه و تحلیل و تفسیر می کند. در این راستا در این فرایند نقش تفکر، حافظه، بینش و عواملی از این قبیل اساسی و مهم است. پس پذیرش یک نگرش و تغییر آن طبق الگوی شناختی تغییر نگرش آگاهانه و ارادی است. نظریه های عمده در این الگو عبارتند از: ۱- نظریه های تعادل ۲- توافق ۳- قضاوت اجتماعی ۴- همسازی شناختی.

۱- نظریه تعادل: طبق نظریه تعادل (Balance Theory) ما تمایل داریم ادراک ها، باورها و نگرش های خود را هماهنگ نگهداریم (هایدو، ۱۹۵۸). وقتی اشخاص مورد علاقه ما، نگرش های ما را نشان می دهند، تعادل برقرار می شوند و همه چیز بخوبی پیش می رود (راتوس، ۱۳۸۳: ۱۷۹). در واقع دیدگاه تعادل، این نکته را روشن می کند که در یک موقعیت مفروض راه های مختلفی برای حل یک ناهماهنگی وجود دارد. بدین ترتیب، توجه ما را به یکی از مهمترین جنبه های تغییر نگرش جلب می کند. به عبارت دیگر، عواملی را که تعیین می کنند کدام یک از شیوه های مختلف حل مشکل اتخاذ می شوند، برای ما مشخص می کند.

۲- نظریه توافق: دیدگاه توافق (Congruity Theory) به وسیله آزگود و تانن بوم (Tannenbaum ۱۹۵۵) عرضه شده است. این دیدگاه که با موقعیت های ساده تر از دیدگاه تعادل سروکار دارد، تقریباً به طور کامل توجه خود را به اثری که یک فرد با موضعی مثبت یا منفی نسبت به یک شی یا شخص دارد، متمرکز کرده است. و این شاید ساده ترین موقعیت تغییر نگرش باشد.

طبق پیش بینی این دیدگاه، چگونگی ارزشیابی یک فرد از فردی دیگر، ارزشیابی ما را از هر دو آنها را تحت تاثیر قرار می دهد. بدین ترتیب که نخست، برای رسیدن به توافق، ارزشیابی ما را از آن دو شخص باید به مقداری برابر با مقدار مورد اختلاف بین آنها تغییر یابد، به طوری که ارزشیابی نهایی ما بستگی به اختلاف اولیه ارزشیابی ما از آنها دارد.

کاربرد اصلی دیدگاه توافق در پیش بینی موثر بودن یک فرد در ایجاد تغییر در نگرش ها و کارایی او در این مورد است. با وجود این، نباید فراموش کرد تغییر در ارزشیابی ما از فرد تغییر دهنده نیز ایجاد می شود، و دیدگاه در چنین موقعیتی نیز کاربرد دارد. در نهایت اینکه دیدگاه تعادل، موضوع ها را مثبت و یا منفی تلقی می کنند؛ اما دیدگاه توافق، این واقعیت را نیز که شدت و نیرومندی ارزشیابی ها یک عامل مهم در موقعیت های تغییر نگرش است، مد نظر قرار می دهد.

۲- نظریه همسازی شناختی: عمده ترین نظریه مهم از این گروه، نظریه ناهماهنگی شناختی (Cognitive Dissonance Theory) است که نخستین بار توسط «لئون فستینگر» (Leon Festinger) در (۱۹۵۷) عنوان شد. طبق نظریه ناهماهنگی شناختی، انسان ها ناهماهنگی را دوست ندارند. انسان ها دوست ندارند فکر کنند که نگرش ها یا افکار شان متضاد است. آگاهی از این که دو اندیشه انسجام ندارد کافی است که ما را در جهت کاهش ناهماهنگی سوق دهد ناهماهنگی شناختی حالت ناخوشایندی است (فازیو و کوپر: ۱۹۸۳) که با برانگیختگی بالا همراه است (کرویل و کوپر، ۱۹۸۳).

بنابراین یکی از انگیزه ها برای از بین بردن ناهماهنگی شناختی می تواند این باشد که برانگیختگی خود را به سطح مطلوبی کاهش دهیم (راتوس، ۱۳۸۲: ۱۸۰). «وقتی که شخصی دارای دو شناخت همزمان باشد که با یکدیگر متناقض باشند، می گویند که او دارای ناهماهنگی شناختی است. شناخت ها شامل؛ افکار، نگرش ها، باورها و حتی رفتارهایی است که شخص از آنها آگاه است» (کریمی، ۱۳۷۹: ۲۵۸). یک فرض بنیادی نظریه ناهمسازی شناختی این است که ناهمسازی ناراحتی آفرین و ایجاد کننده تنش است و این حالت شخص را به کاهش دادن یا برطرف کردن ناهمسازی بر می انگیزد. اینکه این حالت تا چه حد ناراحت کننده است؟ یا میزان ناهمسازی چقدر است؟ به دو عامل بستگی دارد:

۱- نسبت شناخت های ناهماهنگ به شناخت های هماهنگ

۲- اهمیت هر یک از شناخت ها برای شخص

بنابراین سؤال اینجاست که ناهمسازی چگونه کاهش می یابد؟

۱- یک راه آن است که تعداد یا اهمیت عناصر ناهم ساز را کم کنیم.

۲- راه دیگر این است که تعداد یا اهمیت شناخت های هم ساز خود را افزایش دهیم.

۳- این است که یکی از عناصر ناهم ساز را به نحوی تغییر دهیم که با شناخت های دیگرمان هم ساز شود. غالباً این تغییر متضمن تغییر نگرش فرد است به طوری که نگرش با رفتاری که قبلاً انجام گرفته، هماهنگ شود (کریمی، ۱۳۷۹: ۲۵۸).

بر اساس این الگو، ما نه فقط از نگرش های خود آگاهیم، بلکه مهمتر از آن، می خواهیم که بین جنبه های مختلف این نگرش ها، هماهنگی وجود داشته باشد؛ و در صورت عدم هماهنگی که تجربه ای آزار دهنده است الزاماً نگرش خود را تغییر می دهیم. هماهنگی شناختی لزوماً از مقررات و قوانین منطبق صورتی تبعیت نمی کند بلکه بیشتر تابع منطق روانی است (مهرآرا، ۱۳۷۳: ۳-۲۴۲).

۴- نظریه قضاوت اجتماعی: مظفر شریف (۱۹۳۵) واضح اصلی نظریه «قضاوت اجتماعی» بوده است. شریف و همکارانش (۱۹۶۵ و ۱۹۶۱) به این نکته علاقه بودند که چگونه یک قضاوت سخت تاثیر زمینه خود قرار می گیرد. وی اصول بنیادی فیزیک روانی (Psychophysics) را مورد استفاده قرار داد تا نظریه قضاوت اجتماعی خود درباره تغییر نگرش را بر آنها بنا کند. سپس این اصول به فرایندهای نگرش ربط داده شدند.

«فرض بنیادی نظریه قضاوت اجتماعی این است که قضاوت شامل تمیز و مقوله بندی محرک هاست، اعم از اینکه محرک ها ختشی یا دارای ماهیت نگرش باشند. تمیز و مقوله بندی، چار چوب ارجاع درونی یا معیار قضاوت باشد. شکل گیری و کاربرد چنین معیارهایی بستگی به دامنه تجربه هایی دارد که شخص درباره جهان محرک ها، اثرات معیار درجه درگیری شخص با موضوع، مقوله های خود شخص (گستره پذیرش، طرد و عدم التزام)، و اثرات جذب و تضاد داشته است. نظریه قضاوت اجتماعی شامل مجموعه ای از فرضیه ها یا قضایای مربوط به هم معطوف به اثرات این متغیرها بر قضاوت روی رویدادهای اجتماعی است (کریمی، ۱۳۷۹: ۲۶۸).

در بحث از رابطه قضاوت اجتماعی و تغییر نگرش، شریف و هاوولند (۱۹۶۱) اشاره می کنند که مطالعات مربوط به اثرات پیام های ترغیب کننده مثلاً «رمز» (Remmers ۱۹۳۸) تغییرات مثبتی را در نمرات نگرشی پس از ارائه یک پیام ترغیب کننده گزارش داد، در حالی که «مانسک» (Manske ۱۹۳۷) و «راسل» (Russell) و «رابرتسون» (Robertson ۱۹۴۷) تغییراتی را در خلاف جهت پیام ترغیب کننده، پیدا کردند. گزارش شده است که هم تغییر مثبت و هم تغییر منفی، تابعی از موضع اولیه آزمودنی ها بوده است (ویلک، ۱۹۳۴؛ نوور، ۱۹۳۵). شریف و هاوولند معتقدند که این اثرات متضاد به علت میزان اختلاف بین موضع خود شخص و موضع مورد دفاع پیام ترغیب کننده، بوده است. وقتی اختلاف کم باشد، پیام جذب می شود. و بنابراین، تغییر نگرش مثبت ایجاد می کند؛ و وقتی اختلاف زیاد است اثر تضاد روی می دهد و نگرش در جهتی دور از موضع مورد دفاع پیام ترغیب کننده تغییر پیدا می کند.

ج) الگوهای کارکردی

این الگو بر خلاف الگوهای قبلی که بیشتر روی عوامل مشترک در تغییر نگرش ها تأکید دارند، روی تفاوت های فردی در ماهیت انسان تکیه می کند. الگوی کارکردی مبتنی بر تحلیل های روانکاوی است. طرفداران این الگو معتقدند که نگرش ها به این علت در شخص پدیدارند که کارکردهای مشخصی دارند؛ اعم از اینکه کارکردها سازگارانه، ابزاری، دفاعی و یا ارزشی باشد. براساس این الگو، معمولاً مردم، نگرش هایی را حفظ می کنند که در خدمت کارکردهای آنها باشند. پس اول باید کارکردهای هر فرد را شناخت و تغییر داد تا نگرش های او تغییر کنند (مهر آرا، ۱۳۷۳: ۲۴۳).

«الگوهای کارکردی بر راه هایی که بر طبق آنها نگرش های فرد بر مبنای مفروضات و نیازهای متفاوت شکل می گیرند، تأکید می ورزند. این الگوها تاحدودی تجزیه و تحلیل خود را از نیازها بر مفروضات الگوی روانکاوی قرار داده اند و به جستجوی انگیزه های زیر بنایی بر آمده اند که ممکن است نگرش های سطحی تر را تبیین کنند (کریمی، ۱۳۷۹: ۲۷۴).

قضیه بنیادی یک الگوی کارکردی تغییر نگرش، ساده است. مردم نگرش هایی را حفظ می کنند که با نیازهای آنان جور در می آید. برای تغییر دادن آن نگرش ها ما باید بدانیم که آن نیازها چه نیازهایی هستند. اعتقاد الگوی کارکردی این است که یک محرک (مثلاً، یک آگهی تجارتي تلویزیون، یک اطلاع تازه یا یک تماس بین نژادی) تنها می تواند در زمینه نیازها و شخصیت طرف محرک قابل درک باشد. افراد مختلف ممکن است نیازهای کاملاً متفاوت داشته باشند، و در نتیجه یک پیام ترغیب کننده یکسان ممکن است برای همه به یک اندازه متقاعد کننده نباشد.

دو الگو کارکردی تقریباً مشابه، یکی به وسیله «کاتز» (Kats) (۱۹۶۰) و دیگری به وسیله «اسمیت» (smith) و همکاران (۱۹۵۶) وضع شده است. هر یک از دو الگو فهرستی از کارکردهایی را که نگرش ها در خدمت آنها هستند، فراهم کرده اند. اظهار نظرهای این الگو را می توان به صورت زیر عرضه کرد:

نخست، نگرش ها ممکن است کارکردی ابزاری (Instrumental)، سازگار کننده (Adjustive) یا سود بخش (profitable) داشته باشد. دوم اینکه، نگرش ها ممکن است دارای کارکرد دفاع از خود (Ego-defensive) یا برونی کردن (Externalizing) باشند. سوم اینکه، نگرش ها ممکن است دارای کارکرد دانشی (Knowledge) باشند. به این کارکرد ارزیابی موضوع (Object appraisal) نیز می گویند.

چهارمین، کارکرد نگرش‌ها ابراز ارزش‌هاست (Value expression). بر طبق گفته کاتز مردم از ابراز وجود به وسیله نگرش‌های خود رضایت خاطر کسب می‌کنند. علاوه بر این، ابراز ارزش‌ها می‌تواند به مردم در شکل دادن خود انگاره آنها کمک کند. به عبارت دیگر، به نظر آنها این کارکرد چهارم نگرش‌ها در خدمت کارکرد خاص یا ارضای نیازی واقعی نیست، بلکه صرفاً بازتابی است از جنبه‌های کلی‌تر شخصیت فرد. در مجموع الگوی کارکردی بیشتر برای کسانی جذابیت دارد که معتقد باشند تغییر نگرش تابعی است از هر دوی پیام و دریافت‌کننده پیام. این الگو بیش از الگوهای دیگر به تفاوت‌های فردی در متقاعدسازی اهمیت می‌دهد. مشکل اصلی این الگو نبودن مقیاس دقیقی برای اندازه‌گیری نیازهاست. تا زمانی که چنین مقیاس‌هایی تهیه نشده است، الگوی کارکردی بیشتر باید از جهت نظری مورد توجه قرار دارد تا تجربی.

مفهوم رفتار و ابعاد آن

در بحث از نظریات مرتبط با رفتار و کنش، دو دیدگاه کلی را می‌توان از یکدیگر مجزا نمود؛ یکی نظریه رفتارگرایی و دیگری نظریه کنش است. «پارسونز اشتیاق داشت که نظریه کنش را از رفتارگرایی متمایز سازد. در واقع، او برای آن اصطلاح کنش را برگزید که دلالتی متفاوت از اصطلاح رفتار دارد. رفتار، دلالت بر واکنش مکانیکی در برابر محرک‌ها دارد، حال آنکه اصطلاح کنش بر یک فراگرد فعالانه، خلاقانه و «ذهنی» دلالت می‌کند. پارسونز بر آن می‌کوشید تا نظریه کنش را از رفتارگرایی جدا سازد: «نظریه‌ای مانند رفتارگرایی، که انسان‌ها را بدون توجه به جنبه ذهنی‌شان در نظر می‌گیرد، نمی‌تواند کنش قلمداد شود» (ریتزر، ۱۳۷۳: ۵۳۰).

رفتارگرایی در علوم اجتماعی و بویژه روان‌شناسی، تاریخی طولانی دارد. اما سابقه رفتارگرایی نوین در همه رشته‌های علوم اجتماعی و بویژه در جامعه‌شناسی، را باید در کار بی. اف. اسکینر جستجو کرد.

به عقیده اسکینر، این فکر که انسان‌ها هسته‌ای درونی و خود مختار دارند، از آن نوع مواضع رمز آمیز و مابعد طبیعی است که باید از علوم اجتماعی حذف گردد. رفتار و نیز شرایط شکل‌گیری رفتار که اساساً چیزی جز رفتارهای دیگر نیست، موضوع بررسی اصلی اسکینر به شمار می‌آید. او بر این باور بود که ما نباید بر مفاهیمی چون «احساس‌ها» تأکید ورزیم، بلکه باید رفتار و احتمالات وقوع رفتار را موضوع بررسی (و نظارت) خود قرار دهیم (ریتزر، ۱۳۷۳: ۴۰۶).

اسکینر و رفتارگرایان اجتماعی عموماً به بررسی رابطه میان افراد و محیط شان علاقمندند (مولم، ۱۹۸۱). به نظر آنها محیط از انواع پدیده های اجتماعی و غیر اجتماعی ساخته شده است. رفتار گرایان اجتماعی استدلال می کنند که اصول حاکم بر رابطه میان یک فرد و پدیده اجتماعی اصولی است که بر رابطه میان یک فرد و یک پدیده غیر اجتماعی حاکم است. بدین سان، آنها بر «رابطه کارکردی» میان رفتار و دگرگونی های محیط کنشگر، تأکید می ورزند (ریتزر، ۱۳۷۳: ۴۰۷).

«دان بوشل و رابرت برجس» موضوع بررسی رفتارگرایان را این چنین مشخص کرده اند: «رفتار افراد در محیط که به چنان شیوه ای در محیط عملکرد دارد که نوعی تغییر یا پیامد در آن ایجاد می کند و این تغییر به نوبه خود در اجراهای بعدی آن رفتار تعدیل به بار می آورد» (۱۹۶۹: ۲۷ به نقل از ریتزر). پس به رابطه میان تاثیر رفتار کنشگر بر محیط و تاثیر این رفتار بر رفتار بعدی کنشگر، سروکار دارد. این رابطه در جریان شرطی شدن رفتار عامل، یا آن فراگرد یادگیری که از طریق آن «رفتارها با پیامدهایشان تعدیل می شود» نقش اساسی دارد. در مقابل پارسونز در بحث از واحد کنشی، این پدیده را بر حسب چهار عنصر سازنده مشخص می کند: نخست آنکه، این واحد بوجود یک کنشگر نیاز دارد؛ دوم آنکه، واحد کنشی مستلزم هدف یا وضعیتی آتی است که کنشگر نسبت به آن جهت گیری می کنند؛ سوم آنکه، این کنش در موقعیتی انجام می گیرد که مستلزم دو عنصر است: چیزهایی که کنشگر می تواند بر آنها نظارت داشته باشد (وسایل)؛ چهارم اینکه، هنجارها و ارزش ها در جهت تعیین گزینش وسایل دستیابی به هدف ها نقش بازی می کنند (پارسونز، ۱۹۳۷).

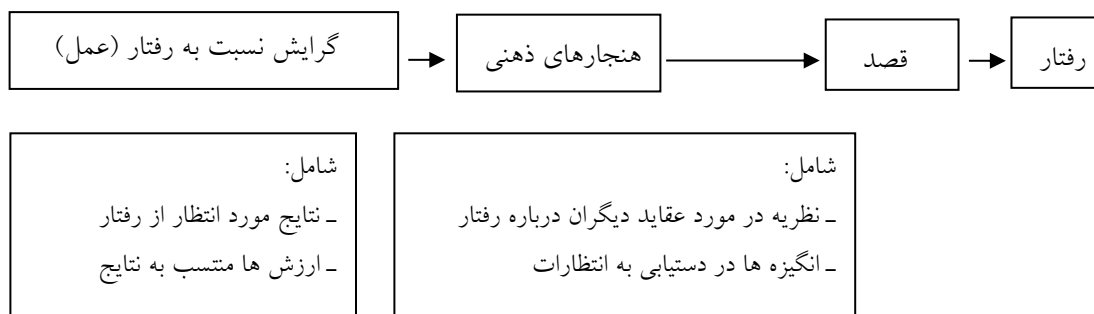
پارسونز می گوید که «کنش چیزی جز کوشش در جهت تطبیق با هنجارها نیست». در همین پدیده واحد کنشی، علایق تلفیق دهنده ای را می بینیم که بر پارسونز در سراسر زندگی اش چیرگی دارند. هر چند که او کارش را با علاقه به کنشگران و کنش هایش آغاز می کند، اما در ضمن علاقه به آگاهی را به عنوان گزینش ارادی وسایل دستیابی به هدف ها، نیز نشان می دهد. ولی این گزینش آزادانه نیست، که خود همین واقعیت، علاقه پارسونز را به آن ساختاری های اجتماعی نشان می دهد که محدودیت هایی را بر کنش تحمیل می کنند. پدیده های فرهنگی همچون هنجارها و ارزش ها، در اینجا نیز مانند سراسر کارهای پارسونز نقش اساسی ایفاء می کنند (ریتزر، ۱۳۷۳: ۵۳۰).

نظریه های رفتار

۱- نظریه عمل بخردانه: تئوری عمل منطقی در سال ۱۹۷۵ توسط آجزن و فیشباین ابداع شد و در سالهای ۱۹۸۵ و ۱۹۹۱ توسط آیزن توسعه داده شد و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده نام گرفت (آیزن، ۲۰۰۵: ۱۱۷). نظریه عمل منطقی یک الگوی شناختی- اجتماعی ارزش است و فرض مهم این تئوری این است که افراد در تصمیم‌گیری‌ها و انجام رفتارها منطقی هستند و این نظریه در شرایطی کاربرد دارد که کنترل ارادی قابل توجهی بر رفتار وجود داشته باشد. به طور کلی در تئوری عمل منطقی قبل از ایجاد فوری رفتار به قصد یا تصمیم رفتاری فرد توجه شده است و بر طبق این نظریه مهمترین تعیین‌کننده رفتار، قصد رفتاری است که این قصد نیز خود تابعی از دو عامل نگرش نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی وابسته به رفتار است (والرند و دیگران، ۱۹۹۲: ۹۹۶-۹۸). «آیزن» و همکارش پاره ای از مطالعات خود را در قالب «تئوری عمل بخردانه» (Reasoned action) عرضه کردند. اصطلاح عمل بخردانه به این معنی است که اکثر رفتارها به این دلیل انجام می‌شود که مردم به نتایج اعمال خود فکر می‌کنند و برای حصول پاره ای نتایج و پرهیز از برخی دیگر است به انتخاب منطقی می‌زنند (Deaux, ۱۷۶-۷ نقل از محسنی، ۱۳۷۹: ۳۱).

تئوری آنها از دو عنصر اصلی تشکیل شده است؛ بخش شخصی و بخش اجتماعی، که ترکیب آنها پیش بینی کننده یک قصد رفتاری است، قصدی که در نهایت مشخص کننده رفتار است.

نمودار ۲: نظریه عمل بخردانه



عنصر اصلی این الگو، یعنی «عمل» شامل؛ سنجش نگرش شخص در زمینه بروز رفتار معینی است؛ و این نگرش حاصل دو عامل است: اعتقاد شخص در زمینه نتایج آن رفتار مشخص، و ارزیابی او از نتایج ممکن آن رفتار. هر یک از این دو عامل در میان افراد متفاوت است.

عنصر دوم نظریه مذکور، یعنی هنجارهای ذهنی، حاوی عنصر اجتماعی است؛ یعنی اعتقادات در دستیابی به آن انتظارات. این دو عامل یعنی عمل و هنجارهای ذهنی با یکدیگر ترکیب می شوند و قصد شخص را به انجام رفتار مشخص تعیین می کنند، که آنرا «قصد رفتاری» نامیده اند. نظریه رفتار بخردانه بر این نظر است که قصدهای رفتاری تاثیر مستقیمی بر رفتار دارند (محسنی، ۱۳۷۹: ۲-۳۱).

نظریه آنها این است که رفتار در حالتی بیشتر قابل پیش بینی (و قابل درک) خواهد بود که ما به «قصد» شخص به رفتار در شرایط خاصی توجه کنیم و فقط نگرش های او را نسبت به آن رفتار مورد توجه قرار ندهیم. آنان نشان می دهند که «قصدها» به «نگرش ها» و «هنجارها» ی مرتبط با رفتار متکی است. هنجارها در حکم قواعد رفتار یا شیوه های خاص مورد پذیرش قرار گرفته است. بنابراین هنجارها به وجود آورنده گونه هایی از فشارهای اجتماعی هستند که می توانند سبب یا مانع بروز رفتار خاصی باشند.

بطور کلی تصمیمات پیش بینی کننده های خوبی برای رفتارهای مختلف هستند اگرچه این درست است که تصمیمات اغلب رفتار واقعی را به درستی پیش بینی می کند اما اطلاعات زیادی در مورد دلایل رفتار نمی-تواند فراهم کند از طرف دیگر تایید کردن اینکه رفتار مورد بحث تا حدی تحت کنترل ارادی است و یا کشف این نکته که مردم آنچه را انجام می دهند که تمایل به آن دارند، خیلی روشنگرانه و جالب نیست تئوری عمل منطقی فیشباین و آجزن برای چنین فرض و هدفی طراحی شده بود بنابراین تئوری رفتار برنامه ریزی شده یک مدل بسط یافته تر از این مدل است که احتمال کنترل ارادی ناقص را به وسیله ای ملحق شدن یک سازه ی اضافی «کنترل رفتاری درک شده» نشان می دهد (آیزن، ۲۰۰۵: ۱۱۷).

در واقع تئوری رفتار برنامه ریزی شده نیز بر مبنای این فرض است که انسان ها معمولاً به شیوه معقول رفتار می کنند به گونه ای که آنها با استفاده از اطلاعات در دسترس شان ، به طور ضمنی و یا صریح به پیامدهای اعمالشان می پردازند بنابراین تصمیمات افراد برای انجام رفتار، مهمترین تعیین کننده بلافصل آن عمل است. بر طبق این تئوری تصمیمات افراد تابعی از سه تعیین کننده: ماهیت و ویژگی های شخصی، انعکاس نفوذ اجتماعی و مباحث مربوط به کنترل است. عوامل شخصی، نگرش افراد نسبت به رفتار است برخلاف نگرش های کلی نسبت به نهادها، مردم یا اشیاء که به طور معمول به وسیله روانشناسان مورد مطالعه قرار گرفته اند این نگرش، ارزیابی مثبت یا منفی فرد انجام دهنده از رفتارهای مورد نظر است. دومین تعیین کننده ی تصمیم، درک فرد از فشار اجتماعی نسبت به انجام دادن یا عدم انجام رفتار ذکر شده است به دلیل آنکه این عامل مرتبط با دستورات هنجاری درک شده است، هنجار ذهنی نامیده می شود و بالاخره سومین تعیین کننده، احساس خودکارآمدی یا توانایی اجرای رفتار مورد علاقه است که «کنترل رفتاری درک شده» نامیده می شود. این تئوری ارتباط مستقیمی با مقدار کنترلی که یک شخص به صورت واقعی در یک موقعیت مشخص داراست ، ندارد بلکه اثرات احتمالی کنترل رفتاری درک شده روی دستیابی به اهداف رفتاری را بررسی می کند(آیزن، ۲۰۰۵: ۱۱۸).

بعضی از محققین معتقدند که استفاده از مفهوم خودکارآمدی بهتر از متغیر کنترل رفتار درک شده به معنی درک فرد از میزان سختی یا آسانی انجام رفتار است. اگرچه درک رفتار کنترل شده شامل عوامل خارجی (زمان، فرصتها و منابع) و عوامل داخلی (توانایی ها، مهارت و فشارها) است اما محققان پیشنهاد می کنند که کنترل رفتار درک شده را تنها شامل عوامل خارجی و خودکارآمدی را دربرگیرنده عوامل داخلی بدانند زیرا قدرت پیش بینی نظریه با این سازه بیشتر می شود. خودکارآمدی عقیده فرد در مورد انجام عملکرد مورد نظر میباشد (پترسون و بردیو، ۲۰۰۴ به نقل از کشاورز و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۵).

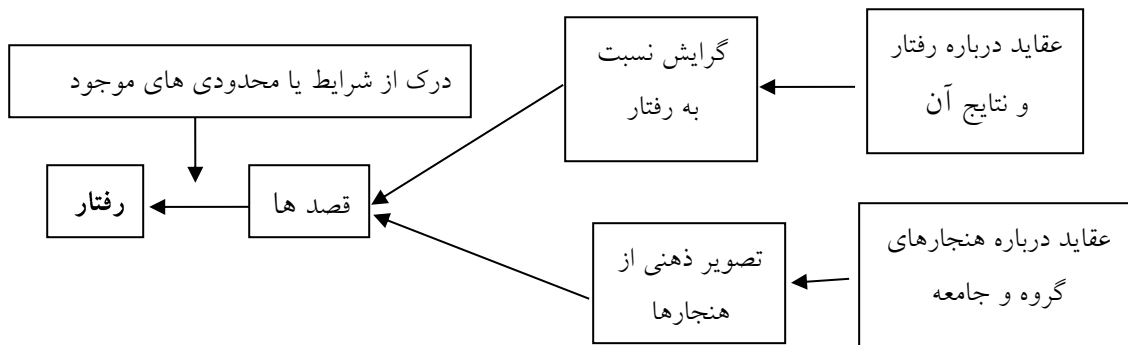
مفهوم خودکارآمدی را بندورا (۱۹۷۷) مطرح کرد که به احتمالات ذهنی کسی که توانایی انجام یک راهکار یا عمل مشخص را دارد، اشاره دارد. مطالعات متعددی، ارتباط قوی بین اعتقادات خودکارآمدی و رفتار را آشکار ساخته اند. همچنین ارتباط نزدیکی بین ایده خودکارآمدی و مفهوم کنترل رفتاری درک شده وجود دارد(آجزن، ۲۰۰۵: ۹۳). در حالی که تمایلات اصولاً میل افراد را در تلاش برای تصویب و انجام یک رفتار مشخص منعکس می کند، کنترل درک شده احتمال برخی از محدودیت های واقع گرایانه که ممکن است موجود باشد را در نظر می گیرد(آیزن، ۲۰۰۵: ۱۱۷).

تئوری رفتار برنامه ریزی شده دو ویژگی دارد: اول اینکه این تئوری فرض می کند که کنترل رفتاری درک شده دلایل انگیزشی برای تمایلات دارد. بدین صورت مردمی که بر این باورند نه منابعی و نه فرصتهایی نسبت به اجرای یک رفتار مشخص را دارند ، بعید است تصمیمات رفتاری قوی برای انجام آن، اگر حتی آنها نگرش مطلوبی نسبت به آن رفتار و یا این اعتقاد که دیگران مهم نیز رفتار و عملکردشان را تایید خواهند کرد، اتخاذ کنند. بنابراین ارتباطی قوی بین کنترل رفتاری درک شده و تصمیمات که در آن نگرشها و هنجارهای ذهنی نقش میانجی ندارند، پیش بینی شده است. دومین ویژگی این تئوری امکان ارتباط مستقیم بین کنترل رفتاری درک شده و رفتار است به طوری که در بسیاری از لحظات انجام رفتار فقط وابسته به انگیزه برای انجام آن رفتار نیست؛ بلکه همچنین کنترل کافی بر روی رفتار باید در نظر گرفته شود. بنابراین به این معنی است که کنترل رفتاری درک شده می تواند در پیش بینی دستیابی به هدف مستقل از تمایلات کمک کند و تا اندازه ای با مقداری از دقت رفتار واقعی را منعکس می کند. به عبارت دیگر کنترل رفتاری درک شده هم می تواند رفتار را به صورت غیرمستقیم از طریق تصمیمات فرد و هم به صورت مستقیم تحت تاثیر قرار دهد زیرا ممکن است به عنوان یک جایگزین یا جانشین ناقص برای اندازه گیری رفتار واقعی باشد. البته در برخی موقعیتهای کنترل رفتاری درک شده یک واقع بین ویژه نیست این احتمال وقتی رخ می دهد که افراد اطلاعات کمی درباره ی رفتار داشته باشند یا اینکه شرایط و منابع در دسترس تغییر کرده باشند و اجزای ناآشنا و جدید به موقعیت وارد شده باشند تحت چنین شرایطی سنجش کنترل رفتاری درک شده ممکن است مقدار کمی به دقت پیش بینی های رفتاری اضافه کند. بنابراین با توجه به فرضیات این تئوری می توان نتیجه گرفت که رفتار هر فرد تابعی از دو عنصر «تصمیمات» و «کنترل رفتاری درک شده» است.

برطبق این نظریه مهمترین تعیین کننده های تمایلات و رفتارها به طور منطقی از اعتقادات رفتاری، هنجاری و کنترل پیروی می کنند و یا می تواند برحسب آنها فهمیده شوند. متغیرهای متعددی ممکن است بر روی اعتقادات مردم تاثیر بگذارند. افرادی که در محیطهای اجتماعی گوناگون رشد می یابند به گونه ای واضح ، اطلاعات مختلفی درباره مباحث گوناگون و یا اطلاعاتی که مبنایی برای اعتقاد درباره پیامدهای رفتارشان، انتظارات هنجاری دیگران مهم و موانعی که ممکن است از اجرای یک رفتار جلوگیری کند، فراهم می کند. بنابراین همه این عوامل می توانند اعتقادات رفتاری، هنجاری و کنترلی را تحت تاثیر قرار دهند و در نهایت بر تصمیمات و اعمال ما نفوذ کنند این عوامل، عوامل زمینه ای نام گرفته اند که به سه دسته تقسیم می شوند و هرکدام شامل چند عامل است ۱- عوامل شخصی مانند: نگرشهای کلی، ویژگیهای شخصیتی، ارزشها ، عاطفه و هوش یا فهم. ۲- عوامل اجتماعی مانند: سن، جنسیت، نژاد، قومیت، تحصیلات، درآمد، مذهب ۳- عوامل اطلاعاتی مانند: تجربه، دانش، قرارگرفتن در معرض رسانه ها (آیزن، ۲۰۰۵: ۱۳۵-۱۳۴).

به طور کل این تئوری فرض را بر این می‌گیرد زمانی که فرد انجام رفتاری را مطلوب و مثبت ارزیابی کرد و بر این باور باشد که دیگران مهم فکر می‌کنند که او باید این رفتار را انجام دهد و انگیزه برای اطاعت از آنان داشته باشد و نیز تصور کند که توانایی انجام رفتار را دارد و رفتار تحت کنترل وی است، آنگاه قصد انجام رفتار که تبیین کننده اصلی رفتار است در وی شکل می‌گیرد و هر کدام از سه سازه نگرش، هنجار و کنترل درک شده که بر قصد اثرگذارند خود نیز تحت تاثیر عقاید زیربنایی و عوامل زمینه ای هستند.

نمودار ۳: نظریه عمل بخردانه (کامل تر)



در شرایطی که نگرش ها و هنجارها هر دو، در رابطه با رفتار مثبت باشند، قصد به رفتار در جهت معینی زیاد خواهد بود؛ اما در صورتی که نگرش ها و رفتارها در تضاد باشند قدرت نسبی آنها می تواند تعیین کننده مقاصد بعدی و رفتاری متعاقب آن باشد. الگوی قصد های رفتاری نشان می دهد که نگرش ها و هنجارها هر دو تحت تاثیر عقاید فرد درباره رفتارهای خاص هستند.

۳- نظریه یادگیری اجتماعی: دیدگاه جدیدی از یادگیری مورد نظر «آلبرت بندورا» (Albert Bandura) (۱۹۸۶ و ۱۹۷۷) و سایر روان شناسان است. این نظریه بیشترین اهمیت را به یادگیری از راه مشاهده و نقش فعالیت شناختی در رفتار انسان قایل است. نظریه پردازان یادگیری اجتماعی معتقدند که افراد، محیط اطراف خود را تحت تاثیر قرار می دهند و همزمان با آن، از محیط خود تاثیر می پذیرند (راتوس، ۱۳۸۲: ۴۰). آنها در این نکته با رفتارگرایان هم عقیده اند که بخش های مربوط به ماهیت انسان باید به تجربه ها و رفتارهای قابل مشاهده محدود شود. با این همه، آنها تایید می کنند که متغیرهای همراه شخص، یعنی، متغیرهای شخصی نیز، در صورتی که بخواهیم افراد را بشناسیم، به حساب می آید.

«جولیان راتر» (Julian Rotter ۱۹۷۲) نظریه پرداز روان شناسی اجتماعی، معتقد است که ما نمی توانیم رفتار را، تنها با تکیه بر متغیرهای موقعیتی، پیش بینی کنیم. شیوه رفتار یک شخص به انتظارات او در مورد نتایج رفتار و ارزش های ذهنی یا ادراک از این نتایج نیز بستگی دارد.

انتظارات تعمیم یافته، انتظاراتی هستند که یادگیری عمیق و نسبتاً پایداری منعکس می کنند. انسجام و ثبات این انتظارات، آنها را با صفات در نظریه یادگیری اجتماعی معادل می سازد.

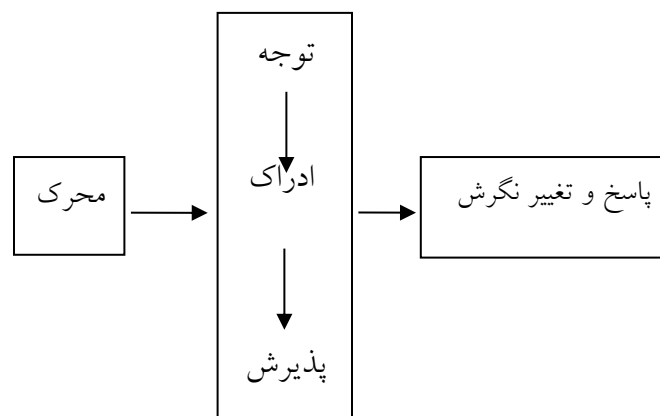
در مجموع نظریه پردازان یادگیری اجتماعی معتقدند که رفتار، از تعامل سیال و پیوسته بین متغیرهای شخصی و متغیرهای موقعیتی به وجود می آید. در میان متغیرهای شخصی می توان به صلاحیت ها، راهبردهای کدگذاری، انتظارات، ارزش های ذهنی، نظام ها و طرح های خود تنظیمی اشاره کرد (میشل، ۱۹۸۶: ۳۱۲-۳۰۸).

۴- نظریه محرک - ارگانیسم - پاسخ: نظریه های معاصر محرک - پاسخی را به همین جهت به درستی نظریه های «محرک - ارگانیسم - پاسخ» (S-O-R) می خوانند؛ بدین خاطر که در این طرز تلقی موقعیت ارگانیسم به عنوان یک عامل دخالت کننده بین محرک و پاسخ به رسمیت شناخته شده است.

الگوی شرطی سازی بیشتر بر اصول یادگیری تکیه می کند. و یک نمونه آن برای تغییر نگرش، الگوی «هاولند» (HovLand) و همکاران او است که در آن تغییر نگرش از محرک آغاز و بعد به مرحله توجه، ادراک و پذیرش رسیده و بالاخره نگرش تغییر کرده است. در الگوی هاولند یک پیام که هدف آن تغییر نگرش است با پیام رسان، زمینه ای که پیام ارائه می شود و شخصیت پیام گیر در تعامل است (مهرآرا، ۱۳۷۳: ۲۴۲). به گفته آنان در یادگیری نگرش های تازه سه متغیر مهم وجود دارد: توجه (Attention)، ادراک (Comprehension) و پذیرش (Acceptance).

شکل زیر چگونگی ارتباط این سه متغیر را نشان می دهد. نخستین عامل یعنی، توجه به این واقعیت اشاره دارد که همه پیام های محرک مورد توجه قرار نمی گیرند. عامل دوم یعنی، ادراک به این نکته اشاره می کند که ممکن است برخی پیام ها بسیار پیچیده تا بسیار مبهم باشند، به طوری که گیرندگان مورد نظر از آن سر در نیاورند. بالاخره در مرحله سوم، پیش از آنکه هیچ تغییر نگرشی ایجاد شود؛ ما باید تصمیم بگیریم که پیام را می پذیریم یا نه. میزان پذیرش عمدتاً بستگی به تقویت های عرضه شده دارد (کریمی، ۱۳۷۹: ۲۴۲).

نمودار ۴: ارتباط سه متغیر نظریه - محرک - پاسخ



در مجموع نظریه محرک - پاسخ و تقویت پیش از همه نظریه ها به این نکته تأکید می ورزند که نگرش ها تنها وقتی تغییر می کنند که تقویت های ارائه شده برای نشان دادن رفتار تازه بیش از تقویت های موجود در پاسخ قدیمی باشد. یکی از امتیازات اصلی این نظریه، مشخص کردن عامل هایی است که ممکن است پذیرش یک پیام متقاعد کننده را تحت تاثیر قرار دهند. به همین گروه دانشگاه «ییل» چهار عنصر را که در بیشتر موقعیت های متقاعد کننده دخالت دارند، مشخص کرده اند. این عناصر عبارتند از: ۱- منبع ارائه پیام ترغیب کننده ۲- ویژگی های پیام ۳- زمینه ای که پیام در آن عرضه می شوند ۴- شخصیت دریافت کننده پیام.

۵- نظریه موقعیت - خود - کنش (E-S-A): مید در مباحث خود تحت عنوان «ذهن، خود و جامعه» رفتارگرایی را در دو جهت ذهن و جامعه بسط می دهد. منظور مید از واژه «ذهن» اساساً این است که موجود انسانی برای خودش یک «موضوع» می گردد. موجود انسانی ممکن است موضوعات متفاوتی برای خویش شود و با خویشتن کنش متقابل داشته باشد (ایرونیگ، ۱۳۷۳: ۱۷۳). ذهن را می توان به عنوان گفتگوی داخل انسان با خودش از طریق نمادهای معنادار تعریف کرد. (ریتزر، ۱۳۷۳: ۲۷۵). از سویی برای آنکه زندگی اجتماعی وجود پیدا کند لازم است که کنشگران نمادهای معنادار مشترکی داشته باشند. «خود» نیز به نظر مید انعطاف پذیری، یا توانایی واکنش نسبت به خود به سان که شخص در برابر دیگران واکنش نشان می دهد است. بدین معنا که خود، مانند ذهن، یک شناخته عینی نیست بلکه فراگرد آگاهانه ای است که ابعاد گوناگونی دارد (ریتزر، ۱۳۷۳: ۲۷۹).

در اینجا نظر کلی مید درباره مراحل اجتماعی شدن اهمیت دارد، زیرا آدم ها برای حصول خود، علاوه بر زبان به یادگیری چیزهای دیگری نیز نیاز دارند. جامعه از نظر مید نیز چیزی بیشتر از یک سازمان اجتماعی نیست که ذهن و خود در بطن آن پدید می آیند. او همچنین جامعه را بیشتر به عنوان الگوهای کنش متقابل در نظر می گیرد.

در واقع مید با طرح ذهن و خود در صدد این است که در مقابل نگاه کلاسیک محرک - پاسخ این نظریه را تثبیت و تشریح کند که کنش، محصول رابطه مستقیم و مکانیکی نیست بلکه برخاسته از تفسیر و تحلیل و نیز گفتگوی فرد با خود است. پس قوه تحلیل فرد است که با برداشت از موقعیت و شرایط محیطی آن را به کنش و می دارد. بعد از مید، بلومر به بسط تبیین کنش می پردازد. داشتن «خود» نوع رابطه موجود زنده با محیط اطرافش را دگرگون می سازد. محیط از نظر مید یک ساختمان متشکله جدای از موجود زنده و مستقل از او نیست. لذا بلومر به جای واژه «محیط» از اصطلاح «موقعیت» استفاده می کند. نتیجه دیگر داشتن خود فراهم ساختن توانایی «تجربه زندگی درونی» است. آدمی می تواند بدون آنکه دیگران بر دنیای درونی او کنترل مستقیم داشته باشند، با خود گفتگو کند.

«مکالمه با خویش» ماهیت کنش را دگرگونی می کند و آن را از سیطره محیط خارج می سازد. جهان انسانی مملو از اتمسفر نمادهای زبانی و معانی است. در محیطی که آدمی زندگی می کند، غیر از محیط طبیعی، فضای انسانی و نمادها نیز حضور دارند که بر پیچیدگی های کنش می افزایند (تنهایی، ۱۳۷۵).

۶- نظریه فرهنگ - شخصیت - کنش (C - S - A): اجزای اصلی سازنده نظریه کنش پارسونز، نظام های اجتماعی، شخصیتی، فرهنگی و ارگانیزم رفتاری می باشد. در منظر پارسونز کنش اجتماعی در قالب هنجارها و ارزش های اجتماعی سازمان می یابد و هنجارها کنش فرد را در جهت همنوایی سوق می دهد. یعنی فرد با خواست نظام انطباق می دهد. گر چه افراد از نتایج رفتار خود آگاه نیستند، ولی هدف و غایت دارند؛ یعنی عقلانی بودن. در مجموع فرد بطور ارادی و داوطلبانه کنش خود را در یک قالب اجتماعی انجام می دهد.

این کنش ناشی از موقعیت و نقش اجتماعی فرد در جامعه است. «آمیزه نقش منزلت را به عنوان واحد بنیادی در بررسی نظام اجتماعی بکار برد که جنبه ای از یک عنصر سازنده ساختاری در نظام اجتماعی به شمار می آید. منزلت به یک جایگاه ساختاری در داخل نظام اجتماعی اطلاق می شود و نقش کاری است که کنشگر در یک چنین موقعیتی انجام می دهد. و سه عامل انظارات، هنجارها و تضمین ها عناصر تشکیل دهنده نقش ها در کنش متقابل هستند (توسلی، ۱۳۷۳).

از سویی پارسونز معتقد است نظام فرهنگی میانجی کنش متقابل میان کنشگران است و شخصیت و نظام اجتماعی را با هم ترکیب می کند. فرهنگ در نظام اجتماعی به صورت هنجارها و ارزش ها تجسم می یابد و در نظام شخصیتی ملکه ذهن کنشگران می شود (ریتزر، ۱۳۸۵: ۱۳۹). از این برداشت چنین بر می آید که کنشگران، تحت سلطه فرهنگ به کنش وادار می شوند. و این نظام فرهنگی جامعه است که نظام تمایلات آن را شکل داده و مبتنی بر ارزش ها و هنجارهای جامعه عمل می کند، به نحوی که آن را بازتاب ملکه ذهن شدن و اجتماعی شدن فرد می داند.

تعریف مفهوم ارزش و ویژگی ها آن

ارزش یک تصور و درک برای یک فرد یا یک گروه است، درباره مطلوبیت که بر روی انتخاب روشها، ابزار و عمل تاثیر می گذارد (Kluckhohn, ۱۹۶۷: ۳۹۵). ارزش یک نوع درجه بندی، طبقه بندی و امتیازبندی پدیده ها است از خوب تا بد، یا از مثبت تا منفی (Morel, ۱۹۷۴: ۱۹؛ sicinski, ۱۹۷۸: ۸۳ به نقل رفیع پور، ۱۳۸۲: ۲۶۹). ارزش ها، تصاویر ذهنی هدایت گر کنش اجتماعی است. بعضی از این تصاویر ذهنی، از نظر اجتماعی، مطلوب یا به اصطلاح خوب و بعضی دیگر به عنوان بد مشخص می شود. بنابراین، ارزش ها دربردارنده عنصری از مطلوبیت و یک جزء اخلاقی است که اشکال متفاوت رفتار بشری و اهدافی را متمایز می سازد که انسان ها برای آن اهداف و رفتارهای بهتر یا بدتر و پذیرفتنی و نپذیرفتنی تلاش می کنند (Haller, ۲۰۰۲: ۱۴۳). بنابراین وظایف اصلی یک تجزیه و تحلیل جامعه شناختی از ارزش ها عبارت است از: اول) تعریف و عملیاتی کردن روشن و آشکار ابعاد ارزش های موردنظر برحسب سطح تجزیه و تحلیل و نیز از نظر ذاتی و جوهری. دوم) توسعه فرضیه های عینی درباره ارتباط بین آن ارزش ها و شرایط اجتماعی در حال تغییری که ارزش های مذکور در داخل آن جای گرفته اند (Haller, ۲۰۰۲).

کلوکهن به ارزش ها به مثابه الزامات فرهنگی ایجادکننده همبستگی و انسجام اجتماعی تأکید می کند. وکیچ، ارزش ها را به مثابه مجموعه ای از گزینه ها در دنیای پدیدارشناختی در نظر می گیرد که در آن افراد باید به اعمال خود معنی ببخشند. با اینکه روکیچ، ارزش ها را به صورت پایدار در نظر می گیرد، اما مکرر اشاره می کند که ارزش ها، ثبات کامل ندارد؛ البته این مقوله باید با تحقیقات تجربی آشکار گردد (مورس ولستاگ، ۱۹۹۹).

در فرهنگ علوم اجتماعی آلن بیرو، در رابطه با ارزش های اجتماعی آمده است: «ارزش های اجتماعی را مدل های کلی رفتار، احکام جمعی، هنجارهای کرداری، که مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه است، تشکیل می دهد» (بیرو، ۱۳۸۵). بنابراین از منظر جامعه شناسی ارزش اجتماعی، واقعیت ها و اموری را تشکیل می دهد که مطلوبیت دارند و مورد خواست و آرزوی اکثریت افراد جامعه اند.

آگ برن ونیم کوف نیز عقیده دارند: «ارزش اجتماعی واقعه یا امری است که مورد اعتنای جامعه قرار دارد. ارزش اجتماعی، انگیزه گرایش های اجتماعی می شود و گرایش های اجتماعی، تمایلات کلی هستند که در فرد به وجود می آیند و ادارکات، عواطف و افعال او را در جهات معین به جریان می اندازند» (برن و کوف، ۱۹۸۸).

ارزش ها، نظام اولویت ها و ترجیحات انسان هستند که بصورت جهت گیری مثبت یا منفی از سوی فرد، یا گروهی از افراد در مورد مسایل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اعمال می گردند و کلیتی نامتنازع را تشکیل می دهند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۸۴۵).

ارزش برای عملی شدن در اجتماع نیاز به هنجارهایی دارد تا آن را تعریف کند. مثل ارزش احترام به پدر و مادر با هنجارهایی مثل دراز نکردن پا و... تعریف می‌شود. از نظر گی‌روشه ارزش‌ها، زمینه‌الگوی رفتاری هستند و می‌توان گفت بسیاری از الگوها، هنجارهای رفتاری‌اند که در شرایط خاص و مشخص زمانی و مکانی نقش راهنما را ایفا می‌کنند (روشه، ۱۳۶۸). بنابراین، با اینکه معمولاً هنجارها و ارزش‌ها را در یک قالب مفهومی قرار می‌دهند اما میان این دو مفهوم تفاوت وجود دارد. ارزش‌ها به ما کمک می‌کنند که رفتار خوب و یا بد را از هم تشخیص دهیم و حال آنکه هنجارها به ما کمک می‌کنند که با ارزش‌ها پیوند برقرار کنیم. به عبارت دیگر در حالی که هنجارها قواعد رفتار هستند، ارزش‌ها در حکم گونه‌ای از معیارهای فرهنگی به شمار می‌روند که بیانگر آن دسته از اهداف کلی هستند که در حیات اجتماعی چیزهایی خواستنی محسوب می‌شوند، ارزش‌ها آرایه‌گر مفهوم و مشروعیت نهایی برای قواعد و ضوابط رفتارهای اجتماعی هستند (محسنی، ۱۳۷۷).

از سوی دیگر، محققان استدلال کرده‌اند که ارزش‌ها در تعیین اهمیت نگرش‌ها برای افراد، نقش اساسی ایفا می‌کند. تحقیقات بونینگر، کراسنیک و برنت (۱۹۹۵) قراین مهمی در این زمینه فراهم کرده است که سه عامل، در تعیین اهمیت نگرش، نقش کلیدی دارد. اول، نفع شخصی، عامل دوم نندسازی اجتماعی و عامل سوم، وابسته به ارزش بودن است. به این معنا که هر قدر یک نگرش، پیوند نزدیک تری با ارزش‌های شخصی فرد داشته باشد، اهمیت آن نگرش برای وی بیشتر خواهد بود. پس آنچه یک نگرش را برای فرد مهم رابطه آن با نیازها و ارزش‌های اساسی اجتماعی و فردی شخص است (به نقل از باستانی، ۱۳۸۷: ۳۷). از سوی دیگر، مایکل هچتر در تعریف و بیان تفاوت ارزش‌ها، نگرش‌ها یا ترجیحات، می‌نویسد: ارزش‌ها، معیارهای درونی به نسبت کلی و با دوام برای ارزیابی است. همچنین، ارزش‌ها با دیگر مفاهیم، نظیر: ترجیحات، نگرش‌ها و هنجارها متفاوت است. ترجیحات و نگرش‌ها، نگرش‌ها، نگرش‌ها از عناصر درونی به شمار می‌رود، اما برخلاف آن، هم متغیر بوده و مشمول مرور زمان می‌شود و هم، ویژه است. به جای آنکه کلی باشد. هنجارها نیز در عین حال که ارزیاب، کلی و با دوام است، اما برخلاف ارزش‌ها، نسبت به کنشگران عنصری بیرونی و نیز برای اثربخشی، نیازمند ضمانت اجرا می‌باشد (Hechter, 1992: 274). همچنین عبدالطیف عقیده دارد «تفکیک میان ارزش و گرایش، تفکیک میان ژنها و کروموزومهاست» (عبدالطیف، ۱۳۷۸: ۶۱). ارزش‌ها عمیق‌تر از گرایش‌ها به شمار می‌روند و این ارزش‌های انسانی است که گرایش‌های وی را در موارد خاص شکل می‌دهد. روکیج نیز عقیده دارد هرگاه نزد فرد هزاران گرایش وجود داشته باشد، فقط ده‌ها هزار ارزش نزد او یافت می‌شود (Feather, 1975: 15 به نقل از توسلی، ۱۳۸۳).

اوپنهایم از رابطه دو مفهوم ارزش و گرایش در سطوح مختلف عام و خاص بحث می‌کند. بدین گونه که سطح نخست را نظرات، سطح دوم را گرایش‌ها، سطح سوم را ارزش‌ها و نگرش‌های پایه و سطح عمیق‌تر را شخصیت نامیده است (اوپنهایم، ۱۳۷۵: ۲۸).

در بحث از ارتباط نیاز و ارزش، مهمترین نظریات مربوط به نیاز در بحث روان‌شناختی اجتماعی آبراهام مزلو مطرح می‌شود. سلسله مراتب نیازهای مزلو از پایین به بالا عبارتند از: نیازهای جسمانی یا فیزیولوژیک، نیاز به امنیت، نیاز به محبت و احساس تعلق، نیاز به احترام و نیاز به تحقق خود (شولتس، ۱۳۶۹: ۱۱۵). بنابراین برخی دانشمندان چون مزلو مفهوم ارزش و نیاز را هم وزن می‌دانند. برخی دانشمندان نیز ارزش و نیاز را دارای رابطه‌ای دو سویه می‌دانند. در بحث عوامل مؤثر بر زایش ارزش نیز، نیاز را یکی از عوامل عمده تحقق ارزش‌ها خواهیم یافت.

در بحث از مقایسه دو واژه باور و ارزش، می‌توان بیان داشت اعتقادات و باورها را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: توصیفی، ارزشی و آمرانه. رویکرد ارزش‌ها را از نوع سوم می‌داند، یعنی آمرانه و نهی‌آمیز. ارزش مترادف باور نیست. اما می‌توان باورها را ناشی از ارزش دانست و منشأ و ریشه باورها را در ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی یافت. رویکرد معتقد است ارزش، باوری است که به طور نسبی ثابت می‌باشد و در محتوای آن ترجیحی شخصی یا اجتماعی وجود دارد که یکی از هدف‌های وجود یا شکلی از شکل‌های رساننده به این غایت، تحمیل می‌کند. در برابر این طرز تفکر، گروهی میان ارزش و باور، بر این اساس که ارزش به خوب یا بد اشاره دارد، فرق گذاشته‌اند. در حالی که باور به حقیقت در برابر باطل اشاره دارد. ارزش مترادف باور نیست، ولی تصور آن به عنوان باور یا هدفی که فرد می‌پذیرد در پرتو قضاوتی دائمی، پسندیده یا ناپسند ممکن است (عبداللطیف، ۱۳۷۸، ۶۱-۵۹).

بنگستون (Bengston) عقیده دارد وقتی ارزش‌ها در رفتار فرد تأثیر می‌گذارد و به انتخاب جانشینی منجر می‌شود، به منزله انگیزه عمل می‌کند. برخی از متفکران نیز از جمله مک کله لند، ویلسون و فیدر در نوشته‌های خود انگیزه را به مثابه ارزش دانسته‌اند. با این وجود از آنچه که برخی دیگر اشاره نموده‌اند می‌توان به فهم تفاوت بین ارزش و انگیزه رسید. ارزش همچون انگیزه، صرفاً فشاری نیست که در جهت‌دهی رفتار به جهت خاص عمل کند، بلکه ارزش‌ها به معنای نظامی از فشارها برای جهت‌دهی رفتار، اخطار و تصورات برای تأویل این رفتار و معنا و جهت دادن به آن می‌باشند. با این حال انگیزه همان حالت آمادگی درونی است که در جهت‌دهی رفتار به سوی غایت یا هدف معینی سهم است، اما ارزش همان تصور موجود در پشت انگیزه‌ها می‌باشد (عبداللطیف، ۱۳۷۸). بدین ترتیب سه نوع تفاوت مفهومی تمایزگذاری میان ارزش و انگیزه مشاهده می‌شود. برخی چون فیدر، مک کله لند و ویلسون ارزش و انگیزه را مترادف فرض می‌کنند؛ برخی چون محققان ایرانی ارزش‌ها را خاستگاه انگیزه‌ها برمی‌شمارند و برخی چون عبداللطیف ارزش را بنیان انگیزه و انگیزه را عامل رفتار می‌انگارند.

ارزش‌ها ≈ انگیزه	مدل ۱
انگیزه → ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی	مدل ۲
رفتار → انگیزه → ارزش‌ها	مدل ۳

مبانی نظری پژوهش

امروز مفهوم جنسیت از جمله مفاهیمی است که موجب شده نگرش و رویکردی متفاوتی نسبت بدان شکل بگیرد. این امر موجب گردیده که بسیاری از مسائل و مشکلات زنان از این منظر قابل تحلیل و تبیین باشد. اینکه تا چه اندازه تفاوت های رفتاری، ارزشی و نگرشی زنان و مردان نتیجه جنبه های زیست شناختی جنسی است تا جنبه های روانی، اجتماعی یا فرهنگی از مهمترین چالش های این حوزه است که موجب شکل دادن به رویکردها و نظریه های جنسیتی مختلفی در این حوزه گردیده است.

جامعه‌شناسان از اصطلاح «جنس» (sex) برای اشاره به آن دسته از تفاوت‌های کالبدی و فیزیولوژیک استفاده می‌کنند که بدن مرد و زن را تعریف و مشخص می‌کنند. در مقابل، «جنسیت» (gender) به تفاوت‌های روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی مذکرها و مونث‌ها مربوط می‌شود. جنسیت به افکار و مفاهیمی درباره مردانگی و زنانگی مربوط می‌شود که به صورت اجتماعی ساخته می‌شوند؛ و ضرورتاً محصول مستقیم جنس زیست‌شناختی فرد نیست (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۵۶). بحث امور جنسی و جنسیت، مشابه مباحث طبیعت و تربیت است. آیا طبیعت زنان از لحاظ بیولوژیکی معین شده یا به طور اجتماعی، شکل گرفته است؟ پاسخ معمول آن است که جنسیت به شکل اجتماعی و مصنوعی ساخته شده است. حال آنکه امر جنسی امری بیولوژیکی است. همچنین نقش های معینی برای زنان مقرر است، گویی این نقشها به طور طبیعی و بیولوژیکی، متعلق به آنها بوده است (وینست، ۱۳۷۸: ۲۶۸).

بررسی های مختلف نشان می دهد که نظریه های مطرح شده در قبال تحلیل و تبیین های جنسیتی متفاوت هستند و هر کدام به شیوه خاصی آنها را مورد دسته بندی قرار داده اند. این نظریه ها به صورت زیر قابل ارائه هستند؛

نخست؛ رویکردهای جنسیتی از منظر گیبسون و شوارتز

پرینس گیبسون و شوارتز، (۱۹۹۸) سه دسته نظریه در زمینه تفاوت های جنسیتی در اولویت های ارزشی می توان مطرح کرد: (۱) نظریه های ثبات تفاوت های جنسیتی: نظریه های ذات گرایی و یادگیری نقش ها، منشأ تفاوت های جنسیتی را در تکامل فردی، بیولوژی یا جامعه پذیری می داند. در این نظریه ها، فرض اصلی این است که کیفیت های جنسیتی ناشی از تفاوت های توارثی، یا اجتماعی شدن است و قابل پیش بینی، درونی شده و ثابت بوده و موجب تفکر، قضاوت، ارتباط و وجود متفاوت می شود (Deaux and Major, ۱۹۹۰).

این نظریه ها شامل نظریه های روان شناختی سنتی و مدرن فمینیسم فرهنگ ، فمینیسم دیدگاه، روان شناسی تکاملی و نظریه نقش ها خواهد بود. در این نظریه ها ویژگی های متفاوت مردان و زنان، توصیف می شود که همگی درباره تفاوت های جنسیتی ثابت در اولویتهای ارزشی فرضیه هایی ارائه می کنند. نظریه پردازان فمینیست، براساس دیدگاه معتقدند که روابط اجتماعی قدرت در سطحی روان شناسانه حفظ و بازتولید می شود (Hartsock, ۱۹۸۷)، به صورتی که تجربه های مادی زنان، درک آنان را از جهان شکل می دهد. براساس نظریه نقش اجتماعی، نقش های زن و مرد به شکل فرهنگی مشخص می شود و این نقش ها ایدئولوژی را ایجاد می کند که تعاریف جنسی را مشخص و حفظ می کند برای مثال، پارسونز و بیلز (۱۹۵۵) تفاوت های جنسیتی را به نقش های خانوادگی در خدمت کاهش رقابت و ایجاد هارمونی دنبال کردند. براساس بحث آنان، مردان نقش های ابزاری را یاد می گیرند و زنان بیشتر نقشهای بیانی و اظهاری را یاد می گیرند. به عقیده پارسونز و بیلز چنین تفاوتی در نقش ها، به دو علت، برای تعادل خانواده و جامعه مهم است: اول اینکه موجب وابستگی زنان و مردان به یکدیگر می شود، دوم اینکه نقش های مجزا و تعریف شده، ابهام و تضاد را در انتظاراتهای زناشویی و جنسیتی کاهش می دهد (پارسونز و بیلز، ۱۹۵۵: ۳۱۹-۳۱۷).

در مجموع این نظریه ها مطرح می کند که زنان، ارتباطی، بیانی و اجتماعی هستند، در حالی که مردان بیشتر خودمختار و ابزاری هستند؛ این تفاوت در جهت گیری های مردان و زنان شاید به مثابه تفاوت در اهداف فراموقعیتی آنان یعنی در اولویت ارزشی آنان بیان شود. بنابراین زنان باید به ارزش هایی بیشتر اولویت بدهند که اهداف بیانی و اجتماعی را نمایندگی می کند و مردان به ارزش هایی که اهداف ابزاری را ظهور می بخشد. چون زنان و مردان معمولاً در اجتماعی با زبان مشترک اجتماعی زندگی می کنند، مفاهیم و برجسب های ارزشی ای که برای اهدافشان کسب می کنند، معانی مشابهی دارد به نظریه تفاوت های ثابت، انتقادهای بسیاری شده است. از نظر مفهومی این نظریه ها توجهی به نابرابری های سیاسی اجتماعی بین مردان و زنان نداشته است، از سوی دیگر نیز یک کلیت غیرتاریخی از زنان ارائه کرده است (Deaux and Major, ۱۹۹۰).

۲) نظریه های عدم ثبات: براساس مفهوم سازی های ساختارگرایان (کنش متقابل گرایان) رفتار جنسیتی زمانی وجود دارد که تعامل خاصی، به صورت اجتماعی و بر اساس الگوهای جنسیتی ساخت یابد. این فرض که رفتار جنسیتی، با انعطاف و تغییر مشخص می شود از مسائل بنیادین این دیدگاه است (Deaux and Major, ۱۹۹۰). بنابراین جنسیت یک ویژگی فردی نیست، بلکه یک تبادل اجتماعی است (West and Zimmermann, ۱۹۸۷). رفتار با یک جریان ساختاری فردی و اجتماعی، جنسیتی می شود: البته با عوامل انتقالی، مثل: کنشگران درگیر، انتظار از خود و دیگران و محرومیت هایی که در صورت انحراف ایجاد شده، انتظاراتی که مربوط به نقش های اجتماعی - جنسیتی، اعمال می شود (Zanna and Pleck, ۱۹۷۶). در مقابل ذات گرایان و نظریه های یادگیری نقش، ما باید انتظار تفاوت در الگوهای غیرثابت بین اولویت های ارزشی مردان و زنان داشته باشیم. ظاهر تفاوت ها به سه عنصر موقعیتی بستگی دارد که ارزش ها در آن شکل می گیرد: تعریف فرد از خود و اهداف، باورها و انتظارات دیگران و زمینه ای که تعامل در آن اتفاق می افتد. این نظریه ها نیز به نبودن تفاوت جنسیتی در ساخت ارزشی اشاره دارد.

۳) رویکرد توافقی: این دیدگاه به آثار ثابت، تجربه های جنسیتی متفاوت و ساختار اجتماعی جنسیتی براساس مقتضیات زندگی، توجه دارد. ارزش ها استفاده می شود تا زندگی ما را معنا ببخشد، رفتار و گرایش های ما را عقلانی سازد و آن را در گفتمان ما با دیگران تبیین و توجیه کند (Kristiansen and Zanna, ۱۹۸۸; Rokeach, ۱۹۷۳). حفظ اولویت های ارزشی با روش ادراک فرد و زندگی او، قابل انطباق است و خود باوری فرد را افزایش می دهد و یک احساس انسجام فردی و ثبات فراهم می سازد. در نتیجه، افراد، اولویت های ارزشی را با وضع و مقتضیات زندگی شان انطباق می دهند. آنان به ارزش هایی رتبه می دهند که با توجه به فرصت ها و محدودیت های مربوط به نقش آنان، قابل دسترسی نیست و ارزش های قابل دسترس را بالا می برند (Schwartz and Bardi, ۱۹۹۷; Kohn and Schooler, ۱۹۸۳).

انتظار ما این است که پذیرش ارزش ها و ابراز آن براساس جنسیت، تنها در موقعیت های اجتماعی ای، متفاوت خواهد بود که فرصت های رفتاری متفاوت در دسترس مردان و زنان قرار گیرد و محدودیت های متفاوتی بر آنان اعمال شود. در واقع جنسیت در تعامل با مقوله های تجربی دیگر است. بر اساس چنین دیدگاهی، انتظار تفاوت های جنسیتی مشروط در اولویت های ارزشی را خواهیم داشت. طبیعت و گستره این تفاوت ها شاید با تفاوت در وضع زندگی (مثل: سن، قومیت، تحصیلات، وضعیت تأهل و منزلت اجتماعی) بین گروه های زنان و مردان متفاوت باشد. بنابراین توصیه می شود که مطالعه جنسیت با متغیرهای دیگر، چون سن و ترکیب شود (پرینس گیسون و شوارتز، ۱۹۹۸ به نقل از باستانی، ۱۳۸۷).

دوم؛ رویکردهای جنسیتی از منظر گیدنز

آنتونی گیدنز در کتاب جامعه‌شناسی خود به دو رویکرد تفاوت‌های جنسیتی و نابرابری جنسیتی اشاره کرده که بدین شرح است:

۱) نظریه تفاوت‌های طبیعی

به تعبیر گیدنز برخی از نویسندگان معتقدند که جنبه‌هایی از زیست‌شناسی انسان - از هورمون‌ها تا کرموزوم‌ها و از اندازه مغز تا ژن‌ها - سبب‌ساز تفاوت‌های رفتاری فطری بین زنان و مردان هستند. بنابه ادعای آنها، این تفاوت‌ها را می‌توان در همه فرهنگ‌ها به شکل و صورت‌های گوناگون مشاهده کرد و این نشان می‌دهد که نیروهای طبیعی تفاوت و نابرابرهای جنسیتی است، نابرابر‌هایی که وجه مشخصه اکثر جوامع هستند. این پژوهشگران احتمالاً توجه خود را به این واقعیت معطوف می‌کنند که، برای مثال، در همه فرهنگ‌ها مردان هستند که در شکار و جنگ شرکت می‌کنند نه زنان. و طبق استدلال آنها، این امر یقیناً نشان می‌دهد که مردان به لحاظ زیست‌شناسی گرایش‌هایی به خاشگری دارند که زنان ندارند. اما این ادلاب بسیاری از پژوهشگران را متقاعد نمی‌کند، به گفته اینان، سطوح پرخاشگری مذکرها، تنوع و تفاوت گسترده‌ای در میان فرهنگ‌های گوناگون دارد، و برخی از فرهنگ‌ها، بیش از سایر فرهنگ‌ها از زنان انتظار ظرافت و انفعال دارند (Elshtain, ۱۹۸۷). هر چند نمی‌توان این فرضیه را به آسانی رد کرد که عوامل زیست‌شناختی تعیین‌کننده الگوهای رفتار زنان و مردان هستند، اما حدود یک قرن تحقیق برای شناسایی ریشه‌های فیزیولوژیک این الگوهای رفتاری موفقیت‌آمیز نبوده است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۵۷). برخی از صاحب‌نظران همچون دالتون (Dalton) بیولوژی را تعیین‌کننده رفتار زنان می‌دانند. این تأکید بر بیولوژی، به گونه‌ای است که در جامعه‌شناسی از تفاوت‌های جنسی بیولوژیک برای توضیح دادن و مشروعیت بخشیدن به تقسیم جنسی در خانواده و جامعه به طور کلی سوده برده‌اند. تایگر و فاکس: چنین استدلال می‌کنند که زن و مرد برنامه‌ریزی‌هایی بیولوژیک یا برنامه‌های ژنتیکی متفاوتی دارند که زمینه‌ساز رفتارهای متفاوت آنهاست (گرت، ۱۳۸۰: ۱۶-۱۴). در این رویکرد تفاوت نقش‌ها را بر پایه تفاوت میزان هورمون‌های جنسی در مردان و زنان تبیین می‌کنند. این نظریه در میان فمینیست‌ها نیز موافقانی دارد. از جمله آلیس رسی از منظر جامعه‌شناسی زیستی کارکردهای زیست‌شناختی متفاوت زنان و مردان را به الگوهای متفاوت رشد هورمونی آنها طی چرخه حیات نسبت می‌دهد که همین امر به نوبه خود به برخی تفاوت‌های ادراکی بین دو جنس منجر شده است (لنگرمن و برنتلی، ۱۳۷۴: ۴۷۱).

صاحب‌نظران در تعیین اینکه این تفاوت‌ها دقیقاً به کدامیک از عوامل زیستی راجع‌اند، راه‌های مختلفی را پیموده‌اند. برخی منشأ اسناد نقش‌ها و وظایف مختلف به مردان و زنان را تفاوت آنان در قدرت بدنی دانسته‌اند، اما این فرضیه به دلیل نقض‌های متعدد، تأییدی کسب نکرده است (کامپیر و همکاران، ۱۹۹۸: ۳۳۰).

۲) نظریه اجتماعی شدن جنسیتی

این رهیافت تمایزی میان جنس زیست شناختی و جنسیت اجتماعی می گذارد؛ نوزاد با جنس به دنیا می آید و جنسیت او تکوین می یابد. کودکان، از طریق تماس و ارتباط با کارگزاران گوناگون اجتماعی شدن اولیه و ثانویه، به تدریج هنجارها و توقعات اجتماعی متناسب با جنس خود را درونی می سازند. تفاوت های جنسیتی تعیین زیست شناختی ندارند، بلکه به صورت فرهنگی خلق می شوند. طبق این دیدگاه، نابرابری های جنسیتی به این دلیل به وجود می آیند که مردان و زنان در نقش های مختلفی اجتماعی می شوند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۸۷). البته بسیاری از نویسندگان استدلال می کنند که اجتماعی شدن جنسیتی ذاتاً فرایند سهل و همواری نیست؛ کارگزارهای مختلفی مثل خانواده، مدرسه و گروه های همالان ممکن است در تعارض و تناقض با یکدیگر باشند. علاوه بر این نظریه های اجتماعی شدن چشم خود را بر توانایی افراد در نفی یا جرح و تعدیل توقعات اجتماعی مرتبط با نقش های جنسی می بندند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۵۸).

موردادک بر مبنای مطالعه چند فرهنگی بیش از ۲۰۰ جامعه، به این نتیجه رسید که تقسیم جنسی کار در همه فرهنگ ها وجود دارد (Murdock, ۱۹۴۹). تالکوت پارسونز، متفکر پیشرو کارکردگرا، به نقش خانواده در جوامع صنعتی پرداخته است (Parsons and Bales, ۱۳۵۶). او مخصوصاً به اجتماعی شدن کودکان توجه داشت و معتقد بود که خانواده های مستحکم و حمایتگر کلید اجتماعی شدن موفقیت آمیز هستند. از دید پارسونز، بیشترین بازده و کارایی خانواده هنگامی است که تقسیم جنسی کار به صورت شفاف و واضح چنان باشد که زنان نقش های عاطفی یعنی تأمین مراقبت و امنیت برای کودکان و حمایت عاطفی از آنها را بر عهده داشته باشند. از طرف دیگر، مردان باید نقش های ابزاری را بر عهده داشته باشند؛ یعنی نان آور خانواده باشند.

جان بولبی (Bowlby, ۱۹۵۳) نیز دیدگاه کارکردگرایانه ای به پرورش کودکان دارد، استدلال وی این است که مادر نقش حیاتی در اجتماعی شدن اولیه کودکان دارد. اگر مادر غایب باشد، یا کودک در خردسالی از مادر جدا شود - وضعیتی که آن را محرومیت از مادر می نامند - کودک در معرض خطر اجتماعی شدن ناقص قرار می گیرد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۶۶).

تالکوت پارسونز (Talcott Parsons) در تحلیل خود پیرامون تقسیم کار جنسیتی بین زن و شوهر عمدتاً به خانواده هسته‌ای طبقه متوسط آمریکایی توجه دارد، هر چند از داده‌های پژوهش‌های میان فرهنگی نیز سود جسته است. پارسونز بر نقش محوری تقسیم کار جنسیتی بر حفظ وحدت و انسجام خانواده تأکید کرده است. تقسیم کاری که وظایف شغلی، کسب درآمد و رهبری خانواده را بر عهده شوهر/ پدر و وظایف خانه‌داری و کدبانوگری را بر عهده همسر/ مادر قرار می‌دهد. به باور وی، این الگو به بهترین شکل، زمینه ایفای کارکردهای اصلی خانواده یعنی تثبیت شخصیت بزرگسالان و جامعه‌پذیری کودکان را فراهم می‌کند و این امر در ثبات و یکپارچگی خانواده و در نتیجه، در یکپارچگی اجتماعی نقشی اساسی دارد. تابعیت زنان نسبت به مردان در جوامع سرمایه‌داری از نظر کارکردی برای حفظ انسجام خانواده و انسجام خانواده نیز برای حفظ ساختار طبقاتی این جوامع ضرورت دارد. حفظ ساختار طبقاتی نیز برای تضمین اینکه ساختار اجتماعی همچنان که هست باقی می‌ماند، ضروری است (Harvey & MacDonald, ۱۹۹۳: ۱۹۷). از دید پارسونز بیشترین بازده و کارایی خانواده هنگامی است که تقسیم جنسی کار به صورت شفاف و واضح چنان باشد که زنان نقش‌های عاطفی (expressive role)، یعنی تأمین مراقبت و امنیت برای کودکان و حمایت عاطفی از آنها را بر عهده داشته باشند. از طرف دیگر، مردان باید نقش‌های ابزاری (instrumental role) را بر عهده داشته باشند؛ یعنی نان‌آور خانه باشند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۶۵).

به عقیده پارسونز، زنان بنا بر نقش بیولوژیکشان در تولیدمثل، گزینه‌ای برای پرورش دیگران دارند و این گزینه آنها را برای ایفای نقشی پراحساس در خانواده هسته‌ای، کاملاً شایسته می‌سازد. این نقش پراحساس، مستلزم توجه و رسیدگی به نیازهای جسمی و روحی تمام اعضای خانواده، به ویژه فرزندان است. فمینیست‌ها در مقابل آرای گفته شده واکنش نشان داده‌اند. آنها بر این باورند که یا این نظریه که بیولوژی تعیین‌کننده ویژگی‌های زن و مرد است، «ذات‌گرایی بیولوژیک» برای منافع زن و مرد زیانبار است. آنان به طور کلی با این ایده که زن و مرد دو مقوله متفاوت هستند، به مقابله برخاسته‌اند. (به نقل از باستانی، ۱۳۸۷: ۴۸).

در میان نظریه‌های روان‌شناختی، برخی نظریه‌های روانکاوی جایگاه مهمی در مباحث جنسیتی کسب کرده اند. بر حسب نظریه چودورو که تعدیلی بر نظریه فروید به‌شمار می‌آید، در اولین مرحله جامعه پذیری، کودکان هر دو جنس با مادر ند سازی شخصی می‌کنند، ولی در ادامه پسر ناگزیر می‌شود با ندسازی با پدر، نقش‌های مردانه را پذیرا شود. طی فرایند جامعه پذیری، مادران پسران خود را تشویق می‌کنند که از آنان جدا شوند و به آنها کمک می‌کنند تا هویتی مردانه را در خود بسط دهند که متکی به پدر یا جایگزین پدر است، اما دوری پدر از خانه و نپرداختن او به بچه‌داری موجب می‌گردد که ند سازی با پدر به‌جای آنکه ند سازی شخصی با پدر، ارزش‌ها و ویژگی‌های رفتاری او به‌عنوان فرد واقعی باشد، به‌صورت ند سازی موقعیتی، یعنی ند سازی با نقش‌های مردانه پدر به‌عنوان مجموعه‌ای از عناصر انتزاعی در آید. در فرایند دشوار انفکاک پسر از مادر، او هم ابعاد زنانه خود را سرکوب می‌کند و هم یاد می‌گیرد که زنانگی را کم ارزش بداند. اما ند سازی شخصی دختر بچه با مادر می‌تواند تا تکمیل فرایند یادگیری هویت زنانه و نقش‌های وابسته به آن تداوم یابد و این شخصی بودن را حضور مادر در کنار دختر تضمین می‌کند. به این ترتیب، دختران درجه ضعیف‌تری از فردیت یافتن را نسبت به پسران تجربه می‌کنند و در نتیجه، تقسیم کار جنسیتی در خانه از راه دو الگوی یاد شده به‌طور مستمر بازتولید می‌شود و حاصل آن عبارت خواهد بود از تولید مردانی که بیشتر انرژی خود را صرف جهان کار غیر خانوادگی می‌کنند و از پدری‌کردن خودداری می‌ورزند و نیز زنانی که انرژی خود را متوجه پرورش و مراقبت از فرزندان می‌نمایند (چودورو ۱۹۹۷: ۱۹۵ و اورت نر ۱۹۹۸: ۳۸-۳۷)

۴) برساخت اجتماعی جنسیت و جنس

این نظریه پردازان این استدلال را مطرح می‌کنند که ما باید هم جنس و هم جنسیت را محصولاتی در نظر بگیریم که به صورت اجتماعی برساخته می‌شوند؛ نه فقط جنسیت یک آفریده کاملاً اجتماعی است که فاقد «جوهر» ثابت است، بلکه حتی بدن انسان نیز دستخوش نیروهای اجتماعی است که به شیوه‌های گوناگون به آن شکل می‌بخشد و آن را تغییر می‌دهند. ما می‌توانیم به بدن خود معنایی بدیهم که بر خلاف چیزی باشد که معمولاً «طبیعی» پنداشته می‌شود. افراد می‌توانند هر طور که دلشان می‌خواهد بدن خود را برسازند و این برساختن را تکرار کنند؛ از تمرین‌های ورزشی تا رژیم‌های غذایی، و از سوراخ کردن و خالکوبی، تا جراحی پلاستیک و عمل‌های تغییر جنس. فناوری موجب برهم خوردن مرزهای پیکر فیزیکی ما می‌شود. بنابراین بدن انسان و زیست‌شناسی انسان از «پیش‌داده» نیستند، بلکه تابع عاملیت انسان و انتخاب شخصی در متن و زمینه‌های اجتماعی مختلف اند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۶۰-۱۶۳).

۵) نظریه های نابرابری جنسیتی

پژوهش و تبیین نابرابری جنسیتی یکی از علائق اصلی جامعه شناسان شده است. دیدگاه های نظری متعددی مطرح شده اند تا سلطه پابرجای مردان بر زنان را تبیین کنند. فمینیست ها ادعای وجود هر گونه شالوده زیست شناختی برای تقسیم جنسی کار را به باد انتقاد گرفته اند، بنا به استدلال آنها تخصیص کارها ئی نظایف در جامعه هرگز جنبه طبیعی یا اجتناب ناپذیر ندارد. زنان نه بر مبنای خصوصیات زیست شناختی بلکه به دلیل اجتماعی شدن در نقش هایی که به لحاظ فرهنگی از آنها انتظار می رود، از تعقیب برخی مشاغل منع می شوند.

نهضت های فمینیستی موجب پیدایش مجموعه بزرگی از نظریه هایی شده است که می کوشند نابرابر های جنسیتی را تبیین کنند و دستور العمل هایی برای غلبه بر این نابرابری ها تدوین کنند. عمده ترین استدلال های سه گانه فمینیستی شامل فمینیسم لیبرال، رادیکال و سیاه می باشد.

فمینیسم لیبرال، تبیین نابرابری های جنسیتی را در ایستارهای اجتماعی و فرهنگی جستجو می کند. آنها بر خلاف فمینیست های رادیکال، فرودستی و انقیاد زنان را بخشی از نظام یا ساختار وسیع تر نمی دانند. آنها توجه خود را صرف ایجاد و حمایت از فرصت های برابر برای زنان از طریق قانونگذاری و سایر روش ها و ابزارهای دموکراتیک می کنند.

فمینیسم رادیکال: این عقیده جوهره فمینیسم رادیکال است که مردان مسئول استثمار و بهره کشی از زنان هستند و از آن نفع می برند. تحلیل پدرسالاری - سلطه نظامند مردان بر زنان - گرایش اصلی این شاخه از فمینیسم است. آنها معتقدند که پدرسالاری به نحوی شامل تملک بدن و گرایش جنسی زنان توسط مردان است.

فمینیسم سیاه: ناخشنودی از شکل های موجود فمینیسم به پیدایش فمینیسم سیاه منجر شده است که توان و توجه خود را روی مسائل خاصی متمرکز می کند که زنان سیاه پوست با آنها مواجه اند. بنابراین ادعای فمینیست های سیاه این است که هر نظریه ای در باب برابری جنسیتی که نژادپرستی را در نظر نگیرد، نمی تواند ظلم و ستمی را که بر زنان سیاه می رود، به نحو کافی تبیین کند. ابعاد طبقاتی نیز عامل دیگری است که در مورد بسیاری از زنان سیاه نمی توان از آن چشم پوشید. برخی از فمینیست های سیاه معتقدند که نیرو و قوت نظریه فمینیستی سیاه توجه به تعامل میان علائق نژادی، طبقاتی و جنسیتی است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۷۳).

سوم؛ نظریه های جنسیت از منظر ریتزر

نظریه ریتزر در زمینه نظریه های فمینیستی در دوران معاصر در پاسخ به دو سوالی است که همه این نظریه ها را به هم پیوند می زند: نخست، این پرسش توصیفی که درباره زنان چه می دانیم؟ و دوم، این پرسش تبیینی که چرا وضع زنان به این صورت است؟ الگوی پاسخ به نخستین پرسش توصیفی، مقوله های اصلی طبقه بندی ما را فراهم می سازد. اساساً سه پاسخ برای پرسش نخستین وجود دارد. نخستین پاسخ این است که جایگاه و تجربه زنان در بیشتر موقعیت ها، با جایگاه و تجربه مردان در موقعیتها تفاوت دارد. با توجه به این واقعیت، بررسی هایی که در این مورد انجام می گیرند بر جزئیات این تفاوت تأکید دارند. پاسخ دوم این است که جایگاه زنان در بیشتر موقعیت ها نه تنها متفاوت از جایگاه مردان بلکه از آن کم بهتر و با آن نابرابر است. بنابراین کانون توصیف بعدی، ماهیت این نابرابری است. پاسخ سوم، این است که این موقعیت زنان را باید بر حسب رابطه قدرت مستقیم میان مردان و زنان درک کرد. زنان تحت ستم قرار دارند، یعنی تحت قیدوبند، تابعیت، تحمیل و سو استفاده و بدرفتاری مردان به سر می برند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۴۶۸).

از این رو، جامعه شناسی جنسیت که به نقش ها، روابط و هویت های اجتماعی مردان و زنان اطلاق می شود و از سویی عامل جنسیت را تنها به عنوان یکی از متغیرهای موجود در روابط و ساختارهای اجتماعی در نظر می گیرند.

رویکرد فمینیستی: از منظر فمینیستی که ویژگی های بنیادی زندگی اجتماعی و تجربه انسانی را از چشم انداز یک زن ارائه می کند. می توان انواع گوناگون نظریه های فمینیستی را به سه نظریه تفاوت، نابرابری و ستمگری جنسیتی طبقه بندی کرد:

الف) نظریه های تفاوت جنسیتی: این نظریات معتقدند که جایگاه و تجربه زنان در بیشتر مواقع با مردان در موقعیت ها تفاوت دارد. در واقع، تجربه کلی زندگی زنان از کودکی تا پیری تفاوت بنیادی با تجربه مردان دارد. که از طریق تبیین های زیست شناختی، نهادی و اجتماعی - روان شناختی به بررسی تفاوت های جنسیتی پرداخته می شود. ب) نظریه های نابرابری جنسیتی: این نظریات بیان می دارند که جایگاه زنان در بیشتر موقعیت ها، نه تنها متفاوت از جایگاه مردان، بلکه از آن کم بهتر و با آن نابرابر است. به عبارتی زنان در مقایسه با مردانی که در جایگاه اجتماعی زنان جای دارند، از منابع مادی، منزلت اجتماعی، قدرت و فرصت های کمتری برخوردارند. از سویی آنها بر این عقیده اند که دگرگون ساختن موقعیت زنان امکان پذیر است که دو گونه آن فمینیسم لیبرالی و فمینیسم مارکسیستی است. ج) نظریه های ستمگری جنسیتی: در این رویکرد زنان علاوه بر نابرابر بودن و تفاوت داشتن از مردان، تحت ستم نیز قرار دارند که در مقابل آن الگوی پدرسالاری است.

بدین ترتیب جامعه شناسان به نظریه های تفاوت و نابرابری جنسی و نظریه پردازان فمینیست به نظریه های ستمگری گرایش دارند. از سویی جامعه شناسی فمینیستی می خواهد بفهد که انسانها چگونه به نظرهایشان درباره واقعیت اجتماعی می رسند، چگونه این نظریه ها را با وجود عقاید و دلایل به ظاهر متناقض توجیه می کنند، چگونه بر پایه این نظریه ها عمل می کنند، چگونه رفتار خودشان را با موقعیت اجتماعی شان سازگار می کنند و در نهایت می خواهد بنیاد نظری بر پایه کنش عملی فراهم سازد و خواهان یک مباحثه برابرگرایانه اند. که از طریق قضیه ای دیاکتیک فمینیستی، تاثیر ساختار اجتماعی و ایدئولوژی، معنی و سطح ذهنی نظم اجتماعی کلان و خرد به روابط فرودست و فرادست بین روابط زنان و مردان اشاره دارد. در واقع نظریه جامعه شناختی فمینیستی با تکیه بر تجربه زنان به عنوان افراد زیر دست، شیوه های نگهداشت جهان کلان، بوسيله گروه زیردست که از طریق کنش های متقابل در سطح خرد انجام می گیرد و نیز شکل گیری این فعالیت نگهدارنده بوسيله الزامهای ساختار کلان تسلط را ردیابی می کند. بدین سان نظریه جامعه شناختی فمینیستی مرز مشترک متقابل خرد و ساختار کلان را تحلیل می کند و جهان اجتماعی از طریق ساختار کلان مسلط و کنش مشترک خرد ساخته و پرداخته می شود. رویکرد فمینیسم رادیکال الگوی جنسیتی تقسیم کار بر حسب کارکردهای مثبت آن برای طبقه مردان تبیین می کند. از این منظر علت تدام این الگو، بهره ای که مردان از آن می برند؛ زیرا در این الگو تقسیم کار همه زنان در خدمت همه مردان و تأمین نیازهای آنان قرار می گیرند (بیلتون و همکاران، ۱۹۸۱: ۳۵۱ به نقل از بستان، ۱۳۸۵). در مجموع ملاحظه می گردد که عوامل زیستی، روانی و اجتماعی در فرایندی از کنش متقابل باعث شکل گیری نقش های جنسیتی می شوند. فمینیست های رادیکال در تبیین علی نابرابری جنسی به طور عام و تقسیم جنسیتی نقش ها به طور خاص بر عنصر پدرسالاری تکیه می کنند. آن اوکلی (Ann Oakley) تقسیم کار جنسیتی در خانه به ویژه نماد آشکار آن یعنی مادری را اسطوره ای پدر سالارانه می داند که نهادهای فرهنگی جامعه در پیدایش و تقویت آن بیشترین سهم را دارند. وی آرا و نظریه های رفتارشناسان، مردم شناسان، جامعه شناسان و روان شناسان کودک در خصوص این موضوع را در راستای ترویج این اسطوره ارزیابی می کند. به گفته وی، گروه نخست برای تقسیم کار جنسیتی منشأ زیست شناختی قائلند؛ گروه دوم بر پایه پژوهش های میان فرهنگی بر جهان شمول بودن پدیده تقسیم کار جنسیتی تأکید می ورزند؛

گروه سوم به ویژه کارکردگرایان، کارکردهای اجتماعی مثبت آن را مورد تأکید قرار می دهند و گروه چهارم یعنی روان شناسان کودک نیز همواره بر این مطلب تأکید کرده اند که کودک نه به پدر، بلکه به مادر خود نیازمند است. به این ترتیب، اسطوره ای که تنزل جایگاه زن به نقش خانگی را امری طبیعی، جهان شمول و ضروری می داند، از راه استناد به پژوهش های علمی، برای خود کسب اعتبار و مقبولیت کرده است.

اوکلی ضمن مناقشه در نتایج این پژوهش‌ها، جانبداری به‌ظاهر علمی از ادعاهای یاد شده را ناشی از این واقعیت می‌داند که پژوهشگران این رشته‌ها، ارزش‌های محیط فرهنگی خود را پذیرفته و درونی کرده‌اند، ارزش‌هایی که تقسیم کار جنسیتی در خانه به‌ویژه اختصاص نقش مادری به زنان و نقش پدری به مردان از مهم‌ترین آنها به‌شمار می‌آیند (اوکلی، ۱۹۷۶: ۶۸، ۱۵۸-۱۵۷).

چهارم؛ تبیین نقش‌های جنسیتی با نگرشی اسلامی از منظر بستان

متون اصلی اسلام به‌طور مستقیم و با زبان علمی به تبیین عوامل شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی نپرداخته‌اند، ولی با تأمل در مجموعه احکام و توصیه‌های دینی، مفروضات و ملزومات و لوازم آنها می‌توان دیدگاهی را استنباط کرد که در بردارنده تبیینی چند علتی است. هر یک از علل و عناصر این تبیین در نظریه‌های پیشین به‌گونه‌ای مورد توجه قرار گرفته است، با وجود این کوشش خواهیم کرد این علل مختلف را بر اساس آنچه از گزاره‌های دینی مستفاد می‌شود و در قالب یک چارچوب نظری منسجم بازبینی و تحلیل کنیم.

بر حسب این چارچوب نظری، مجموعه‌ای از عوامل زیستی، روانی و اجتماعی در فرایندی از کنش متقابل باعث شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی می‌شوند. عوامل زیستی به تفاوت‌های طبیعی زن و مرد به‌ویژه در سه محور قابلیت‌های تولید مثل، قدرت بدنی و امیال جنسی اشاره دارند. عوامل روانی به تفاوت الگوهای رشد شخصیت دختر و پسر و به‌طور ویژه، تفاوت زن و مرد در بروز احساسات و تعقل ناظرند و عوامل اجتماعی نیز عوامل فرهنگی، حقوقی و اقتصادی را دربر می‌گیرند. به‌منظور روشن شدن سهم هر یک از این عوامل در تفکیک جنسیتی نقش‌ها توضیحی پیرامون هر یک لازم به‌نظر می‌رسد.

الف) تفاوت‌های طبیعی زن و مرد، گذشته از قابلیت‌های تولید مثل، در دو محور قدرت بدنی و امیال جنسی از دیدگاه اسلام مسلّم و غیر قابل تردید است (بستان، ۱۳۸۲: ۷۵-۷۷)، اما اسلام در مورد چگونگی تأثیرگذاری این تفاوت‌ها بر شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی نگرشی جبرگرایانه ندارد و این احتمال را نمی‌پذیرد که تفاوت‌های فطری و طبیعی زن و مرد به‌ویژه تفاوت در قدرت جسمی و نیز اقتضائات بارداری، زایمان و شیردهی توسط زنان به‌طور اجتناب‌ناپذیر آنان را به سوی فعالیت‌های محدودتر و نیازمند تحرک کمتر سوق داده و به حمایت‌های مردان وابسته ساخته باشد.

گواه این مدعا احادیث متعددی است که تلویحاً بر جنبه های ارادی و اختیاری تفکیک جنسیتی نقش‌ها دلالت دارند؛ احادیثی که نقش‌های مادری و همسری را نقش‌های برتر زنان معرفی کرده‌اند (الحر العاملی، ج ۱۴: ۱۱۵ و ۱۲۳)؛ احادیثی که کمک شوهر به زن در کارهای منزل را مورد ستایش قرار داده‌اند (ج ۱۲: ۳۹) و احادیثی که مشارکت آزمندانه زنان با شوهران خود در امر تجارت را به‌عنوان یکی از نشانه‌های نکوهیده آخرالزمان پیش‌گویی کرده‌اند (النوری، ج ۱۲: ۳۲۷)، نمونه‌هایی از این دست احادیث می‌باشند. همچنین، تحول پذیری الگوهای تفکیک جنسیتی نقش‌ها با شواهد تاریخی و تجارب معتبر میان فرهنگی به اثبات رسیده است و پیشرفت‌های پزشکی نیز بسیاری از باورهای گذشته در مورد ثابت و اجتناب ناپذیر بودن بسیاری از ویژگی‌های جنسی را منسوخ نموده‌اند. روشن است که یافته‌های علوم تجربی می‌توانند به‌عنوان قرآینی بر فهم متون دینی تلقی شوند و این یکی از اصول روش‌شناختی مطالعات دینی است. بنابراین نمی‌توان دیدگاهی جبرگرایانه را به اسلام نسبت داد، بلکه صرفاً می‌توان گفت اسلام وجود برخی پیش‌زمینه‌های فطری برای تمایز جنسیتی نقش‌ها را بدون پذیرش خصلت جبری برای آنها تأیید کرده است. به بیان دیگر، اثر این پیش‌زمینه‌ها در حد گرایش‌هایی است که اگر به حال خود رها شوند، عملاً به تمایز جنسیتی نقش‌ها می‌انجامند، اما موانع بیرونی می‌توانند تأثیر آنها را متوقف یا زایل سازند. آری، می‌توان نقش‌های متمایز زن و مرد در طول تاریخ را که در امتداد ویژگی‌های طبیعی دو جنس شکل گرفته‌اند، با تحلیلی کارکردی تبیین کرد. برحسب این تحلیل، تفاوت‌های طبیعی زن و مرد به‌ویژه در سه محور یاد شده همواره باعث گردیده‌اند تمایز جنسیتی نقش‌ها دارای کارکردهای مثبت اجتماعی باشد و با ساختار جسمانی و شرایط زیستی زن و مرد تناسب بیشتری داشته باشد. با در نظر گرفتن اوضاع اجتماعی و فرهنگی و سطح پیشرفت تکنولوژیک در دوران‌های گذشته، پذیرش این ادعا دشوار نیست، به‌ویژه اگر عواملی همچون بالا بودن میزان باروری و تولید مثل و محدودیت‌های ناشی از آن، وابستگی بیشتر حرفه‌ها و مشاغل به قدرت بدنی و پذیرش عمومی ارزش‌هایی مانند حیا و عفت به‌ویژه در مورد زنان را به‌یاد آوریم. در چنین اوضاع و احوالی، تفکیک جنسیتی نقش‌ها بهترین گزینه برای دستیابی جوامع بشری به اهدافی همچون آرامش روانی همسران، تربیت مطلوب فرزندان، گردش امور اقتصادی و سلامت اخلاقی جامعه بوده است.

ب) از میان نکاتی که در نظریه‌های روان‌شناسی فردی و اجتماعی به آنها توجه شده، یادگیری نقش‌های جنسیتی از راه‌اندازی کودک با والد همجنس خود و نیز شرطی‌سازی کودک به کمک پاداش و تنبیه، نکته‌ای است که از نگاه دینی می‌توان آن را مسلم‌انگاشت، زیرا با توجه به وجود تجارب قطعی در این خصوص به‌ضمیمه حجیت ذاتی قطع، حتی اگر دلایل خاص درون دینی بر این نکته در دست نباشد، می‌توان در تبیین دینی از آن بهره جست.

از این موضوع که بگذریم، تفاوت روان شناختی مرد و زن از جهت غلبه تعقل در مرد و غلبه عواطف در زن، جنبه مهمی از تبیین اسلامی را تشکیل می دهد. در دیدگاه اسلام، وجود چنین تفاوتی مفروض گرفته شده است (الحر العاملی، ج ۱۴: ۱۱ و المجلسی، ج ۳۲: ۷۳ و ۱۰۶ و ج ۱۰۳: ۲۲۸)، هرچند در مورد منشأ این تفاوت، گزاره دینی معتبر و صریحی نیافته ایم از این رو با دو فرض روبرو هستیم: نخست آنکه این تفاوت به طبیعت و زیست‌شناسی مرد و زن اسناد داده شود و دوم آنکه ترتیبات اجتماعی خاصی که اسلام نیز در راستای تحقق جامعه مطلوب خود، ارزش‌گذاری مثبتی در باره آنها داشته است، منشأ این تفاوت قلمداد شود و این فرض اخیر مستلزم آن است که نقش‌های جنسیتی را هم علت و هم معلول تفاوت مزبور بدانیم، به این بیان که نقش‌های جنسیتی در مرحله‌ای موجب شکل‌گیری این تفاوت‌های ادراکی و عاطفی بین زن و مرد می شوند و در مرحله‌ای دیگر، همین تفاوت‌ها نقش‌های جنسیتی را بازتولید می‌کنند. البته از برخی روایات ضعیف‌السند فرض نخست استفاده می‌شود (الحر العاملی، ج ۱۸: ۲۴۵ و النوری، ج ۱۴: ۲۸۶) و اندیشمندان مسلمان نیز معمولاً همین فرض نخست را پذیرفته اند. از جمله علامه طباطبایی (ره) احساسات لطیف‌تر زنان و غلبه اندیشه ورزی در مردان را به عوامل فیزیولوژیک مانند کوچک‌تر بودن اندازه مغز زن و ضعیف‌تر بودن قلب، شریان‌ها، اعصاب و عضلات وی در مقایسه با مرد ارتباط می‌دهد (طباطبایی، ۱۳۸۴، ص ۵۵). با این همه، بار دیگر باید تأکید کنیم که حتی اگر این فرض را نظر قطعی اسلام بدانیم، تأثیر زیست‌شناسی را غیر جبرگرایانه تلقی می‌کنیم، به این معنا که در حوزه عواطف و ادراکات، زن و مرد صرفاً دارای برخی استعدادهای طبیعی متفاوتند که چگونگی فعلیت یافتن آنها تا حدی به شرایط اجتماعی بستگی دارد. اگر دخالت عوامل بیرونی در کار نباشد، این استعدادها به فعلیت می‌رسند و تفاوت‌هایی را هر چند اندک بین زن و مرد به بار می‌آورند، اما با تغییر و تصرف در الگوی رشد شخصیت دختران و پسران می‌توان برخلاف جهت آن استعدادهای طبیعی حرکت کرد، گرچه از نظر ارزشی، اسلام این جهت‌گیری را مردود می‌شمارد.

این تفسیر با وجود آنکه از نظر انکار جبرگرایی با دیدگاه فمینیست‌های لیبرال و دیگر فمینیست‌های محیط‌گرا همخوانی دارد، اما با مفروض گرفتن استعدادهای طبیعی متفاوت از دیدگاه اخیر متمایز می‌گردد، زیرا بر حسب این دیدگاه، چنانچه دخالت عوامل بیرونی در کار نباشد، ویژگی‌های ادراکی و عاطفی یکسانی بین زن و مرد پدید می‌آید و اگر تفاوتی در این ویژگی‌ها مشاهده می‌شود، به سبب دخالت عوامل بیرونی است (تانگ، ۱۹۹۷: ۱۴).

با این توضیح، استدلال مرحوم علامه طباطبایی در رد دیدگاه محیط‌گرایی در معرض تردید قرار خواهد گرفت. بر طبق این استدلال، به دلیل بی‌توجهی به تفاوت‌های طبیعی ادراکی و عاطفی بین زن و مرد، تلاش ده‌ها ساله جوامع غربی در جهت برقراری تساوی بین زن و مرد با ناکامی روبرو شده و زنان برحسب آمارهای جهانی هیچ‌گاه نتوانسته‌اند در مشاغلی مانند قضاوت و مدیریت سیاسی با مردان رقابت کنند (طباطبایی، ۱۳۸۴، ص ۵۹). اما مسئله این است که چگونه می‌توان به ادعای محیط‌گرایان مبنی بر تداوم تأثیرگذاری عوامل بیرونی پاسخ داد. کسانی که حتی مراقبت مادرانه را جزء عوامل بیرونی می‌دانند، تحقق تساوی جنسی واقعی را انکار می‌کنند و به علاوه، به شواهدی در باب میزان فزاینده دستیابی زنان به این گونه مشاغل و مناصب استناد می‌کنند که در زمان حیات مرحوم علامه هنوز به فعلیت نرسیده بودند.

شایان ذکر است که در تبیین دینی می‌توان از برخی تفاوت‌های روان‌شناختی زن و مرد که شواهد تجربی قطعی به ضمیمه اشاراتی در متون دینی، اصل وجود آنها و تأثیر عوامل طبیعی در بروزشان را به اثبات رسانده‌اند، نیز بهره جست. اگر چه در متون دینی به آنها تصریح نشده باشد که تفاوت زن و مرد از نظر میزان خشونت و پرخاشگری از جمله این تفاوت‌هاست. الینور مک‌کابی [۱] و کارول جکلین [۲] دو تن از پژوهشگران فمینیست که به منظور تمییز نهادن بین تفاوت‌های جنسی واقعی و تفاوت‌های موهوم کلیشه‌ای بیش از ۱۵۰۰ تحقیق را بازنگری کردند، به این نتیجه رسیدند که چهار مورد از تفاوت‌ها همواره از پشتوانه شواهد تجربی برخوردار بوده‌اند و یکی از این چهار مورد همین نکته بوده است که مردان چه از نظر فیزیکی و چه از نظر کلامی پرخاشگرتر از زنانند و این تفاوت از سن دو سالگی آشکار می‌گردد (شافر، ۱۹۹۳: ۴۹۱). در مورد منشأ این تفاوت نیز پژوهشگران، میزان بیشتر هورمون مردانه (تستوسترون) در مردان را عامل مؤثر در رفتارهای پرخاشگرانه تر آنان دانسته‌اند (بارون و بیرون، ۱۹۹۷: ۱۸۶).

ج) بدون شک، عوامل فرهنگی و حقوقی با قطع نظر از ارزش‌گذاری‌های مثبت یا منفی در باره آنها نقشی محوری در تمایز جنسیتی نقش‌ها ایفا کرده‌اند و مبارزه فرهنگی اسلام با باورها، قوانین و آداب و رسوم خرافی دوران جاهلیت مانند محرومیت زنان از ارث، جواز نامحدود چند زنی و زنده‌به‌گور کردن دختران (طباطبایی، ۱۳۸۴: ۳۷) که برای زنان موقعیتی پست به بار آورده بودند، بر پایه همین پیش‌فرض یعنی تأثیرگذار بودن عوامل فرهنگی و حقوقی در این حوزه استوار است.

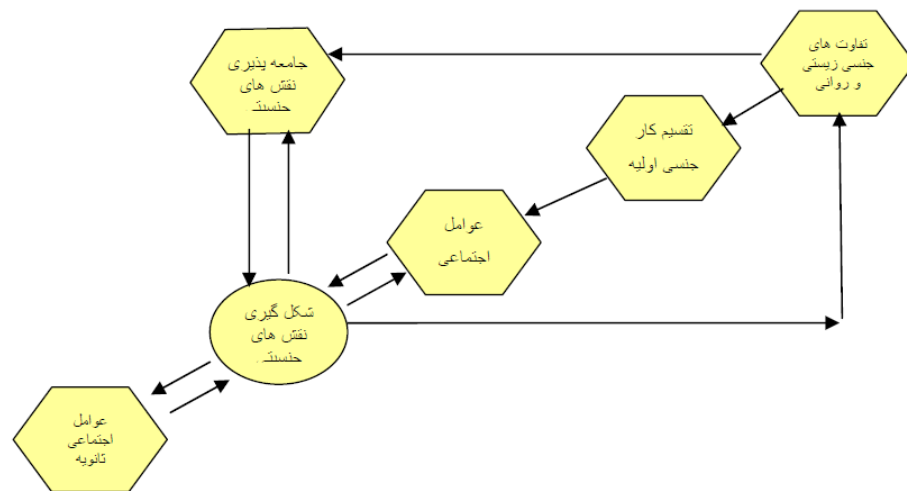
در ارتباط با نقش عوامل اقتصادی نیز گرچه تبیین تک علتی مارکسیستی را که همه روساخت‌های اجتماعی از جمله نظام روابط جنسیتی را به مالکیت سرمایه و ابزار تولید ارجاع می‌دهد، مردود می‌دانیم، اما می‌توان در تأیید این فرضیه محدودتر که کنترل ثروت توسط مردان در تمایز جنسیتی نقش‌ها به‌ویژه اختصاص نقش‌های مدیریتی به مردان تأثیرگذار بوده است، به برخی گزاره‌های دینی استشهاد کرد؛ قرآن کریم می‌فرماید: «مردان به سبب قابلیت‌های بیشتری که خداوند به ایشان عطا کرده و به سبب آنکه از اموالشان [در قالب مهریه و نفقه واجب] انفاق می‌کنند، عهده دار سرپرستی زنان هستند» (نساء: ۳۴). گرچه ظاهر این آیه بیان حکم تشریحی است، نه توصیف و تبیین امور عینی، ولی از آنجا که انفاق مردان از اموال خویش را به عنوان یکی از دو علت اعطای نقش سرپرستی به آنان قرار داده، اشاره‌ای ضمنی به فرضیه بالا دارد. نیازی به توضیح نیست که حتی اگر کسی نظر مشهور فقها و مفسران مبنی بر دلالت آیه بر سرپرستی مردان بر زنان را نپذیرد و واژه قوامیت را بر معانی دیگری مانند حمایت، مراقبت و رسیدگی حمل کند، باز هم نمی‌تواند در استشهاد به این آیه در بحث کنونی مناقشه کند، زیرا موضوع این بحث، تمایز جنسیتی نقش‌ها است که آیه شریفه بنابر همه معانی بر آن دلالت دارد.

(د) با در نظر گرفتن نکات بالا به تبیینی چند علتی در باب نقش‌های جنسیتی می‌رسیم که می‌توان آن را در قالب مدلی ترسیم نمود. بر حسب این مدل، تأثیر تفاوت‌های زیستی و روانی مرد و زن بر شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی، تأثیری بی‌واسطه نیست و جنبه اعدادی دارد، یعنی این تفاوت‌ها زمینه را برای تمایز نقش‌ها فراهم می‌کنند و به تعبیر دیگر، گرایشی به سمت این نقش‌ها ایجاد می‌کنند و تنها پس از دخالت عوامل اجتماعی است که نقش‌های جنسیتی به معنای دقیق این اصطلاح شکل می‌گیرند.

در مورد عوامل اجتماعی این پرسش مطرح می‌شود که آیا این عوامل از نظر مراحل تاریخی، پیش از شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی یا پس از آن پدید آمده‌اند؟ در پاسخ، گونه که مدل بالا نشان می‌دهد، می‌توان دو دسته از عوامل اجتماعی را شناسایی کرد: عوامل اجتماعی اولیه که پیش از شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی حضور داشته و به اصطلاح حکما، جزء علل موجد این نقش‌هایند و عوامل اجتماعی ثانویه که هرچند از نظر تحقق خارجی نسبت به بروز نقش‌های جنسیتی تأخر دارند، اما در تقویت و بازتولید این نقش‌ها مؤثرند و به اصطلاح، جزء علل مُبقیه آنها هستند. اما تعیین مصادیق این دو دسته به نزاع کلاسیک ماده گرایان و فرهنگ گرایان باز می‌گردد. مارکسیست‌ها به‌عنوان مدافعان اصلی ماده گرایی، عوامل اجتماعی اولیه را بر عوامل اقتصادی تطبیق می‌کنند، اما دیدگاه‌های رقیب، آنها را بر باورها و ارزش‌های اجتماعی منطبق می‌دانند و عوامل اقتصادی و احتمالاً عوامل حقوقی را در گروه عوامل اجتماعی ثانویه جای می‌دهند. به هر تقدیر، در این بحث صرفاً با فرضیه‌های تأیید نشده روبرو هستیم و هنوز نمی‌توان اظهار نظری قطعی در این باره داشت.

نکته دیگر این است که ارتباط عوامل زیستی و روانی با نقش‌های جنسیتی صرفاً ارتباطی یکسویه نیست، بلکه به رغم پذیرش تأثیر علی تفاوت‌های زیستی بر تمایز نقش‌ها می‌توان تمایز نقش‌ها را نیز در تقویت پاره‌ای از تفاوت‌های جنسی مؤثر دانست. پیش از این در مورد احتمال تأثیر نقش‌های جنسیتی در بروز تفاوت‌های ادراکی و عاطفی بین مرد و زن توضیحی داده شد، ولی مشابه این احتمال در مورد دیگر تفاوت‌های زیستی دو جنس به ویژه تفاوت در قدرت بدنی و امیال جنسی نیز قابل طرح است، به این معنا که نقش‌های جنسیتی ممکن است در طول زمان در تقویت این تفاوت‌ها تأثیر گذاشته باشند.

آخرین نکته نیز تأکید بر اهمیت یادگیری یا جامعه‌پذیری نقش‌های جنسیتی در بازتولید این نقش‌ها در خانواده و در جامعه است. ارتباط میان جامعه‌پذیری نقش‌های جنسیتی و تفاوت‌های جنسی در دو جنبه تصویر شده است؛ جنبه نخست، تأثیر اعدادی و با واسطه تفاوت‌های جنسی بر جامعه‌پذیری نقش‌های جنسیتی است که مسیر آن از کانال عوامل اجتماعی می‌گذرد، اما جنبه دوم، ناظر به تأثیر بی‌واسطه تفاوت‌های جنسی است، زیرا گونه‌ای که آلیس رُسی جامعه‌شناس فمینیست یادآور شده، روان‌شناسی و زیست‌شناسی زنان که دوره ماهانه و بارداری را در بر می‌گیرد، می‌تواند مستلزم آن باشد که دختران همواره بیش از پسران با مادران خود ند سازی کنند؛ تفاوت زیست‌شناسی پسر با زیست‌شناسی مادر باعث می‌شود که او همواره فاصله بیشتری را با مادرش حفظ کند (تانگ، ۱۹۹۷: ۱۵۹) و به این ترتیب، فرضیه‌ای که یکسان‌سازی الگوی جامعه‌پذیری دختر و پسر را موجب یگانگی هویت و نقش‌های زنان و مردان می‌داند، دست کم مورد تردید قرار می‌گیرد.



نمودار ۵: نقش‌های جنسیتی با نگرشی اسلامی

چارچوب مفهومی پژوهش

در یک پژوهش علمی برای توصیف مفاهیم و متغیرهای مورد سنجش نیازمند استفاده از «چارچوب مفهومی» هستیم تا در قالب الگویی نظامند و مشخص بتوان مطالعه را پیش برد. در مقابل چنانچه از یک یا چند نظریه برای تحلیل و تبیین یک موضوع استفاده کنیم از «چارچوب نظری» بهره گرفته می شود. در این مطالعه به خاطر ماهیت توصیفی کار از چارچوب مفهومی برای پیمایش ارزش ها و نگرش های زنان استفاده خواهد شد.

بر این اساس برای تهیه چارچوب مفهومی تحقیق از نظریه نظام کنش کمک گرفته ایم. در واقع یک جامعه از عناصری مهمی چون: فرهنگ، نهادهای اجتماعی، ساختار اجتماعی و کنش ها تشکیل شده است (شارون، ۱۳۸۹). در این میان فرهنگ ها دربرگیرنده قواعد، باورها، ارزشها و قوانینی هستند که در قالب نهادهای اجتماعی و ایفای نقش های در ساختار اجتماعی متجلی می گردد. کنش اجتماعی نیز حاصل تعامل و استدلال با دیگران است که بتدریج معناداری می گردد و با تبدیل شدن به الگوی متداول رفتار در قالب نقش و موقعیت های اجتماعی، نهادهای اجتماعی را سازماندهی می کنند و موجب شکل گیری فرهنگ می گردد. همین ارزش ها و نگرش ها سازوکاری است که وضعیت کنش را تعیین می کند (چلبی، ۱۳۸۳). از این رو، از یک سو می توان گفت که ارزش ها و نگرش رفتار نهادی افراد را تحت تاثیر قرار می دهند و از سوی دیگر همین الگوی متداول رفتار اجتماعی، فرهنگ و ساختار اجتماعی را شکل می دهد که در قالب نهادهای اساسی جامعه مانند نهاد خانواده، دین، دولت، آموزش و پرورش و اقتصاد متجلی می گردد.

در پیمایش ارزش ها و نگرش زنان در شهر تهران، نیز می توان رفتار نهادی زنان را در قالب یکسری از نهادهای اجتماعی مورد مطالعه قرار داد، در عین اینکه ارزش ها و نگرش های فردی و اجتماعی آنها را حمایت و پشتیبانی می کنند. همچنین متأثر از نظریه (رفتار بخردانه) آیزن و همکارانش که رفتار را ناشی از اعتقاد شخص در زمینه نتایج رفتار مشخص، و ارزیابی او از نتایج ممکن و نیز اعتقادات فرد در دستیابی به آن انتظارات می داند، پس می توان گفت ارزیابی فردی و هنجارهای اجتماعی موجب شکل دهی به رفتار فرد می گردد. به تعبیر دیگر چلبی بیان می دارد: «هر رفتار کنشگر، اعم از فردی و جمعی، در هر سطح و هر حوزه ای، به کم و کیف و آرایش فرصت، نیاز، انتظار، و معنا وابسته است. در نخستین تقرب به واقع، ممکن است رابطه رفتار را با چهار سازه مزبور به شکل یک تابع کلی، به صورت ساده شده زیر، تدوین کرد» (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۰۰)؛ یعنی:

(معنا، انتظار، نیاز، فرصت) = f رفتار

بر این اساس مطابق با جدول زیر رفتار نهادی زنان تحت تاثیر نیازها، انتظارات، فرصت ها و معنای جنسیتی آنها می باشد تا از این طریق بتوان به ارزش ها و نگرش های زنان در عرصه های مختلف دست یافت.

جدول ۱: چارچوب مفهومی ارزشها و نگرش های زنان در شهرتهران

ارزش ها و نگرش ها	رفتار نهادی	فرهنگ جامعه
نیاز انتظار فرصت معنا	تشکیل خانواده، نقش های زن، فرزندپروری، ناهنجاریهای اجتماعی، پوشش و حجاب، رفتار مذهبی، رابطه با جنس مخالف، مشارکت مدنی و اجتماعی، مصرف رسانه ای، اشتغال، انگیزه به تحصیل	نهادهای و ساختار اجتماعی

(۱) رفتار نهادی زنان:

با عنایت به وجود هفت نهاد اساسی در جامعه یعنی؛ نهاد خانواده، دولت، دین، اقتصاد، آموزش و پرورش، اقتصاد و رسانه می توان رفتارهای نهادی مهم و مورد دغدغه زیر را برای زنان مورد قرار داد: آمادگی برای ازدواج، معیارهای ازدواج، نقش های زن، فرزندپروری، ناهنجاریهای اجتماعی، پوشش و حجاب، رفتار مذهبی، رابطه با جنس مخالف، گذران اوقات فراغت، میزان خوشبختی، مصرف رسانه ای، وضعیت اشتغال، انگیزه به تحصیل، مشارکت اجتماعی.

(۲) ارزش ها و نگرش های زنان

مطابق مباحث نظری مطرح شده، ارزش های و نگرش های زنان پیرامون یک کنش نهادی تحت تاثیر چهار عنصر می باشد که در زیر به توضیح آنها پرداخته می شود.

۱) فرصت: به امکانات و موقعیت هایی که منجر به شکل گیری یک رفتار نهادی می گردد اطلاق می گردد. «به دنبال پنداشت چهار بُعدی از جامعه (اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی) و مفهوم چهار بُعدی از انسان (انسان اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و شناختی) می توان برای فرصت ها نیز چهار بعد اصلی قائل شد (چلبی، ۱۳۷۵). این ها عبارتند از: الف) فرصت های مادی: این فرصت های در ارتباط با محیط درونی و بیرونی انسان به دو دسته عمده قابل تقسیم اند: ۱- مواهب زیستی - روانی (محیط درونی) ۲- مواهب اقتصادی (محیط بیرونی) که شامل شغل و ابزار مادی زندگی (مانند غذا، پوشاک، مسکن و...) می گردد. ب) فرصت های سیاسی: سه نوع فرصت سیاسی که از سوی جامعه و دولت فراهم می شوند عبارت اند از: امنیت، آزادی مثبت و نظارتی بیرونی.

ج) فرصت های اجتماعی (رابطه ای): این فرصت در معنای محدود، امکان برقراری رابطه اجتماعی با دیگری اند. رابطه اجتماعی، عنصر اصلی تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی است. در واقع تمامی نظریه های سرمایه اجتماعی در تعریف خود، رابطه اجتماعی را جزء اصلی سازنده سرمایه می دانند (چلبی، ۱۳۷۵؛ کلمن، ۱۹۹۰؛ لین، ۲۰۰۱؛ پاکستون، ۲۰۰۲؛ گروتورت و همکار، ۲۰۰۲). د) فرصت های فرهنگی: در یک معنا فرصت های فرهنگی جامعه به چهار دسته عمده تقسیم می شود که شامل فرصت فکر کردن، تجربه کردن، یاد گرفتن و یاد دادن می گردد. در واقع جامعه نه تنها، باید به اعضای خود فرصت، رخصت و جرأت فکر کردن بدهد، بلکه باید آن ها را به تفکر در همه امور دعوت کند» (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۱۲-۱۱۷).

۲) نیاز: بررسی ها نشان می دهد که نیازها عمدتاً در برگیرنده کمبودها تا خواسته ها و ترجیحات افراد به حساب می آیند. «در نظریه های گوناگون نیازهای انسان به صورت مختلف طبقه بندی می شوند، گرچه اغلب طبقه بندی ها با یکدیگر همپوش هستند. در اینجا نیازهای انسانی به چهار مقوله عمده تقسیم شده اند. این چهار مقوله بر یک الگوی مفهومی چهار بُعدی از ماهیت انسان مبتنی است. طبق این الگو، انسان حداقل چهار چهره دارد؛ یعنی، انسان اقتصادی، انسان سیاسی، انسان اجتماعی، و انسان شناختی (چلبی، ۱۳۸۱: ۸۴). در این الگوی مفهومی، هر چهره انسان با علقه ای (نفع) ماهوی شامل علقه مادی، علقه امنیتی، علقه ارتباطی و علقه شناختی عجین است» (چلبی، ۱۳۸۱: ۸۴).

به لحاظ گونه‌شناسی از منظر اجتماعی می‌توان برداشت‌ها و تعاریف ارائه شده پیرامون نیازها را به چهار دسته طبقه‌بندی کرد: دسته اول: نیاز به عنوان فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب: به نظر گافمن نیاز به موقعیتی دلالت دارد که در آن وضعیت موجود با وضعیت مطلوب فاصله دارد. به نظر وی وضعیت مطلوب در برگیرنده ایده‌آل‌ها، هنجارها، ترجیحات، انتظارات و ادراکات مختلف درباره آنچه که باید باشد، است. دسته دوم: نیاز به عنوان یک خواست یا ترجیح: در این دیدگاه عقاید، نظرات، خواسته‌ها و ترجیحات افراد و گروه‌های مختلف را مد نظر قرار می‌دهد. دسته سوم: نیاز به عنوان یک عیب یا کاستی: در این برداشت نیاز به عنوان یک نقصان و عیب یا نوعی کمبود به شمار می‌آید. در این دیدگاه هنگامی که نوعی توانایی، مهارت و یا نگرش وجود نداشته باشد، به طوری که عدم حضور آنها منجر به ضرر و یا خسران در عملکرد فردی و یا سازمانی گردد نشانگر وجود «نیاز» است. دسته چهارم: برداشت ترکیبی؛ در رویکرد ترکیبی آنچه که بین وضع موجود و وضع مطلوب قرار دارد و آنچه که ترجیحات، علایق و انتظارات افراد را شکل می‌دهد و سرانجام آنچه که بر عملکردهای مطلوب، اثر منفی دارد همگی نشانگر نیاز هستند (فتحی و اجارگاه، ۱۳۷۵: ۷-۱۰ و عباس زاده، ۱۳۸۶: ۵۷).

«برناردشاو» گونه‌شناسی دیگری دارد که بر آن اساس نیازها را به چهار دسته تقسیم می‌کند:

- نیازهای هنجاری: که به فاصله میان وضع موجود و استانداردهای تعیین شده اطلاق می‌گردد.

- نیازهای احساس شده: به خواست یا نیازی اشاره دارد که طی زمان و در حین فعالیتی، احساس می‌گردد.

- نیازهای بیان شده (مورد تقاضا): نیازهای را در بر می‌گیرد که فرد آنها را تقاضا می‌کند.

- نیازهای مقایسه‌ای: که در فرایند مقایسه فرد یا گروهی با نمونه‌ای مشابه مطرح می‌سازند (عباس‌زاده، ۱۳۸۶:

۵۸):

از گونه‌شناسی‌های مطرح شده این‌طور استنباط می‌شود که مفهوم نیاز از ابعاد و لایه‌های مختلف معنایی تشکیل شده است. همان‌طور که اشاره گردید، صرف نظر از اختلاف نظرهای ناشی از نگرش، هسته اصلی مفهوم نیاز، «احساس کمبود» است. ضمن تأکید بر بعد اصلی مفهوم نیاز لازم است به تفاوت میان مفهوم نیاز با مفاهیم نزدیک و حتی تشکیل دهنده آن توجه داشته باشیم. نیازها به چیزهایی اشاره دارند که برای رسیدن به یک مقصود و هدف ضروری‌اند. خواست‌ها چیزهایی هستند که مطلوب و مفید می‌باشند ولی الزاماً ضروری نیستند. علایق به کنجکاو یا توجه فردی به یک چیز اشاره دارند.

۳) انتظارات اجتماعی: معمولاً نیازهای فردی با نیازهای جمعی نه تنها در یک راستا قرار نمی‌گیرند، بلکه در تقابل و تضاد با یکدیگر واقع می‌شوند. به عبارت دیگر، الزامات و مقتضیات تولید خیر جمعی و تولید مطلوبیت فردی با یکدیگر متفاوت و عموماً متناقض یکدیگرند. از این رو، نیازهای جمعی در بستر روابط اجتماعی و در جمع به عنوان گروه اجتماعی و در جامعه به عنوان یک «ابر گروه» به انتظارات اجتماعی بدل می‌شوند. اگر انتظار اجتماعی در بستر زمان از حالت آنی و انضمامی صرف خارج و با عنصر «معنا» ترکیب شود، در آن صورت به هنجار اجتماعی بدل می‌شود (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

۴) معنا: معانی، هسته محوری فرهنگ را تشکیل می‌دهند. همچنین معنا اثر سیبرنتیکی (جهت دهی) بر رفتار دارد. با عنایت به اثر مزبور، اگر معنا به هر دلیل رسا نباشد یا نادرست باشد و یا به هر عنوان غیرمنطقی تلقی شود، اثر جهت دهی آن بر رفتار از دست می‌رود.

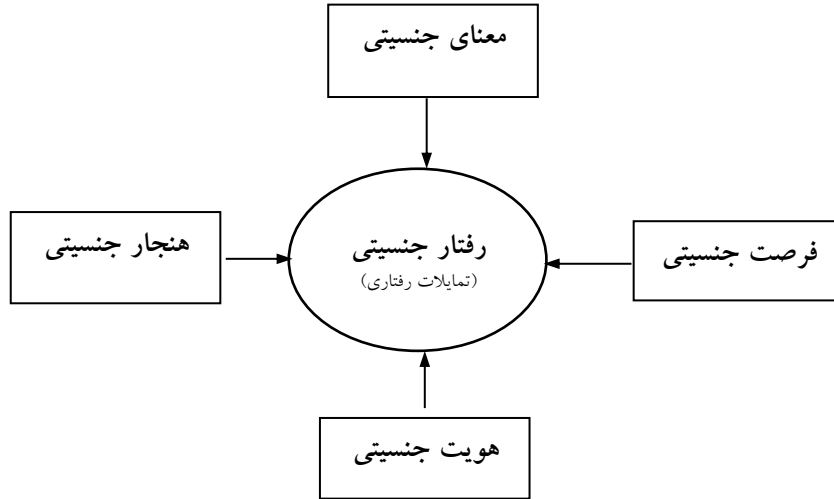
در این مطالعه برای تحلیل وضعیت معنای رفتار نهادی زنان بهره‌گیری از نظریه‌های تفاوت‌های جنسیتی و نابرابری جنسیتی از اهمیت بسیاری برخوردار است؛ زیرا در بیشتر مواقع رفتار زنان در جامعه ایران و به‌خصوص کلانشهر تهران تحت تاثیر نظریه‌های فمینیستی مختلف، یادگیری و اجتماعی شدن جنسیتی خاص فرهنگ ایرانی و نیز اجتماعی شدن جنسیتی دینی (تحت تاثیر آموز‌های اسلامی و شیعی) می‌باشد؛ در واقع نظریه‌های یاد شده حاوی دو مدل از مدل‌های تبیین علمی بودند: مدل علی و مدل کارکردی. تبیین‌های علی از عوامل مختلف زیستی، روانی و اجتماعی بهره‌جسته‌اند و تبیین‌های کارکردی بر کارکردهای مثبت تفکیک جنسیتی نقش‌ها در جهت حفظ یکپارچگی اجتماعی یا کارکردهای منفی آن در جهت استثمار زنان و تداوم نظام سرمایه‌داری تأکید کرده‌اند. با عنایت به این امر می‌توان گفت هویت اجتماعی زن ایرانی از این منابع نشأت می‌گیرد. در واقع انتظار می‌رود زنان در جامعه ایران با تاسی از هر یک از این معانی جنسیتی، جهت‌گیری‌های رفتارهای نهادی خود را مشخص کنند. بر این اساس چارچوب مفهومی این مطالعه متأثر از تئوری رفتار منطقی آیزن و همکاران و نیز نظریه رفتار چلبی می‌باشد که در قالب مدل زیر فرمول بندی شده است. بنابراین با تاسی از چارچوب مفهومی پژوهش، مفاهیم میزان تمایل به رفتار جنسیتی، هنجارهای جنسیتی، فرصت‌های جنسیتی، هویت جنسیتی و معنای جنسیتی به عنوان متغیرهای مستقل در نظر تا با هر یک از رفتارهای جنسیتی به عنوان متغیر وابسته، رابطه آماری آنها مورد بررسی قرار گیرد.

با عنایت به مدل مفهومی زیر، رفتار نهادی (جنسیتی) نوعی «موقعیت» انجام رفتار و ایفای نقش زنانه در نظر گرفته شده که به نوعی ممکن است به انجام رسیده؛ و یا در مواردی در قالب «تمایلات رفتاری» زنان «میل» به انجام آن در بین دختران یا زنان مشاهده می گردد. به تعبیر دیگری و در سطح انضمامی تر می توان از آن به عنوان متغیر وابسته پژوهش یاد نمود که تحت تاثیر هنجارها و باورهای فردی و اجتماعی می باشد. بر این اساس در بحث از عوامل تعیین کننده رفتارهای جنسیتی زنان، «هنجارهای اجتماعی» نوعی فشار یا تا حدودی الزام است که دیگران «انتظار» انجام رفتار جنسیتی از سوی زنان دارند. همچنین در این راستا «فرصت جنسیتی» نوعی «امکان و موقعیت» ایفای نقش را برحسب موقعیت و محدودیت های مختلف مالی، جسمی، اجتماعی و ... می باشند که در کنار تاثیر هنجارهای جنسیتی، بعد تبیینی و ساختاری رفتارهای جنسیتی محسوب می شود.

در بخش فردی و عاملیتی، «هویت جنسیتی» قرار دارد که به نحوی اهمیت داشتن و «مهم» بودن یک موقعیت یا انجام رفتار جنسیتی برای زنان در نظر گرفته شده است. در عین اینکه «معنای جنسیتی»، در قالب «فهم و ادراک» فرد در قبال رفتار جنسیتی از اهمیت بسزایی برخوردار است. در مقابل واقعیت ذهنی کنشگران ایجاب می کند که معنا و ادراک جنسیتی رفتارهای مختلف زنان مورد بررسی قرار گیرد؛ چراکه تفسیر زنان از رفتارهایشان در قالب گرایش های مختلف موجب جهت دهی به کنش آنها می گردد. در این میان نیز میزان احساس هویت جنسیتی در قبال انجام رفتارهای جنسیتی در قالب میزان اهمیت قائل شدن برای آنها و مهم جلوه کردن بیانگر ارزش ذهنی زنان برای تاثیر گذاری بر رفتارشان می باشد. به عبارتی عاملیت بخشی به زنان در کنار ساختار عینی می توانند به کنش و واکنش آنها رفتار تعیین بخشد.

بر این اساس مدل کلی پژوهش به صورت زیر قابل ترسیم است. گر چه در سطح تجربی تر می توان جهت مدل (از چپ به راست و پیچیده تر) و نیز برخی از متغیرهای زمینه ای (سن، سواد، وضع تأهل و ...) و موقعیت اجتماعی (میزان مذهبی بودن، میزان مصرف رسانه ای و ...)، ویژگی های خانوادگی (سواد همسر، ابعاد خانواده و ...) موقعیت اقتصادی (وضعیت اشتغال، کفایت درآمدی و ...) را می توان بدان افزود.

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



فصل سوم:
روش پژوهش

۳-۱) روش تحقیق

در دسته بندی کلی مطابق پارادایم اثبات گرایی و تفسیرگرایی دو نوع تحقیق کمی و کیفی قابل تفکیک است، که هر یک شامل روشهای کمی (پیمایش، آزمایش، تحلیل محتوا و ..) و کیفی (گراندد تئوری، پدیدارشناسی و ..) خاص خود می باشند. در این مطالعه از دو تحلیل محتوای کیفی و پیمایش مصاحبه ای استفاده شده است. با عنایت به ترکیبی بودن روش پژوهش، در مرحله اول توالی، سعی گردید در مطالعه ای اکتشافی ارزش های و نگرش های زنان و دختران شهر تهران مورد بررسی قرار گیرد. این روش که در قالب تحلیل محتوای کیفی انجام پذیرفت با کمک گرفتن از استراتژی استقرایی سعی گردید از طریق تکنیک مصاحبه نیمه ساخت یافته نظرات زنان و دختران شهر تهران را بررسی نماییم. در این مطالعه در عین اینکه درصدد بودیم مضامین و مفاهیم را با استدلال استقرایی استخراج نماییم، در یک حرکت رفت و برگشتی بتوان با کمک استدلال قیاسی به چارچوب مفهومی - نظری دست یافت که بتوان در قالب یکسری روابط در بستری نظری در قالب تحقیق کمی و به روش پیمایش آن را مورد مطالعه کرد.

۳-۲) جمعیت آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه گیری

جمعیت آماری این پژوهش شامل «کلیه دختران و زنان ۱۵ سال به بالای مناطق ۲۲ گانه شهر تهران در سال ۱۳۹۶» می باشد. عملیات نمونه گیری و حجم نمونه با توجه به روش های تحقیق مورد استفاده بدین شرح است: الف) روش تحلیل محتوای کیفی: در این مطالعه برای پیمایش ارزش ها و نگرش های هر یک از رفتارهای نهادی با استفاده از روش «مصاحبه نیمه ساخت یافته» به مروری اکتشافی آنها پرداخته شود تا بعد از جمع آوری اطلاعات کیفی از جامعه آماری و تحلیل تماتیک یافته های حاصل بتوان ابعاد موضوع را مشخص نمود تا بتوان چارچوب مفهومی پژوهش را تکمیل نمود. برای انجام نمونه گیری از روش نمونه گیری عمدی استفاده گردید، به نحوی که از کسانی که علاقه به موضوع دارند و نیز مورد نظر محقق هستند داده های کیفی اولیه به دست می آید.

ب) پیمایش: در مرحله دوم با استفاده از روش «پیمایشی» به سنجش مضامین و مفاهیم به دست آمده پرداخته شد تا قدرت تعمیم نتایج به جامعه آماری زنان در شهر تهران فراهم گردد. طبق داده های حاصل از سرشماری، جمعیت ۱۵ سال به بالای شهر تهران بسیار می باشند که طبیعتاً برای دستیابی به نظرات آنها بایستی به نمونه ای معرف دست یافت. در زیر به تشریح نحوه برآورد حجم نمونه و شیوه نمونه گیری این جمعیت آماری بیشتر اشاره می گردد.

الف) تعیین دقت احتمالی مطلوب: حجم نمونه مقتضی به دو عامل کلیدی بستگی دارد؛ درجه دقت مورد نظر برای نمونه و میزان تغییر در جمعیت بر حسب خصوصیات اصلی مورد مطالعه (دواس، ۱۳۷۶: ۷۸). براین مبنا محقق ابتدا باید تصویری هر چند غیر دقیق از دقت احتمالی مطلوب - چه به صورت اشتباه استاندارد و چه به صورت فاصله اطمینان - در دست داشته باشد تا برآورد حجم نمونه امکان پذیر شود (سرای، ۱۳۷۲).

ب) پیدا کردن فرمول برآورد n : پس از برآورد دقت احتمالی مطلوب، نوبت تعیین فرمول برای برآورد n می‌رسد. در موضوع نمونه‌گیری، رابطه میان عوامل موثر بر نمونه‌گیری یا مرتبط با آن به شرح زیر است:

$$n = \text{تعداد نمونه}$$

$$N = \text{تعداد کل جمعیت هدف}$$

$$t = \text{تعداد اشتباه استاندارد لازم برای دستیابی به ضریب اطمینان قابل قبول}$$

$$d = \text{نصف فاصله اطمینان}$$

$$s^2 = \text{واریانس متغیر مورد نظر در جمعیت هدف}$$

اگر مقدار N بسیار بزرگ باشد (معمولاً بیش از ۲۰ برابر n) رقم $t^2 s^2$ در برابر Nd^2 بسیار کوچک و قابل حذف خواهد بود و فرمول مذکور به صورت زیر در خواهد آمد:

مقدار s^2 برای متغیرهای کمی است؛ اما در متغیرهای دو ارزشی این مقدار برابر $P(1-P)$ می‌شود. در این مطالعه متغیر اصلی تحقیق یعنی «رفتارهای جنسیتی» یک متغیر کمی است. پس بایستی از فرمول فوق استفاده کرد.

ج) پیش برآورد واریانس: در این پژوهش برای پیش برآورد واریانس از تحقیقات قبلی استفاد شده است.

د) برآورد حجم نمونه: با توجه به تعیین دقت احتمالی مطلوب با ضریب اطمینان مورد نظر، و انتخاب فرمول حجم نمونه و نیز واریانس محاسبه شده برآورد حجم نمونه صورت می‌گیرد. بنابراین با قرار دادن اطلاعات مذکور در فرمول برآورد n برای متغیرهای کمی، حجم نمونه به دست آمده ۱۲۰۰ نفر می‌باشد.

$$d : \text{دقت احتمالی مطلوب} = 0.025$$

$$t : \text{ضریب اطمینان ۹۵ درصد (۱/۹۶)}$$

$$s^2 : \text{پیش برآورد واریانس} = 0.77$$

شیوه نمونه‌گیری این روش مطالعه، احتمالی و از نوع «نمونه‌گیری چندمرحله‌ای» (multi-stage sampling) است. هر یک از این مراحل بدین شرح است: شیوه نمونه‌گیری این مطالعه احتمالی و از نوع «نمونه‌گیری چندمرحله‌ای» (multi-stage sampling) است که عبارت است از: ترکیب چندین نمونه‌گیری درباره قسمت‌های متغیر جامعه آماری. بنابراین سعی می‌گردد طی مراحل متفاوت، به تدریج به نمونه واقعی دست یافت. هر یک از این مراحل بدین شرح است:

مرحله اول) روش نمونه‌گیری تصادفی ساده (SRS): چارچوب نمونه‌گیری پیمایش حاضر شامل کلیه بلوک‌های هر یک از مناطق شهر تهران است. این چارچوب با استفاده از پایگاه داده‌های دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران تهیه گردیده است. بر این اساس طبق پایگاه داده‌های آماری مورد دسترس، شهر تهران به ۳۸۱۵۹ بلوک تقسیم شده است که بر حسب ۱۲۰۰ نفر نمونه تحقیق سعی شد ۱۲۰ بلوک از طریق نرم‌افزار کامپیوتری مربوطه به روش کاملاً تصادفی انتخاب گردد. بدین صورت از تمام مناطق ۲۲ گانه شهر تهران، متناسب با تعداد جمعیت به کل جمعیت نمونه، یکسری بلوک برداشته شد.

مرحله دوم) روش نمونه‌گیری سیستماتیک: با مشخص شدن بلوک‌های نمونه بر اساس نقشه راهنما، در این مرحله بایستی خانوارهای موجود در هر یک از بلوک‌ها را مشخص کرد. با استفاده از تجربه اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری برای هر بلوک ۱۰ خانوار در نظر گرفته شد. این مسأله با توجه به اطلاعات اولیه در خصوص میزان پراکندگی (واریانس) داخل بلوک‌ها (واریانس دورن بلوکی) نسبت به واریانس بین بلوک‌های یک منطقه جغرافیایی (واریانس بین بلوکی) که از عدم پراکندگی زیاد صفات مورد بررسی نشان دارد، قابل توجه است (ایسپا، ۱۳۸۵: ۷۵).

برای استفاده از شیوه نمونه‌گیری سیستماتیک از ۱۲۰ بلوک منتخب، ابتدا فرم «فهرست خانوار» تکمیل تا مشخص شود که در هر بلوک چند خانوار وجود دارد. لذا با توجه به انتخاب ۱۰ خانوار از هر بلوک، به شیوه نمونه‌گیری سیستماتیک تعداد خانوارهای ساکن در هر بلوک را بر عدد ۱۰ تقسیم کرده تا عدد فاصله‌ای به دست آید. بعد از تعیین عدد فاصله‌ای، یک عدد تصادفی به عنوان مبدأ نمونه‌گیری انتخاب می‌شود (مثلاً عدد ۴). برای انتخاب خانوار دوم نمونه، به عدد مبدأ، عدد فاصله را افزوده تا خانوار بعدی نمونه به دست آید (۵ به اضافه ۱۰ برابر با ۱۵). به همین ترتیب ۱۰ خانوار مورد نظر در هر بلوک مشخص می‌گردند.

مرحله سوم) روش نمونه‌گیری طبقه‌ای (stratified sampling): در استفاده از روش طبقه‌ای باید متغیر مورد طبقه‌بندی مشخص شود. در این روش با توجه به واریانس صفت مورد مطالعه در هر طبقه، تعدادی نمونه انتخاب می‌شود. با این روش واریانس میانگین نمونه کاهش و دقت نمونه‌گیری افزایش می‌یابد (ازکیا، ۱۳۸۲: ۲۶۰). بنابراین با استفاده از این روش در مرحله سوم نمونه‌گیری، به طور همزمان مطابق با طبقات متغیرهای زمینه‌ای و سپس انتخاب نسبت مقتضی از هر طبقه به نمونه مورد نظر می‌رسیم.

جدول ۲: وضعیت تعداد بلوک و نمونه مناطق مختلف شهر تهران (۱۵ سال به بالا)

ردیف	منطقه	تعداد جمعیت	نسبت جمعیت
۱	منطقه یک	۳۲۲۴۴۰	۵
۲	منطقه دو	۵۱۹۳۷۰	۸
۳	منطقه سه	۵۳۳۶۹۹	۸
۴	منطقه چهار	۶۸۴۵۱۶	۱۰
۵	منطقه پنج	۵۵۶۷۳۹	۸
۶	منطقه شش	۲۱۰۱۰۶	۳
۷	منطقه هفت	۲۵۹۲۷۹	۴
۸	منطقه هشت	۳۱۲۲۳۱	۵
۹	منطقه نه	۱۲۹۸۸۷	۲
۱۰	منطقه ده	۲۵۸۶۱۸	۴
۱۱	منطقه یازده	۲۲۵۰۰۳	۳
۱۲	منطقه دوازده	۱۹۹۷۷۴	۳
۱۳	منطقه سیزده	۲۰۹۲۳۳	۳
۱۴	منطقه چهارده	۴۴۲۳۴۷	۷
۱۵	منطقه پانزده	۵۰۴۴۲۰	۷
۱۶	منطقه شانزده	۲۴۶۶۶۰	۴
۱۷	منطقه هفده	۲۰۴۶۰۱	۳
۱۸	منطقه هجده	۲۴۹۹۹۳	۴
۱۹	منطقه نوزده	۱۹۱۲۷۵	۳
۲۰	منطقه بیست	۲۵۳۳۳۷	۴
۲۱	منطقه بیست و یک	۱۳۳۲۸۴	۲
۲۲	منطقه بیست و دو	۸۷۱۱۷	۱
-	جمع	۶۷۳۳۹۲۹	۱۰۰

بر این اساس با انتخاب خانوارهای نمونه در هر یک از بلوک‌ها، بایستی پاسخگوی نمونه را از بین تمام افراد واجد شرایط پاسخگویی در آن خانوار (افراد ۱۵ سال به بالا) انتخاب کرد.

مرحله چهارم) روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای: در نمونه‌گیری سهمیه‌ای سعی می‌شود ساختار نمونه مشابه ساختار جمعیت باشد. سپس برای مؤلفه‌های این ساختار (طبقات) سهمیه‌هایی متناسب با حجم آنها در نظر گرفته می‌شود. ترکیب مزبور معمولاً در تکالیف واگذار شده به پرسشگران هم رعایت می‌شود، ولی انتخاب واحدها در نمونه‌گیری سهمیه‌ای در چارچوب تکالیف تعیین شده به عهده پرسشگر است. به نحوی که در این مرحله پرسشگران آموزش دیده سعی می‌نمودند که نسبت وضع تأهل و سنی را مطابق جدول زیر رعایت نمایند. بر این اساس با انتخاب خانوارهای نمونه در هر یک از بلوک‌ها، بایستی پاسخگوی نمونه را از بین تمام افراد واجد شرایط پاسخگویی در آن خانوار (افراد ۱۵ سال به بالا) انتخاب کرد. لذا در این مرحله بر حسب نسبت دو متغیر وضع تأهل و گروه سنی مطابق با ویژگی جامعه آماری شهر تهران، فرد مورد نظر انتخاب می‌شود. لذا دو متغیر مهم زیر کنترل می‌شود تا ویژگی‌های نمونه متناسب با ویژگی‌های جمعیت آماری باشد.

جدول ۳: پیش‌بینی توزیع افراد نمونه بر حسب جنس و سن

تأهل / سن	۱۵ تا ۲۹	۲۹ تا ۵۴	۵۵ و بالاتر	جمع
مجرد	۲	۲	-	۴
متأهل	۲	۲	۲	۶
جمع	۴	۴	۲	۱۰

۳-۳) ابزار گردآوری داده‌ها

با عنایت به اهداف و سؤالات مطرح شده در این مطالعه، برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه و مصاحبه نامه استفاده خواهد شد.

۳-۴) تعاریف مفاهیم و متغیرهای پژوهش

مطابق با چارچوب مفهومی پژوهش پنج مفهوم اساسی برای سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های زنان در نظر گرفته که بدین شرح است:

رفتار جنسیتی (Gender behavior): رفتار، دلالت بر واکنش مکانیکی در برابر محرک‌ها دارد، حال آنکه اصطلاح کنش بر یک فراگرد فعالانه، خلاقانه و ذهنی دلالت می‌کند (ریتزر، ۱۳۹۵: ۵۲۹). منظور پارسونز از کنش همان کوشش کنشگران در جهت تحقق نیت‌های نمادین‌شان در محیط‌های نمادین می‌باشد (تابی، ۱۹۷۷: ۲ به نقل از ریتزر، ۱۳۹۵). بنابراین می‌تواند در نظر داشت که هر کنشی دارای هدفی بوده که به نوبه خود کنشگر بر اساس شرایط، وسایل و هنجارها و ارزشها به انجام آن می‌پردازد.

هنگامی که مردم ویژگی‌های خاصی از یک جنس را کسب کنند، تمایل دارند، به گونه‌ای مطابق با مقتضیات رفتارهای منتسب به آن جنس رفتار کنند (Chatterjee & McCorrey, ۱۹۹۱). از این رو، رفتارشان به گونه‌ای است که می‌توان آن را به صورت زنانه، مردانه و یا دوجنسیتی مشخص نمود. یا آنکه می‌گوییم آن رفتار هیچ سنخیتی با برجسب‌های نام برده ندارد (بارون و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸۶). با مشخص شدن رفتارها و ترویج الگوهای رفتاری بتدریج نقش‌های جنسیتی شکل می‌گیرد. «نقش‌های جنسیتی اشاره به آموزش و رفتارهای اجتماعی دارد که جامعه آن را به عنوان ویژگی‌های رفتاری جنسی پذیرفته است (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۶۴۸). براساس نظریه نقش اجتماعی، تفاوت‌های جنسیتی در رفتارهای اجتماعی ناشی از توزیع نقش‌ها براساس جنسیت است. در جوامع امروزی نقش‌های مبتنی بر حمایت‌گری، مراقبت‌کنندگی، خانه‌داری و ... برای زنان تعیین شده است و نقش‌هایی که با کسب درآمد و منزلت همراه است، برای مردان در نظر گرفته می‌شود (Eagly, ۲۰۰۲: ۱۰۶۹). در مجموع می‌توان رفتارهای جنسیتی را موقعیت‌هایی در نظر گرفت که زنان در قالب یکسری کنش‌ها و نقش‌ها متناسب با ارزشها و هنجارهای جامعه مقید به ایفای آنها می‌باشد. طبق بررسی اکتشافی به عمل آمده مهمترین موقعیت‌ها و رفتارهای مورد توجه زنان و دختران عبارتند از: ازدواج، تحصیلات، پوشش، اشتغال، نقش مادری، نقش همسری، رضایت‌زندگی. از این حیث این موقعیت‌های جنسیتی بیانگر میزان ایفای نقش و کنش زنان می‌باشد.

در این راستا نیز تمایلات رفتارهای جنسیتی نیز، نوعی قصد و ترجیح جنسیتی می‌باشد که معمولاً زنان به نحوی بدان تمایل دارند، کنش جنسیتی آنها متناسب با آن و یا به میزان آن انجام پذیرد. بنابراین تمایلات و انگیزه جنسیتی میزان علاقه فرد با انجام رفتارهای زنان یا درک وی از رفتار زنانه به عنوان نقش مورد علاقه که در صورت فراهم آمدن شرایط، حاضر به ایفای نقش جنسیتی می‌باشد، تعریف می‌شود. از این حیث این موقعیت‌های جنسیتی بیانگر میزان ایفای نقش و کنش زنان می‌باشد. در این پژوهش در مطالعه‌ای اکتشافی حدود ۱۷ مساله و رفتار نهادی استخراج گردید و در نهایت به لحاظ عملیاتی میزان انجام و تمایل به هر یک از کنش‌های مربوط به ازدواج، تحصیلات، پوشش، اشتغال، نقش مادری، وظایف منزل فرزند آوری، زندگی خانوادگی، بهره‌مندی از فضاهای جنسیتی در قالب رفتارهای جنسیتی دختران و زنان شهر تهران مورد سنجش قرار گرفت.

هنجارهای جنسیتی (Gender norms): هنجارها قواعدی برای رفتارند که ارزش های یک فرهنگ را منعکس می کنند یا تجسم می بخشند (گیدنز، ۱۳۹۵: ۳۵). دوایل و پالودب (۱۹۹۸) هنجار جنسیتی را به عنوان توصیه های جوامع برای رفتارها، باورها و نگرش های زنان و مردان تعریف کرده اند. هنجارهای جنسیتی اصول راهنمای تجویزی برای نقش های جنسیتی هستند (Russo, ۱۹۷۶) به نقل از گروسی، ۱۳۹۵: ۵۳). جیمز دوایل (۱۹۹۵) پنج هنجار رفتاری برای مردان در فرهنگی غربی را به این ترتیب نام می برد: بروز ندادن رفتارهای زنانه، تمایل به موفقیت و کسب قدرت، پرخاشگری و خشونت، اعتماد به نفس و خود اتکایی و رفتار جنسی (به نقل از گروسی، ۱۳۹۵: ۵۴). در این راستا نقش جنسیتی مجموعه ای از استانداردهای است که انتظارات را بر رفتار زنان و مردان تحمیل می کنند. این هنجارها برای رفتار اجتماعی مناسب از فرهنگ تا فرهنگ متفاوت است و در طول زمان تغییر می کند. برخی از تفاوت های جنسیتی بیولوژیکی هستند، اما بعضی دیگر محصول تجربیات اجتماعی شدن هستند. در واقع «هنجاری جنسیتی: مجموعه ای از رفتارها، باورها و نگرش های خاص که هر جامعه برای زنان و مردان نماید تجویز می نمایند» (مگی هام، ۱۳۸۲: ۴۱۶). براین اساس انتظار می رود زنان به انجام یکسری رفتار ها و نیز ایفای نقش ها پردازند. این هنجارها به صورت انتظار و یا نوعی فشار از سوی زنان احساس می شود. بنابراین با توجه به در نظر گرفتن انواع رفتار و تمایلات جنسیتی برای زنان می توان میزان انتظاری که خانواده و یا اطرافیان از زنان برای انجام آن نقش دارند مورد سنجش قرار گیرد.

هویت جنسیتی (Gender identity): هویت به درک و تلقی مردم از این که چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است؛ مربوط می شود. این درک و تلقی ها در پیوند با خصوصیات معینی شکل می گیرد که بر سایر منابع معنایی اولویت دارند (گیدنز، ۱۳۹۵: ۴۵). بعضی از منابع اصلی هویت عبارتند از جنسیت، جهت گیری تمایل جنسی، ملیت یا قومیت و طبقه اجتماعی.

به نظر جنکینز «خود» یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت های بعدی است و جنسیت در نحوه شکل «خود» نقش تعیین کننده ای دارد؛ زیرا به تجربه فرد سامان می بخشد و آن را در خویشتن ادغام می کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۰۳). «هر یک از ما یک هویت جنسیتی داریم و بر اساس آن خود را زن یا مرد می دانیم؛ به غیر از موارد نسبتاً نادر، غالباً جنس فیزیولوژیک یک فرد و هویت جنسیتی وی با یکدیگر هماهنگی دارند» (بارون و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸۳).

بنیان زیستی شکل‌گیری هویت جنسیتی عبارت است از شناخت فرد از بدن خود با نشگانگان زنانگی یا مردانگی. بدون شک این شناخت، اولین گام در تشکیل هویت جنسیتی است اما تمامی آن را در بر نمی‌گیرد. وجود توانایی‌های شناختی مناسب و آمادگی‌های روان‌شناختی لازم برای تکمیل آگاهی فرد از جنسیت خود ضروری است. پس هویت جنسیتی در بسیاری از عرصه‌های زندگی فرد خود را به نمایش می‌گذارد؛ برای مثال در علائق و فعالیت‌های فردی، اسنادهای اجتماعی و فردی، روابط اجتماعی، شیوه‌های برقراری ارتباط‌های زبانی و غیرزبانی و ارزش‌های مربوط به جنسیت. گستردگی معنایی هویت جنسیتی از نشانه‌ها و ظواهر جسمانی تا عملکردها و انتظارات اجتماعی، نشان‌دهنده پیچیدگی و عمق بسیار زیاد این مفهوم است (گروسی، ۱۳۹۵: ۸۱).

مایکل کیمل معتقد است: هویت تصویری است که ما از خودمان و روابطمان با جهان بیرون داریم. گرچه ممکن است که این تصویر از خودمان با تصویر دیگران از ما کاملاً تفاوت داشته باشد؛ اما این که چه تصویری از خودمان داشته باشیم؛ بستگی دارد به تصویری که ما از جنسیت خود داریم؛ یعنی هویت ما را هویت جنسیتی ما تشکیل می‌دهد. در واقع وی هویت جنسیتی را به معنای تصور هر کس از معنای مردانگی و زنانگی و وظایف و اختیارات و ویژگی‌هایی که به زن و مرد اطلاق می‌شود، می‌داند. به عبارتی دیگر، هویت‌های جنسیتی به شکلی که در فرهنگ‌های گوناگون به زن و مرد القا می‌شود کمتر با فطرت و طبیعت، و بیشتر با هنجارهای فرهنگی ارتباط دارد و بنابراین به اجتماع‌پذیری و اجتماعی‌شدن ربط پیدا می‌کند. در واقع وی هویت جنسیتی را تجلی گوهری درونی به شمار نمی‌آورد، بلکه آن را حاصل شکل‌گیری اجتماعی می‌داند (Michael kimmel, ۱۹۹۷).

بنا به تعریف «سوزان گولومبرک» و «رابین فی‌وش» هویت جنسیتی به معنای برداشت یا تعریفی که فرد از خود به عنوان یک زن یا یک مرد دارد، است (گولومبرک و فی‌وش، ۱۳۷۸: ۱۲). بر این معنا جنسیت رمزی بنیادین است که در انطباق با کنش متقابل اجتماعی و ساختار اجتماعی ساخته می‌شود (گافمن، ۱۹۹۷: ۲۰۱). رمزی که ما را با هویت شخصی و اجتماعی خود آشنا می‌کند. زنان و مردان از طریق رمزگان جنسیت با یکدیگر رویارو می‌شوند و هویت‌های جنسیتی همدیگر را باز می‌شناسند. از این نظر رمزگان جنسیت به عنوان یک عنصر اساسی برای آگاهی‌بخشی متقابل در موقعیت‌های اجتماعی عمل می‌کند (گافمن، ۱۹۹۷ به نقل از سلطانی، ۱۳۸۵).

این نوع هویت با ویژگی‌ها و خصلت‌های رفتاری مشخص می‌شود. بنابراین منظور از هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی و اجتماعی شکل می‌گیرد. به این ترتیب جنسیت یکی از رایج‌ترین اصول طبقه‌بندی و احتمالاً فراگیرترین این اصول است. جنسیت آشکارترین وجه هویت فردی است و در تعامل میان دیگران ساخته می‌شود. (جنکینز، ۱۳۸۱).

همچنین کارلسون و هچ معتقدند که هویت جنسیتی اشاره به معنا و تجربه ذهنی شخص از جنسیتش (هویت جنسیتی شخصی) و همچنین شامل پذیرش عضویت یک فرد به عنوان مرد یا زن در یک گروهی از مردم (هویت جنسیتی اجتماعی) (کارلسون و هچ، ۲۰۱۰، ۱۴۰). این بدان معناست که برخی اعمال و کنش‌ها ذاتاً زنانه و یا مناسب با جنس هستند؛ در حالی که هویت جنسیتی زنانه یعنی الحاق مجموعه‌ای از معانی فرهنگی به جنس مؤنث که برساخته اجتماعی و فرهنگی است و نه مجموعه‌ای از ویژگی‌های ذاتی در زنان یا توقعات طبیعی از آنان (پاینده، ۱۳۸۶: ۱۷۷). به لحاظ عملیاتی هویت جنسیتی به میزان معرف بودن، اهمیت داشتن و هویت بخش یکسری رفتارهای جنسیتی اموری اطلاق می‌گردد، که به شناسایی و شکل دادن خود (Self) در یک زن منجر می‌شود و به نوبه خود از منظر افراد مهم و با اهمیت جلوه می‌کند.

فرصت های جنسیتی (Gender opportunities): فرصت، به امکانات و موقعیت هایی که منجر به شکل گیری یک رفتار نهادی می‌گردد اطلاق می‌گردد. «به دنبال پنداشت چهار بُعدی از جامعه (اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی) و مفهوم چهار بُعدی از انسان (انسان اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و شناختی) می‌توان برای فرصت‌ها نیز چهار بعد اصلی قائل شد (چلبی، ۱۳۷۵).

بر این اساس فرصت جنسیتی بدان معنا است که زنان امکان و موقعیت انجام یکسری نقش‌ها و رفتارهای مختلف زنانه را داشته باشند، به نحوی که مشکلات مختلف مالی، جسمی و... آنها را محدود نسازد. این امر موجب ایجاد فرصت مساوی برای بهبود وضعیت زنان در جامعه می‌گردد. در واقع این وجه از علل، به توانایی کنترل زنان در این حوزه بر می‌گردد. البته فهم از فرصت با تبعیض متفاوت می‌باشد. «تبعیض، کلیه فعالیت‌هایی که اعضای گروه خاصی را از منابع و امکاناتی محروم می‌سازد که در دسترس سایر افراد و گروه‌ها است» (گیدنز، ۱۳۹۵: ۹۹۳). به لحاظ عملیاتی فرصت‌های جنسیتی به میزان امکانات و شرایط مختلف برای زنان اطلاق می‌گردد که باعث فرصت‌های برابر در زندگی اجتماعی و اقتصادی می‌گردد تا زنان بتوانند همپای مردان از فرصت‌های برابری استفاده کنند.

ادراک یا معنای جنسیتی: فهم معنای پدیده‌ها در زندگی افراد محصول شناسایی و تحلیل اندیشه‌ها و تجارب زیسته افراد مختلف می‌باشد؛ به عبارتی منظومه‌ای از آنچه که کنشگر می‌بیند، ارزیابی می‌کند و می‌خواهد و یا نمی‌خواهد، است. پس هنگامی که تجربیات افراد را توصیف و تفسیر می‌نماییم به داده‌های حاصل معنا داده و مضامین اصلی آنها را اکتشاف می‌کنیم. ماهیت تجربه و ادراک‌ها از پدیده به عنوان یک فهم معنایی حاصل کنش انسانی و شرایط یا بافت کنش هستند. بنابراین معنای پدیده‌ها از منظر جامعه‌شناسی، یا از نگاه روانشناسی اجتماعی در قالب مفهوم ادراک قابل پیگیری است. در واقع ادراک فراتر از اندام‌های حسی است و با تجربه افراد آمیخته می‌شود؛ به عبارت دیگر ادراک، جمع‌آوری، سازماندهی و فهم اطلاعات محیطی است که شامل ابعاد شناختی، احساسی، تفسیری و ارزش‌گذاری نیز می‌شود. ادراک، همان تفسیر احساس است؛ همه افراد دارای حس هستند اما نحوه انتخاب سامان دادن و ارزش‌گذاری آنها متفاوت است. «فرایند آگاه شدن از اشیاء، ویژگی‌ها و رابطه‌ها از طریق اندام‌های حسی. گرچه در ادارک همواره محتوای حسی وجود دارد، با این حال آنچه ادراک می‌شود متأثر از آمایه و تجربه پیشین است، به نحوی که ادراک را باید چیزی فراتر از ثبت محرک‌های موثر بر اندام‌های حسی دانست» (هیگارد، ۱۳۷۳).

بر این اساس معنای جنسیتی به لحاظ عملیاتی در برگیرنده تفسیر، جهت‌گیری و قضاوت‌هایی است که زنان نسبت به انجام رفتارهای جنسیتی در جامعه دارند، گفته می‌شود. میزان پذیرش و مقبولیت انواع گرایش‌های و رویکردهای جنسیتی به نقش‌های اجتماعی که معمولاً باور و تجربه زیسته فرد را در قبال نحوه ایفای نقش‌های جنسیتی شکل می‌دهد، در بر می‌گیرد. در این مطالعه بر اساس مطالعه کیفی و با کمک گرفتن از تحلیل تماتیک، چهار معنای جنسیتی از یکدیگر تشخیص داده شده است:

نخست، معنای فمینیستی: «نوعی جهت‌گیری است که معتقد به برابری حقوق زن با مرد می‌باشد. این معنا در قالب مضامینی چون مقاومت، ایستادن یا برابر قرار دادن موقعیت زنان در برابر مردان بیشتر مورد سنجش قرار گرفته است. دوم، معنای فردگرایی (مدرن): نوعی جهت‌گیری است که توجه بیشتری به نیازها و پیشرفت فکری، استقلال و مدیریت بدن زن و ... دارد. به عبارتی تداعی‌کننده وابستگی کمتر به خانواده، همسر و در مقابل توجه بیشتری به استقلال، آزادی و پیشرفت فردی دارد. سوم، معنای کارکردی: مطالعه کارکرد یک نهاد یا عمل اجتماعی به معنای تحلیل نقش آن در تداوم بقای آن جامعه است (گیدنز، ۱۳۹۵: ۲۶). کارکرد به معنای نتیجه و اثری است که انطباق یا سازگاری یک ساختار معین یا اجزای آن را با شرایط لازم محیط فراهم می‌نماید (گولد و کولب، ۱۳۷۶: ۶۷۹). بنابراین در بحث از گرایش کارکردی می‌توان چنین بیان نمود که توجه یا پرداختن به یک رفتار، چه آثار منفی یا مثبت برای زنان به همراه دارد. با این عنایت که بیشتر به تفاوت و تمایز در نقش و رفتار زنان در مقایسه با مردان تکیه دارد.

چهارم، معنای دینی: با عنایت به پیوند بسیاری از موقعیت‌ها و نقش‌های جنسیتی، برخی از وجه‌نظرهای زنان دارای جهت‌گیری دینی است. در واقع این احکام شرعی است که بسیاری از رفتارهای زنانه را پشتیبانی می‌کند، به نحوی که سایه گسترده‌تری دین را در بیشتر اعمال و نقش‌های زنانه می‌تواند مشاهده نمود. و با تکیه بر آن امور زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی را فهم نمود.

تحلیل تماتیک صورت گرفته در خصوص مسائل و دغدغه‌های زنان در شهر تهران در نهایت با در نظر گرفتن میزان برجسته‌سازی و بسامد موارد بیان شده از سوی زنان و انتزاع صورت گرفته، ۸ رفتار جنسیتی بیش از همه توجه محقق و تیم همکاران را به خود جلب کرد تا در ابعاد مختلف بتوان ارزش‌ها و نگرش‌های زنان را در قبال آنها مطالعه نمود. رفتارهای مهم و مساله‌محور دختران و زنان شهر تهران شامل مواردی از جمله: فرزندآوری، نقش مادری، تمایل به ازدواج، رضایت از زندگی مشترک، اشتغال، تحصیلات، انجام امور منزل، پوشش، بهره‌مندی از فضاهای جنسیتی می‌باشد. که در این میان به خاطر وضعیت تاهل و مجرد زنان رفتارهایی از قبیل تمایل به ازدواج در بین دختران مجرد و رضایت از زندگی مشترک در بین زنان متأهل مطالعه شده است.

۳-۵) اعتبار و پایایی متغیرهای پژوهش

در این پژوهش جهت سنجش وضعیت اعتبار مفاهیم و متغیرها از روش اعتبار صوری و ملاک استفاده شده است.

اعتبار صوری: بدین معناست که افراد متخصص و مجرب تصدیق نمایند که شاخص مورد نظر، مقصود اصلی را می‌سنجد، که بدان نیز «تست خُبرگان» اطلاق می‌گردد. این نوع اعتبار بعد از انجام کار کیفی قابل انجام است. در واقع در این روش، هدف شناسایی اعتبار شاخص‌ها از طریق مراجعه به داوران است. در این مطالعه برای کسب اعتبار ظاهری برای مفاهیم مورد سنجش در قالب رفتارها، ارزشها و نگرش‌های زنان بعد از تحلیل تماتیک صورت گرفته بر روی مصاحبه‌های اکتشافی، پرسشنامه تدوین شده برای صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه زنان و خانواده^۱ ارسال شد تا نظرات اصلاحی خود را بیان نمایند.

اعتبار ملاک: اعتبار ملاک میزان ارتباط یک سنجه با یک معیار بیرونی را نشان می‌دهد (ببی، ۱۳۹۵: ۳۳۸). با عنایت به دو نوع اعتبار ناهم‌زمان و پیش‌بینی در این مطالعه از اعتبار ناهم‌زمان استفاده شده است.

^۱ - در اینجا لازم است از زحمات: خانم دکتر سفیری، دکتر انتظاری، دکتر کرمی، دکتر فتحی، دکتر جنادله، خانم دکتر شالچی، خانم دکتر امینی، خانم دکتر محمد تقی زاده تشکر می‌گردد. همچنین در این خصوص خانم هم‌تیمان (کارشناس ارشد)، خانم صادقی (دانشجوی دکتری جمعیت‌شناسی)، خانم حاجیلو (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی)، خانم بینایی پور، دهقانی زاده نیز بر روی پرسشنامه اولیه نظر دادند. البته بیش از همه دانشجویی پر تلاش و با همت خانم زینب خسروی در انجام مصاحبه‌های اکتشافی و نیز تحلیل تماتیک صورت گرفته سهم بسزایی داشتند.

از این رو، برای دستیابی به اعتبار ملاک از نوع ناهمزمان، سعی گردید نتایج حاصل از نظرات مردم استان تهران در طرح پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیان (سال ۹۴) با داده های پژوهش حاضر (آبان ۹۶) پیرامون یک سوال مورد مقایسه قرار گیرد. این سوال درباره ازدواج دختران و پسران در جامعه بدون عقد رسمی بود که برگرفته از این طرح ملی بود. با این توجه که داده های مورد مقایسه از مردان و زنان ۱۵ سال و نیز کل استان تهران بود یافته های مورد مقایسه، بسیار مشابه اند. در واقع در پژوهش ملی سال ۹۴ حدود ۴/۵ درصد مردم با همبالینی در حد موافق و کاملاً موافق اند و نیز ۷ درصد دختران و زنان شهر تهران در مطالعه حاضر (سال ۹۶) با این رفتار نابهنجار موافق و کاملاً موافق می باشند. و نیز در پژوهش سال ۹۴ در مجموع ۹۱/۵ درصد مخالف و کاملاً مخالف اند همچنین در مطالعه سال ۹۶ حدود ۸۷ درصد می باشد. بنابراین مشاهده می گردد مقایسه یافته های هر دو پژوهش با توجه به فاصله زمانی دو سال، دختران و زنان مورد مطالعه در شهر تهران (پژوهش ۹۶) در مقایسه با کل مردان و زنان در استان تهران تفاوت اندکی دارند. بر این اساس می توان حصول اعتبار ملاک این مطالعه را با کمک یک سوال مهم و مساله دار تایید نمود. همچنین می توان موفقیت علمی و دقت نتایج روش تحقیق پیمایش را از طریق مقایسه داده های مطالعات مختلف و نیز تعمیم ویژگی های نمونه به جامعه آماری را در پناه ابزار استاندارد و رعایت مراحل نظامند شاهد بود.

جدول: بعضی از دختران و پسران در جامعه، بدون عقد رسمی به اصطلاح «ازدواج سفید»

با هم زندگی می کنند، چقدر با رفتار آنها موافق یا مخالف اید؟

نگرش زنان به همبالینی	پژوهش حاضر/سال ۹۶ (حجم نمونه ۱۲۰۰)	پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیان/ تهران سال ۹۴ (حجم نمونه ۱۲۹۲)
کاملاً مخالف	۷۵	۵۲/۷
مخالف	۱۲	۳۶/۸
نه موافق نه مخالف	۶	۵/۹
موافق	۶	۳/۱
کاملاً موافق	۱	۱/۴
بدون پاسخ	-	-
جمع	۱۰۰	۱۰۰

در زمینه پایایی مطالعه حاضر با توجه به خطاهای درونی و بیرونی تاثیر گذار بر دقت و نیز ثبات نتایج سعی شد که پژوهش حاضر به لحاظ زمان جمع آوری داده ها، انتخاب بلوک ها، جنس و پوشش ظاهری پرسشگران، برگزاری دوره آموزش و راهنمایی جمع آوری داده ها و نیز ورود داد ها و ... دقت لازم به عمل آید تا نیاز به تامین پایایی از طریق آزمون - آزمون مجدد نباشد. همچنین با توجه به این که عبارت های در نظر گرفته شده برای متغیرهای مورد سنجش حاصل فرایند عملیاتی سازی نبود و عمدتاً شاخص محسوب می شدند؛ به عبارتی پرسش ها از نوع مستقیم بودند و فهم یکسانی و روشنی از آنها برداشت می شد. استفاده از پایایی با کمک آزمون آلفای کرونباخ به لحاظ علمی صحیح نبود.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

با توجه به روش های تحلیل آماری در این مطالعه می توان به دو شیوه به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخت:

- ۱ - برای توصیف مشخصات نمونه از روش های آمار توصیفی در سطوح مختلف تلخیص (توزیع فراوانی، درصد و...)، جدول بندی (یک بعدی و...)، شاخص های تمرکز، پراکندگی و نمودارها استفاده می گردد.
- ۲- با استفاده از شیوه آمار استنباطی می توان مشخصات نمونه را به جامعه آماری پژوهش تعمیم داد. در واقع برای بررسی روابط آماری مختلف از آزمون های مقتضی کمک گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS.۲۲ استفاده می گردد.

فصل چهارم:
یافته های پژوهش

با عنایت به ترکیبی بودن روش پژوهش، در مرحله اول توالی، سعی گردید در مطالعه ای اکتشافی ارزش های و نگرش های زنان و دختران شهر تهران مورد بررسی قرار گیرد. این روش که در قالب تحلیل محتوای کیفی انجام پذیرفت با کمک استدلال استقرایی سعی گردید از طریق تکنیک مصاحبه های نیمه ساخت یافته و طرح سوالات باز در قالب پرسشنامه ای نیمه ساخت یافته نظرات زنان و دختران شهر تهران را به شیوه نمونه گیری هدفمند بررسی نماییم. در عین اینکه رویکردها و نظریه های تغییر نگرش و ارزش در نظر محقق موجب می گردید، مضامین و مفاهیم را با استدلال استقرایی استخراج کند، در یک حرکت رفت و برگشتی بتوان با کمک استدلال قیاسی به چارچوب مفهومی - نظری دست یافت تا در قالب یکسری روابط در بستری نظری آن را به روش پیمایش مورد سنجش قرار داد.

تحلیل تماتیک صورت گرفته در خصوص مسائل و دغدغه های زنان در شهر تهران در نهایت با در نظر گرفتن میزان برجسته سازی و بسامد موارد بیان شده از سوی زنان و انتزاع شده توسط محقق، ۸ رفتار نهادی بیش از همه توجه محقق و تیم همکاران را به خود جلب کرد تا در ابعاد مختلف بتوان ارزش ها و نگرش های زنان را در قبال آنها مطالعه نمود. رفتارهای مهم و مساله محور دختران و زنان شهر تهران شامل مواردی از جمله: فرزندآوری، مادری، تمایل به ازدواج، رضایت از زندگی مشترک، رفتار اشتغال، تحصیلات، انجام امور منزل، پوشش، بهره مندی از فضاهای جنسیتی می باشد. که در این میان به خاطر وضعیت تاهل و مجرد زنان رفتارهایی از قبیل تمایل به ازدواج در بین دختران مجرد و رضایت از زندگی مشترک در بین زنان متأهل متفاوت می باشند. در این راستا برای داشتن درک انتزاعی تری نسبت به وضعیت ارزش ها و نگرش های زنان در وهله اول مقایسه وضعیت تمایل، هنجار، فرصت، هویت و معنای رفتار جنسیتی آنها می تواند میزان اهمیت آنها را مشخص کند. همچنین با استفاده از آزمون های اکتشافی و خوشه بندی بتوان رفتاری مختلف زنان را طبقه بندی کرد. در وهله دوم، با در نظر گرفتن هر یک از رفتارهای نهادی به عنوان متغیر وابسته، وضعیت ارتباط آنها با ویژگی های فردی و هنجارهای اجتماعی و ذهنی مشخص نمود.

در این بخش از پژوهش لازم است به تحلیل داده های حاصل پرداخته شود. بنابراین ابتدا به تحلیل تک متغیره داده ها، در مرحله بعد به تحلیل دو متغیره و نیز در پایان به تحلیل چند متغیره داده ها پرداخته می شود.

۱) ویژگی های فردی و اجتماعی

۱-۱) وضع تأهل

در این پژوهش از دختران و زنان افراد ۱۵ سال به بالای شهر تهران ۱۲۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. چنانچه ارقام مندرج در جدول زیر نشان می‌دهد در بین افراد نمونه ۷۰ درصد، متأهل اند؛ به عبارتی در حال حاضر در زیر یک سقف، زندگی مشترک دارند؛ در مقابل ۲۳ درصد هرگز ازدواج نکرده اند. به علت در نظر گرفتن دختران ۱۵ سال به بالا برای انتخاب نمونه و نیز عمومیت ازدواج در جامعه، اکثر افراد متأهل هستند. حدود ۸ درصد هم سایر موارد را شامل می‌گردد.

جدول ۱-۱: توزیع پاسخگویان بر حسب وضع تأهل

وضع تأهل	تعداد	درصد
داشتن زندگی مشترک	۸۴۱	۷۰
هرگز ازدواج نکرده ^۲	۲۷۳	۲۳
همسر فوت شده	۵۹	۵
ازدواج کرده ولی جدا شده (مطلقه)	۱۶	۲
عقد کرده	۱۱	۱
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

^۲ - شایان ذکر است در انجام تست مقدماتی مطالعه حاضر، به علت اینکه برخی از زنان مطلقه خود را مجرد می‌خواندند؛ برای قرار دادن افراد در قالب گزینه «ازدواج کرده ولی جدا شده» و نیز برای تمایز دختران مجرد از گزینه «هرگز ازدواج نکرده» استفاده شده است.

۱-۲) گروه سنی

چنانچه هر ۱۰ تا ۱۵ سال را مبنای شکل‌گیری ذهنیت نسلی در نظر بگیریم گروه‌های سنی مختلف را به پنج دسته می‌توان تقسیم نمود. طبق بررسی حاصل بیشتر زنان (۲۷ درصد) ۲۵ تا ۳۴ سن دارند. بیش از یک پنجم افراد ۳۵ تا ۴۴ ساله‌اند. همچنین ۱۴ درصد در رده سنی ۱۵ تا ۲۴ سال قرار دارند. با کمک گرفتن از آماره‌های توصیفی می‌توان بیان داشت که میانگین کل سن دختران و زنان مورد مطالعه، برابر با ۴۰ سال و بیشترین فراوانی سن مربوط ۳۱ ساله‌هاست.

جدول ۱-۱-۲: توزیع پاسخگویان بر حسب گروه سنی

گروه سنی	تعداد	درصد
۱۵ تا ۲۴	۱۶۲	۱۴
۲۵ تا ۳۴	۳۲۸	۲۷
۳۵ تا ۴۴	۲۶۹	۲۲
۴۵ تا ۵۴	۲۲۴	۱۹
۵۵ و بیشتر	۲۱۷	۱۸
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

در راستای یافته‌های فوق، از زنان متأهل تحقیق، سن همسرشان پرسیده شد؛ میانگین سن آنها برابر با ۴۹ سال، و بیشترین فراوانی مربوط ۳۶ ساله‌هاست.

جدول ۲-۱-۲: توزیع پاسخگویان بر حسب گروه سنی همسر

گروه سنی	تعداد	درصد
۲۰ تا ۳۴	۱۳۱	۱۴
۳۵ تا ۴۴	۲۴۱	۲۷
۴۵ تا ۵۴	۲۲۱	۲۴
۵۵ تا ۶۴	۱۷۰	۱۹
۶۵ و بیشتر	۱۴۵	۱۶
مجرد	۲۸۴	-
بدون پاسخ	۸	-
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

۳-۱) وضعیت کفایت درآمدی

با توجه به بی پاسخی بسیار در پرسش از وضعیت درآمدی افراد و نیز تفاوت در نسبت درآمدی بر حسب تعداد اعضای خانواده و بسیاری از موارد هزینه بردار در زندگی خانوادگی افراد، این سوال پرسیده شد: «دچقدر درآمد خانواده تان، کفاف هزینه های اساسی زندگی تان را می دهد؟» یافته های حاصل نشان می دهد ۴۸ درصد در حد متوسط بدان اشاره کرده اند. ۵ و ۱۴ درصد در حد اصلاً و کم؛ در مقابل ۳۰ و ۳ درصد در حد زیاد و کاملاً بدان پاسخ داده اند. بنابراین مشاهده می گردد که بیش از یک سوم پاسخگویان هزینه های زندگی شان در حد مطلوبی تامین می شود؛ گر چه در مقابل یک پنجم از وضعیت درآمدی نامناسبی برخوردارند.

جدول ۳-۱: چقدر درآمد خانواده تان، کفاف هزینه های اساسی زندگی تان را می دهد؟

درصد	تعداد	کفایت درآمدی
۵	۵۶	اصلاً
۱۴	۱۶۴	کم
۴۸	۵۵۸	تاحدودی
۳۰	۳۵۲	زیاد
۳	۳۳	کاملاً
-	۳۷	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۱) وضعیت تقید دینی

یافته های حاصل در زمینه اهمیت امور دینی مختلف از قبیل: توجه به انجام نماز، روزه و دعا خواندن، ... در زندگی افراد، بیانگر آن است که بیش از دو سوم زنان به رفتارهای دینی اهمیت می دهند. فقط ۴ درصد در سطح «اصلاً» و ۷ درصد در سطح «کم» برای شان اهمیت دارد.

جدول ۱-۴: در زندگی روزمره تان چقدر به امور دینی مختلف اهمیت می دهید؟

درصد	تعداد	تقید دینی
۴	۴۲	اصلاً
۷	۸۶	کم
۲۱	۲۵۳	تاحدودی
۴۰	۴۷۲	زیاد
۲۸	۳۲۸	کاملاً
-	۱۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

(۱) وضعیت ارزش ها و نگرش های زنان نسبت به فرزند

(۱-۲) تعداد فرزندان

بیشتر زنان متأهل نمونه، دو فرزند دارند (۳۷ درصد)؛ ۲۲ درصد یک فرزند و نیز ۱۶ درصد دارای سه فرزند هستند. البته ۹ درصد فرزندی ندارند. چنانچه به طور دقیق تر به ستون اول تعداد دختران توجه شود، ۳۹ درصد یک فرزند، ۱۷ درصد دو، و ۶ درصد فقط سه فرزند دختر دارند. همچنین به ترتیب ۳۹، ۲۳ و ۷ درصد فقط فرزند پسر دارند.

جدول ۱-۲: در حال حاضر چند فرزند دارید؟

کل فرزندان		تعداد پسران		تعداد دختران		تعداد فرزند
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۹	۸۶	۳۰	۲۷۶	۳۴	۳۱۲	بدون فرزند
۲۲	۱۹۷	۳۹	۳۵۲	۳۹	۳۵۴	یک فرزند
۳۷	۳۳۷	۲۳	۲۰۹	۱۷	۱۵۸	دو فرزند
۱۶	۱۵۱	۷	۶۳	۶	۵۶	سه فرزند
۹	۸۰	۱	۹	۳/۵	۳۰	چهار فرزند
۷	۶۳	۰/۵	۵	۰/۵	۴	پنج و بیشتر
-	۲۸۴	-	۲۸۴	-	۲۸۴	مجرد
-	۲	-	۲	-	۲	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۲) فرزند ایده آل زنان

دختران و زنان شهر تهران در پاسخ به میزان تمایل به تعداد فرزند مطلوب، حدود نیمی از افراد دوست دارند دو فرزند داشته باشند. نسبت تمایل به داشتن یک یا سه فرزند تا حدودی برابر است (۱۲ و ۱۴ درصد). بنابراین اکثر زنان معتقد به سطح جانشینی جمعیت در جامعه علاقه مندند.

چنانچه به طور دقیق تر به یافته های زیر نگریسته شود؛ در بین زنان نگاهی قطبی به کم یا زیاد داشتن فرزند وجود دارد؛ به عبارتی ۵ درصد زنان علاقه ای به داشتن فرزند ندارند و نیز ۵ درصد دوست دارند پنج فرزند و بیشتر داشته باشند. در بین کسانی که به داشتن یک فرزند ایده آل تمایل دارند، ۵۵ درصد به یک دختر و ۵۰ درصد به پسر داشتن اشاره کرده اند، که نسبت تقریباً برابری را نشان می دهد. همچنین نسبت برابری برای دو تا چند فرزند قابل تعمیم است.

جدول ۲-۲: دوست داشتید چند تا فرزند داشته باشید؟

تعداد کل فرزندان		تعداد پسران		تعداد دختران		فرزند ایده آل زنان
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۵	۶۰	۱۹	۲۲۴	۱۳	۱۵۴	بدون فرزند
۱۲	۱۴۳	۵۰	۵۸۸	۵۵	۶۴۳	یک فرزند
۴۷	۵۵۴	۲۵	۲۹۴	۲۶	۳۰۷	دو فرزند
۱۴	۱۵۸	۵	۵۴	۴	۴۴	سه فرزند
۱۷	۲۰۰	۰/۵	۶	۱	۱۶	چهار فرزند
۵	۶۲	۰/۵	۷	۱	۱۲	پنج و بیشتر
-	۲۳	-	۲۷	-	۲۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۲) فرزند ایده آل همسران

زنان مورد مطالعه، توافق بالایی با همسرانشان پیرامون داشتن فرزند ایده آل دارند. در مقایسه با نظرات زنان پیرامون تعداد فرزند مطلوب، در بین مردان نگاهی قطبی به اصلاً فرزند نداشتن و پنج فرزند و بیشتر داشتن در بین آنها وجود دارد (۵ درصد). هر دو به طور برابری (۴۷ درصد زنان و ۴۶ درصد همسرانشان) تمایل به دو فرزند دارند. بنابراین تصمیم برای داشتن فرزند در بین خانواده ها تحت تاثیر توافق و هماهنگی زن با شوهر می باشد.

جدول ۳-۲: همسران دوست داشت چند تا فرزند داشته باشید؟

کل فرزندان		تعداد پسران		تعداد دختران		فرزند ایده آل همسران
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۵	۴۳	۱۵/۵	۱۳۶	۱۴	۱۲۴	بدون فرزند
۹	۸۰	۴۸	۴۲۰	۵۲	۴۵۶	یک فرزند
۴۶	۴۰۸	۲۸	۲۴۳	۲۵/۵	۲۲۴	دو فرزند
۱۳	۱۱۳	۶	۵۴	۵	۴۷	سه فرزند
۱۹	۱۶۶	۲	۱۵	۲	۱۷	چهار فرزند
۶	۷۳	۱	۱۲	۱/۵	۱۵	پنج و بیشتر
-	۲۸۴	-	۲۸۴	-	۲۸۴	مجردان
-	۳۳	-	۳۷	-	۳۳	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۴) ترجیح جنسی فرزند

نتایج بدست آمده در جهت تشخیص ترجیح جنسی زنان پیرامون داشتن فقط یک فرزند دختر یا پسر، حاکی از آن است که گرچه ۴۴ درصد بیان داشته که داشتن دختر یا پسر برای شان تفاوتی ندارد و ترجیح جنسی خاصی نسبت به فرزند اعلام ننموده اند. در مقابل ۳۹ درصد ترجیح جنسی شان دختر و در مقابل ۱۷ درصد پسر می باشد. بنابراین بیشتر زنان شهر تهران در عین اینکه معتقدند دختر یا پسر داشتن برای آنها چندان فرق نمی کند، ولی عده دیگر، یعنی حدود دو برابر تمایل دارند دختر داشته باشند تا پسر.

جدول ۲-۴: اگر قرار باشد فقط یک بچه داشته باشید، دوست دارید پسر باشد یا دختر؟

درصد	تعداد	ترجیح جنسی فرزند
۳۹	۴۵۹	دختر
۱۷	۱۹۹	پسر
۴۴	۵۲۹	فرقی نمی کند
-	۱۳	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۵) هنجار فرزندآوری

طبق بررسی حاصل هنجار اجتماعی فرزندآوری در بین زنان در حد بسیاری می باشد. در واقع ۸۴ درصد زنان اعلام کرده اند که خانواده یا اطرافیان انتظار دارند که بچه دار شوند. در مقابل ۴ درصد گزینه «اصلاً» و ۳ درصد گزینه «کم» را بیان نموده اند. پس می توان بیان داشت الزام اجتماعی فرزندآوری در بین خانواده های شهر تهران در حد بالایی است.

جدول ۲-۵: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما فرزند داشته باشید؟

درصد	تعداد	هنجار فرزندآوری
۴	۳۳	اصلاً
۳	۳۱	کم
۹	۸۱	تاحدودی
۵۹	۵۲۶	زیاد
۲۵	۲۲۶	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۱۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۲) فرصت فرزندآوری

بیش از نیمی از زنان متاهل مورد مطالعه فرصت مناسب برای فرزندآوری دارند؛ به نوعی ۴۷ و ۹ درصد به ترتیب در سطح زیاد و خیلی زیاد بدان اشاره کرده اند. در مقابل به ترتیب ۶ و ۱۰ درصد گزینه «اصلاً» و کم را علامت زده اند که به نوعی در ابعاد مختلف محدودیت برای داشتن فرزند دارند.

جدول ۶-۲: چقدر امکان و موقعیت داشتن فرزند برای شما فراهم بوده/ است؟

درصد	تعداد	فرصت فرزندآوری
۶	۵۶	اصلاً
۱۰	۹۰	کم
۱۸	۲۴۹	تاحدودی
۴۷	۴۲۸	زیاد
۹	۸۱	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۱۲	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۷) هویت یابی فرزندآوری

اکثریت مطلق زنان شهر تهران، داشتن فرزند در زندگی مشترک شان اهمیت بسیاری دارد (۸۵/۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد). در مقابل ۳ درصد در حد اصلاً و کم بدان اشاره نمود و نیز ۱۱/۵ درصد گزینه «تاحدودی» را برگزیده اند. بنابراین بخش اعظمی از هویت زنان در جامعه ایران تحت تاثیر فرزند و مهم بودن آن در زندگی متاهلی شان می باشد.

جدول ۲-۷: در زندگی، داشتن فرزند چقدر برای شما مهم بوده/ است؟

درصد	تعداد	هویت یابی فرزند
۱	۱۲	اصلاً
۲	۲۰	کم
۱۱/۵	۱۰۲	تاحدودی
۵۳/۵	۴۸۴	زیاد
۳۲	۲۹۱	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۷	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۸-۲) معنای فرزندآوری

چنانچه ذکر شد بر اساس مطالعه اکتشافی ابتدا معنای داشتن فرزند مورد مطالعه قرار گرفت، سپس با کمک تحلیل تماتیک و سنخ شناسی مقولات حاصل، در نهایت چهار معنا یا ادراک حاصل شد که عبارتند از: معنای فردگرایانه، فمینیستی، کارکردی و دینی. البته دو معنای کارکردی و دینی را گرایش «نهادمحور» و جهت گیری فردگرایانه و فمینیستی را گرایش «فردمحور» می تواند نام نهاد.

طبق یافته های حاصل می توان چنین قضاوت نمود که اکثر زنان جامعه شهری تهران گرایش نهادمحور به داشتن فرزند دارد؛ به طور دقیق تر ۴۰ درصد زنان در معنای کارکردی فرزندآوری معتقدند: «فرزند کمک حال دوران پیری و تنهایی پدر و مادر است». همچنین ۳۵ درصد بیان نمودند: «فرزند که دنیا می آید روزی اش زودتر می رسد»؛ در مقابل ۲۵ درصد زنان گرایش فرد محور دارند؛ به تعبیری ۱۳ درصد موافق اند: «داشتن فرزند، خواسته ها و پیشرفت های زن را به عقب می اندازد». و نیز ۱۲ درصد اذعان دارند: «تصمیم برای داشتن فرزند باید بر عهده زن باشد نه مرد» که تداعی کننده نگرشی فمینیستی در قبال فرزندآوری می باشد.

جدول ۸-۲: با کدامیک از نظرات زیر در زمینه داشتن فرزند موافقید؟

درصد	تعداد	معنای فرزندآوری
۴۰	۳۵۱	فرزند کمک حال دوران پیری و تنهایی پدر و مادر است (کارکردی)
۳۵	۳۱۱	فرزند که دنیا می آید روزی اش زودتر می رسد (دینی)
۱۳	۱۱۵	داشتن فرزند، خواسته ها و پیشرفت های زن را به عقب می اندازد (فردگرایانه)
۱۲	۱۱۱	تصمیم برای داشتن فرزند باید بر عهده زن باشد نه مرد (فمینیستی)
-	۲۸۴	مجردان
-	۲۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۹) رابطه فرزندآوری با تعیین کننده های آن

با توجه به اینکه رفتار فرزندآوری و نیز تمایل به فرزندآوری در این پژوهش به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است؛ و نیز براساس چارچوب مفهومی مطالعه، متغیرهای معنا، هنجار، فرصت و هویت یابی فرزندآوری به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده، ماتریس همبستگی زیر بدست آمده است.

چنانچه ملاحظه می گردد در عین اینکه همه متغیرهای مستقل در سطح معناداری کوچکتر یا مساوی کمتر از یک درصد با تعداد فرزندان موجود و مطلوب معناداری آماری را نشان می دهد؛ ضریب همبستگی فرصت فرزندآوری برابر با ۰/۲۱ و نیز معنای فرزنددی برابر با ۰/۱۸- است. در واقع مشاهده می گردد هر چه زنان فرصت فرزندآوری بیشتری داشته و نیز معنای نهادی بیشتری به فرزندآوری داشته باشند، تعداد فرزند دارند و بر عکس. جالب است هرچه نگاه زنان به فرزنددی فردگرایی و فمینیستی بوده، فرزند کمتری به دنیا آورده اند. در مرحله بعد احساس هویت و هویت یابی از طریق فرزند در قالب نقش مادری نیز تاثیر دارد؛ ولی هنجار اجتماعی فرزندآوری رابطه معناداری را نشان می دهد؛ به عنایت بدین که ۸۴ درصد زنان اعلام کرده بودند که خانواده یا اطرافیان انتظار دارند که بچه دار شوند؛ ولی عملاً چنین چیزی در عمل اتفاق نیفتاده است؛ بیش از همه داشتن فرزند تحت تاثیر محدودیت های زندگی خانوادگی و فرصت های شخصی زنان برای داشتن فرزند از یکسو و از سوی دیگر، معنایی که فرزند در ذهن آنها متبادر می سازد؛ به عبارتی معنایی که در سطح فیزیک جسمی زنانه، به صورت معنای فردگرایانه خود را عیان می سازد؛ و از سوی دیگر، در سطحی فکری و کلان ذهنی، معنایی فمینیستی مبنی بر توان کنترل فرزندآوری و تعویق آن با چانه زنی بر حسب وضعیت ساختاری قدرت یا با مدد تکنولوژی های نوین که به نوبه خود پزشکی شدن مادری را رقم می زند، همراه می شود.

جدول ۹-۲: وضعیت ماتریس همبستگی ارزش ها و نگرش های زنان با فرزندآوری

فرصت فرزندآوری	هویت یابی فرزندی	هنجار اجتماعی فرزند	معنای فرزندی	تعداد فرزند مطلوب	تعداد فرزند موجود	ضرایب
*۰/۲۱	**۰/۱۴	۰/۰۷	** -۰/۱۸	** ۰/۵۰	۱	فرزند موجود
۰/۰۹	**۰/۲۱	۰/۰۹	** - ۰/۱۹	۱		فرزند مطلوب
۰/۰۱	** -۰/۱۷	۰/۰۵	۱			معنای فرزندی
۰/۰۸	**۰/۲۶	۱				هنجار اجتماعی فرزند
*۰/۱۲	۱					هویت یابی فرزندی
۱						فرصت فرزندآوری

۱۰-۲) رابطه فرزندآوری با ویژگی های فردی و اجتماعی

- رابطه گروه سنی با تعداد فرزندان

طبق یافته های به دست آمده ۳۳ درصد زنان متأهل ۱۵ تا ۳۰ ساله اصلاً فرزندى ندارند. ۶۶ درصد همین گروه سنی یک فرزند دارند. در مقابل ۵۵ درصد زنان ۴۵ سال و بیشتر سه فرزند بیشتر دارند و فقط سه درصد بدون فرزند هستند. با توجه به نمونه ۱۲۰۰ نفری تحقیق و در نظر گرفتن آلفای کوچک تر یا مساوی یک درصد، سطح معناداری حاصل طبق آزمون آماری مطلوب می باشد ($s = ۰/۰۰۰$). بنابراین می توان چنین استنباط نمود که زنان متأهل جوان به طور معناداری بیش از زنان متأهل بزرگسال فرزند دارند. در این میان نیز ۳ درصد زنان ۴۵ سال و بیشتر هیچ فرزندى ندارند.

- رابطه سطح سواد با تعداد فرزندان

چنانچه جدول یافته های حاصل نشان می دهد هر چه میزان سواد زنان افزایش می یابد تعداد فرزندان آنها کمتر می شود؛ در واقع ۵۹ درصد زنان زیر دیپلم و در مقابل ۱۲ درصد زنان بالاتر از دیپلم، سه فرزند و بیشتر دارند. همچنین زنان که تاکنون فرزندى نداشته اند ۴ درصد زیردیپلم، ۵ درصد دیپلم و ۲۱ درصد تحصیلات عالی دارند. بنابراین مشاهده می گردد به طور خاص زنان دارای تحصیلات دانشگاهی ۲۱ درصد بدون فرزند و نیز ۱۲ درصد دارای سه فرزند و بیشتر هستند. همچنین به توجه به اینکه فرصت اجتماعی زنان با تعداد فرزندان رابطه آماری معنادار بسیاری داشت می توان بیان داشت یکی از این محدودیت ها ادامه تحصیل در مقاطع عالی می باشد که در این خصوص تایید شده است.

- رابطه وضعیت اشتغال با تعداد فرزندان

بررسی حاصل نشان می دهد که ۴۰ درصد زنان در حال تحصیل و در مقابل ۶ درصد زنان خانه دار فرزندی ندارند و در مقابل ۳۶ درصد زنان خانه دار و ۱۳ درصد زنان در حال تحصیل سه فرزند و بیشتر دارند. بنابراین می توان بیان داشت وقتی زنان متاهل درگیر تحصیل و اشتغال باشند به تاخیر در فرزند آوری مواجه می شوند.

– رابطه کفایت درآمد با تعداد فرزندان

نتایج بدست آمده نشان می دهد که هیچ رابطه معنادار آماری بین وضعیت کفایت درآمدی با تعداد فرزندان مشاهده نمی گردد؛ به عبارتی خانواده به لحاظ مالی تامین باشند یا نباشند تاثیری بر میزان فرزندآوری آنها ندارد. در واقع در بین کسانی که سه فرزند دارند، به ترتیب ۳۶، ۳۴ و ۲۶ درصد کفایت درآمدی شان در حد کم، متوسط و زیاد می باشد. در مجموع چنانچه فرصت های فرزندآوری را در قالب محدودیت هایی از قبیل سن، سواد، اشتغال و درآمد در نظر بگیریم، بیش از همه تحت تاثیر سن و سواد زنان و در آخر اشتغال آنها می باشد؛ به عبارتی زیرا که هر چه سن زنان متاهل کمتر، سوادشان بیشتر و کمتر خانه دار باشند، میزان فرزندآوری آنها کاهش می یابد.

جدول ۱۰-۲: وضعیت تعداد فرزند موجود بر حسب ویژگی های فردی

ویژگی های فردی/ فرزند		بدون فرزند	یک فرزند	دو فرزند	سه و بیشتر	جمع
سن	۱۵ تا ۳۰ سال	۳۳	۴۶	۱۷	۴	۱۰۰
	۳۰ تا ۴۵ سال	۱۱	۳۱	۴۴	۱۴	۱۰۰
	۴۵ سال و بیشتر	۳	۷	۳۵	۵۵	۱۰۰
آزمون آماری						
$K_b = ۰/۴۹$ $S = ۰/۰۰۰$						
سواد	زیر دیپلم	۴	۱۱	۲۶	۵۹	۱۰۰
	دیپلم	۵	۲۲	۴۹	۲۴	۱۰۰
	بالتر از دیپلم	۲۱	۳۲	۳۵	۱۲	۱۰۰
آزمون آماری						
$K_b = - ۰/۴۰$ $S = ۰/۰۰۰$						
اشتغال	شاغل	۲۲	۲۲	۳۸	۱۸	۱۰۰
	در حال تحصیل	۴۰	۲۷	۲۰	۱۳	۱۰۰
	خانه دار	۶	۲۱	۳۷	۳۶	۱۰۰
آزمون آماری						
$X^2 = ۶۹$ $V = ۰/۲۰۱۶$ $S = ۰/۰۰۰$						
کفایت درآمد	کم	۷	۲۱	۳۶	۳۶	۱۰۰
	متوسط	۱۰	۲۲	۳۴	۳۴	۱۰۰
	زیاد	۱۱	۲۲	۴۱	۲۶	۱۰۰
آزمون آماری						
$K_b = - ۰/۰۶$ $S = ۰/۰۳$						

۳) ارزش ها و نگرش های زنان نسبت به نقش مادری

۳-۱) تمایل به نقش مادری

اکثریت مطلق دختران و زنان تهرانی علاقه بسیاری به پذیرش نقش مادری دارند؛ در واقع به طور سرجمع ۸۱ درصد در حد بسیار بدین بخش از هویت اجتماعی علاقه دارند. در مقابل ۷ درصد زنان چنین نقشی برایشان چندان اهمیت ندارد. در این باره نیز ۱۲ درصد در حد متوسط تمایل به داشتن فرزند دارند.

جدول ۳-۱: چقدر به مادر شدن علاقه و تمایل دارید؟

درصد	تعداد	تمایل به نقش مادری
۴	۴۷	اصلاً
۳	۴۰	کم
۱۲	۱۴۸	تاحدودی
۵۲	۶۰۹	زیاد
۲۹	۳۳۸	خیلی زیاد
-	۱۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۲) هنجار نقش مادری

در بحث از تاثیر و انتظارات خانواده و اطرافیان از یک زن مبنی بر پذیرش و ایفای نقش مادری در طول زندگی، ۵۵ و ۲۵ درصد به ترتیب در سطح زیاد و خیلی زیاد بدان اشاره کرده اند. در مقابل حدود ۷ درصد چندان به هنجارمندی اجتماعی آن اشاره ننموده اند و تحت تاثیر فشار اجتماعی اطرافیان نیستند.

جدول ۳-۲: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما مادر می شدید/شوید؟

درصد	تعداد	هنجار نقش مادری
۳	۳۷	اصلاً
۴	۴۰	کم
۱۳	۱۵۲	تاحدودی
۵۵	۶۴۱	زیاد
۲۵	۲۸۹	خیلی زیاد
-	۴۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۳) هویت یابی نقش مادری

دختران و زنان شهر تهران در پاسخ به سوال: «چقدر نسبت به مادر شدن خود افتخار می کنید؟» حدود ۸۳ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و در مقابل ۶ درصد در حد اصلاً و کم بدان اشاره کرده اند. بنابراین بیشتر دختران و زنان شهر تهران، مادر شدن و ایفای نقش مادری برای فرزندان خود را مهم می دانند.

جدول ۳-۳: چقدر به مادر شدن خود افتخار می کنید؟

درصد	تعداد	هویت یابی مادری
۳	۳۰	اصلاً
۳	۲۸	کم
۱۱	۱۲۹	تاحدودی
۴۷	۵۴۱	زیاد
۳۶	۴۱۴	خیلی زیاد
-	۵۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۴) فرصت نقش مادری

در بحث از مسائل های فردی و خانوادگی مختلف پیرامون پذیرش نقش مادری در بین زنان شهر تهران، بررسی صورت گرفته حاکی از آن است ۶۱ درصد زنان برای بچه دار شدن محدودیتی ندارند؛ به طور دقیق تر ۴۱ درصد اصلاً و ۲۰ درصد در حد کم بدان اشاره کرده اند. در این میان نیز کمتر از یک پنجم دچار محدودیت های مختلف هستند.

جدول ۳-۴: چقدر برای مادر شدن با مشکل و محدودیت مواجه اید؟

درصد	تعداد	فرصت نقش مادری
۴۱	۴۶۷	اصلاً
۲۰	۲۲۷	کم
۲۰	۲۳۲	تاحدودی
۱۰	۱۱۷	زیاد
۹	۹۸	خیلی زیاد
-	۵۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۵) معنای نقش مادری

با توجه به وجه نظرات مختلف دختران و زنان تهرانی پیرامون نقش و فهم ایفای مادری، ۵۳ درصد با داشتن نگاهی کارکردی با عبارت: «زنان با مادر شدن عزت و احترام پیدا می کنند» موافق بودند. همچنین ۲۵ درصد در وجه نظری دینی موافق با گویه «بهشت زیر پای مادران است» هستند. البته ۶ درصد نظر فمینیستی و ۱۶ درصد فردگرایی دارند.

جدول ۳-۵: با کدامیک از نظرات زیر در زمینه مادر شدن موافقت می کنید؟

درصد	تعداد	معنای نقش مادری
۵۳	۶۲۲	زنان با مادر شدن عزت و احترام پیدا می کنند (کارکردی)
۲۵	۲۹۴	بهشت زیر پای مادران است (دینی)
۱۶	۱۸۸	مادر بودن چیزی جز زحمت و مسئولیت نیست (فردگرایی)
۶	۶۸	مادر شدن به بدن و جسم زن لطمه می زند (فمینیستی)
-	۲۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۶) رابطه رفتار مادری با تعیین کننده های آن

چنانچه ملاحظه می گردد رابطه تمایل به پذیرش نقش مادری با میزان احساس افتحار و غرور نسبت به مادری رابطه وجود دارد، امری که بدان احساس هویت مادری اطلاق می گردد. همچنین ساختار اجتماعی جامعه در قابل واقعیت های اجتماعی الزام آور الگوی معنادار با تاثیرگذاری بالایی را بر تمایل به مادر شدن نشان می دهد. از سویی به موازت اینکه افراد معنای مادری را فمینیستی و فردگرایانه می بینند، میزان تمایل آنها به مادر شدن کاهش می یابد. در صورتی که میزان فرصت داشتن برای مادری ارتباطی با پذیرش آن ندارد.

جدول ۳-۶: وضعیت ماتریس همبستگی ارزش ها و نگرش های زنان با مادری

ضرایب	تمایل	فرصت	هنجار	هویت	معنا
تمایل	۱	۰/۰۰۲	** ۰/۴۶	** ۰/۵۹	** - ۰/۲۱
فرصت	۱		- ۰/۰۵	۰/۰۲	** - ۰/۱۰
هنجار				** ۰/۴۳	** - ۰/۱۱
هویت				۱	** - ۰/۲۳
معنا					۱

۳-۷) رابطه تمایل به نقش مادری با ویژگی های فردی آن

- وضع تأهل با تمایل به نقش مادری

چنانچه یافته های حاصل نشان می دهد زنان متأهل بیش از دختران مجرد تمایل به مادر شدن دارد. به عبارتی دقیق تر ۸۷ درصد متأهلان و ۵۸ درصد مجردان در سطح زیاد و در مقابل ۲۲ و ۳ درصد مجردان و متأهلان چندان علاقه مند نیستند.

- رابطه گروه سنی با تمایل به نقش مادری

طبق یافته های به دست آمده نشان می دهد به مراتب اینکه سن زنان بالاتر می رود، تمایل به نقش مادری بیشتر می شود. به طور مشخص تر تفاوت در میزان تمایل و پذیرش نقش مادری در مقایسه گروه سنی ۱۵ تا ۳۰ ساله با ۳۰ تا ۴۵ ساله و ۴۵ ساله ها و بیشتر مشهودتر است.

- رابطه سطح سواد با تمایل به نقش مادری

چنانچه جدول یافته های حاصل نشان می دهد هر چه میزان سواد زنان افزایش می یابد میزان تمایل آنها به مادر شدن کمتر می شود؛ در واقع ۸۹ درصد زنان زیر دیپلم و در مقابل ۷۲ درصد زنان بالاتر از دیپلم، در حد زیاد علاقه مند هستند.

- رابطه وضعیت اشتغال با تمایل به نقش مادری

بررسی حاصل نشان می دهد که ۵۸ درصد زنان در حال تحصیل و در مقابل ۸۷ درصد زنان خانه دار در حد زیاد به مادر شدن علاقه مند و در مقابل به ترتیب ۳ و ۲۰ درصد در حد کم تمایل دارند. بنابراین می توان بیان داشت وقتی زنان متأهل درگیر تحصیل و اشتغال تمایل کمتری به هویت مادری دارند.

- رابطه کفایت درآمد با تمایل به نقش مادری

نتایج بدست آمده نشان می دهد که رابطه معنادار آماری بین وضعیت کفایت درآمدی با تمایل به مادری مشاهده نمی گردد؛ بنابراین وضع اقتصادی افراد تاثیری بر پذیرش نقش مادری ندارد.

جدول ۷-۳: تمایل به ایفای نقش مادری بر حسب ویژگی های فردی

ویژگی های فردی / رفتار	کم	متوسط	زیاد	جمع
وضع تاهل	مجرد	۲۲	۲۰	۵۸
	متاهل	۳	۱۰	۸۷
آزمون آماری				$X^2 = 145$ $V = 0/35$ $S = 0/000$
سن	۱۵ تا ۳۰ سال	۱۴	۱۶	۷۰
	۳۰ تا ۴۵ سال	۶	۱۴	۸۰
	۴۵ سال و بیشتر	۴	۸	۸۸
	آزمون آماری			
سواد	زیر دیپلم	۴	۷	۸۹
	دیپلم	۵	۱۲	۸۳
	بالتر از دیپلم	۱۱	۱۷	۷۲
	آزمون آماری			
اشتغال	شاغل	۱۲	۱۵	۷۳
	در حال تحصیل	۲۰	۲۲	۵۸
	خانه دار	۳	۱۰	۸۷
	آزمون آماری			
کفایت درآمد	کم	۷	۱۵	۷۸
	متوسط	۶	۱۰	۸۴
	زیاد	۸	۱۳	۷۹
	آزمون آماری			

۴) ارزش ها و نگرش های زنان پیرامون زندگی زناشویی

۴-۱) رضایت از زندگی مشترک

چنانچه در جدول زیر مشاهده می گردد اکثریت مطلق (۷۳ درصد) زنان متأهل نمونه تحقیق، از زندگی خود در سطح زیاد و خیلی زیاد رضایت دارند. نسبت کسانی که رضایت کمی دارند برابر با ۳ درصد در سطح کم و ۴ درصد از زندگی با همسرشان راضی نیستند. حدود یک پنجم زنان شهر تهران در حد متوسط از زندگی شان اعلام رضایت نموده اند.

جدول ۱-۴ الف: از زندگی مشترک با همسران چقدر رضایت دارید؟

درصد	تعداد	رضایت از زندگی مشترک
۴	۳۳	اصلاً
۳	۲۸	کم
۲۰	۱۸۰	تاحدودی
۵۲	۴۷۶	زیاد
۲۱	۱۹۳	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

یکی از مولفه های دیگری که در قالب رضایت زندگی مشترک قابل مطالعه می باشد؛ وضعیت ثبات زندگی مشترک است. یافته های حاصل نشان می دهد که ۴۸ درصد خانواده ها در شهر تهران با همدیگر به خوبی و آرامش زندگی می کنند. در مقابل یک درصد خانواده ها امیدوار به جدایی از همسرشان می باشد. همچنین ۳۷ درصد عنوان کرده اند که با همسرشان اختلاف دارند، ولی با گفتگو حل می کنند؛ گرچه ۵/۵ درصد به خاطر هنجارهای اجتماعی به زندگی ادامه می دهند. حدود ۸/۵ درصد نیز در وجه نظری میانه، امیدواری خود را از تداوم زندگی مشترک اعلام کرده اند.

جدول ۱-۴ ب: در حال حاضر زندگی مشترک شما مصداق کدامیک از موارد زیر است؟ فقط یک مورد را بیان کنید؟

درصد	تعداد	رضایت از زندگی مشترک
۴۸	۴۳۱	با همسر، به خوبی و آرامش زندگی می کنم
۳۷	۳۲۷	با همسر اختلاف دارم ولی با گفتگو آن را حل می کنم
۹	۷۶	با همسر اختلاف زیاد دارم ولی به ادامه زندگی، امیدوارم
۵	۴۹	با همسر فقط به خاطر یکسری مسائل مانند بچه ها، خانواده ها، حرف مردم و... زندگی می کنم
۱	۱۰	امیدوارم روزی بتوانم از همسر جدا شوم
-	۲۳	ازدواج کرده ولی بدون همسر بر اثر فوت یا طلاق
-	۲۸۴	هرگز ازدواج نکرده
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۴) هویت یابی زندگی مشترک

حفظ و پایداری زندگی مشترک در بین زنان متأهل شهر تهران از اهمیت بسیاری برخوردار است. طبق بررسی حاصل ۹۴ درصد از آنها در حد زیاد و خیلی زیاد مقید به حفظ و ادامه زندگی مشترک شان هستند. نسبت کسانی که حفظ زندگی برای شان مهم نیست حدود یک درصد است.

جدول ۲-۴: چقدر حفظ و ادامه زندگی مشترک برای شما مهم است؟

درصد	تعداد	هویت یابی زندگی مشترک
۰/۸	۷	اصلاً
۰/۲	۲	کم
۵	۴۷	تا حدودی
۵۲	۴۴۵	زیاد
۴۲	۳۵۹	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۲۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۳-۴) هنجار زندگی مشترک

طبق بررسی به عمل آمده از زنان مورد مطالعه، انتظارات اجتماعی از سوی خانواده و اطرافیان مبنی بر حفظ و تعهد به زندگی، وضعیت بالایی را نشان می دهد. ۹۱/۵ درصد زنان متأهل مورد مطالعه در حد بسیار زیاد و در مقابل ۱/۵ درصد بسیار کم و اصلاً بدان اشاره کرده اند.

جدول ۳-۴: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که زندگی مشترک تان را حفظ کنید؟

درصد	تعداد	هنجار زندگی مشترک
۱	۷	اصلاً
۰/۵	۴	کم
۸	۶۴	تا حدودی
۵۱/۵	۴۳۶	زیاد
۴۰	۳۳۶	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۶۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۴) فرصت زندگی مشترک

حدود نیمی از زنان در زندگی مشترک شان با مشکل و محدودیت های خاصی روبرو نیستند (۳۸ درصد). در مقابل ۲۳ درصد در سطح زیاد و خیلی زیاد بدان اشاره کرده اند؛ به عبارتی یک چهارم دچار مسائل خانوادگی خاص خود هستند. حدود یک سوم نیز نظری در حد متوسط داشته اند.

جدول ۴-۴: در زندگی مشترک چقدر با مشکلات و محدودیت های مختلف روبرو هستید؟

درصد	تعداد	فرصت زندگی مشترک
۱۸	۱۵۹	اصلاً
۳۰	۲۶۰	کم
۲۹	۲۴۸	تاحدودی
۱۳	۱۰۹	زیاد
۱۰	۸۷	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۵۳	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۵) آزادی در انتخاب همسر

بررسی های حاصل از میزان اختیار زنان در حین ازدواج و انتخاب همسر بیانگر آن است که حدود یک سوم آنها یعنی برابر با ۲۷ درصد چندان اختیاری نداشته و در مقابل ۵۹ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد در انتخاب همسرشان آزاد بودند. بنابراین فشارهای مختلف از سوی خانواده و دیگران نقش بسزایی در نحوه ازدواج فرزندان دارند.

جدول ۴-۵: تا چه حد انتخاب همسرتان با اراده و اختیار شما صورت گرفته است؟

درصد	تعداد	آزادی در انتخاب همسر
۱۷	۱۵۶	اصلاً
۱۰	۹۴	کم
۱۴	۱۳۰	تا حدودی
۳۸	۳۴۴	زیاد
۲۱	۱۸۷	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۵	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۶) میزان تمایل به زندگی مجدد با همسر

بیش از دوسوم زنان متأهل تهرانی (۶۴ درصد) در صورت امکان تمایل به ازدواج مجدد با همسرانشان هستند، حدود ۱۸ درصد تاحدودی و در مقابل به ترتیب ۱۳ و ۵ درصد در سطح «اصلاً» و «کم» تمایل دارند؛ که به نوعی نارضایتی از تدام زندگی مشترک با همسرشان را نشان می دهد.

جدول ۶-۴: اگر امکان داشت که دوباره ازدواج کنید؛ چقدر تمایل دارید همسرتان را مجدداً انتخاب کنید؟

درصد	تعداد	میزان تمایل به زندگی مجدد
۱۳	۱۱۴	اصلاً
۵	۳۹	کم
۱۸	۱۵۹	تاحدودی
۴۱	۳۶۲	زیاد
۲۳	۲۰۳	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجرد
-	۳۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۴) معیارهای همسرگزینی قبل از ازدواج

با توجه به نگرش های مختلف زنان متأهل در خصوص معیارهای همسرگزینی قبل و بعد از ازدواج، طبق بررسی صورت گرفته از میان نه معیار همسرگزینی مورد نظر، خوش اخلاق بودن با ۳۱ درصد، خانواده دار بودن با ۱۹ درصد و تعهد به زندگی زناشویی با ۱۱ درصد بیشترین اهمیت را داشته اند. در مقابل توانایی تأمین یک زندگی عادی، پولدار شدن و خوش تیپ بودن جز معیارهایی است که کمتر مورد توجه زنان در حین ازدواج بوده اند.

جدول ۷-۴: قبل از ازدواج، مهمترین معیار شما برای انتخاب همسر چه مواردی بود؟

اولویت سوم	اولویت دوم	اولویت اول	معیارهای همسرگزینی
۱۶	۲۴	۳۱	خوش اخلاق بودن
۱۳	۱۹	۱۹	خانواده دار بودن
۱۷	۱۵	۱۱	تعهد به زندگی زناشویی
۷	۹	۱۰	مذهبی بودن
۵	۶	۹	تحصیلات بالا
۱۳	۹	۸	عشق و علاقه
۴	۳	۴	خوش تیپ بودن
۱۲	۷	۴	پولدار بودن
۱۳	۸	۴	توانایی تأمین یک زندگی عادی
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

۴-۸) معیارهای همسرگزینی بعد از ازدواج

همانطور که مشاهده می گردد زنان متأهل مورد مطالعه بعد از داشتن تجربه زندگی مشترک در اولویت نخست به خوش اخلاق بودن (۴۰ درصد)، به عنوان مهم ترین معیار اشاره کرده اند. تعهد به زندگی زناشویی با ۱۳ درصد و خانواده دار بودن با ۱۲ درصد در مراتب بعدی قرار می گیرد. البته چنانچه ملاحظه می گردد سه معیار همسرگزینی مورد نظر افراد قبل از ازدواج مشابه تجربیات بعد از ازدواج می باشد؛ با این تفاوت که جای دو متغیر تعهد به زندگی زناشویی و خانواده دار بودن تغییر یافته است.

جدول ۴-۸: با توجه به تجربه زندگی مشترک، مهمترین معیارهای انتخاب همسر چه مواردی است؟

اولویت سوم	اولویت دوم	اولویت اول	معیارهای همسرگزینی
۳۱	۲۵	۴۰	خوش اخلاق بودن
۱۱	۱۹	۱۳	تعهد به زندگی زناشویی
۱۹	۱۸	۱۲	خانواده دار بودن
۱۲	۸	۱۲	مذهبی بودن
۳	۸	۷	پولدار بودن
۹	۸	۷	عشق و علاقه
۷	۳	۴	تحصیلات بالا
۴	۱۰	۴	توانایی تأمین یک زندگی عادی
۴	۱	۱	خوش تیپ بودن
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

۹-۴) معیارهای همسرگزینی در بین مجردان

بررسی نظرات مختلف زنان مجرد پیرامون معیارهای همسرگزینی نشان می‌دهد که «خوش اخلاق بودن» با ۳۲ درصد در مرتبه نخست قرار دارد. در مراتب بعدی خانواده دار بودن با ۱۷ درصد و داشتن تحصیلات بالا با ۱۵ درصد قرار دارد. جالب است خوش تیپ بودن، توانایی تأمین یک زندگی عادی و عشق و علاقه از معیارهای کم اهمیت دختران مجرد می‌باشد.

جدول ۹-۴: قبل از ازدواج، مهمترین معیار شما برای انتخاب همسر چه مواردی بود؟

اولویت سوم	اولویت دوم	اولویت اول	معیارهای همسرگزینی
۱۷	۲۵	۳۲	خوش اخلاق بودن
۱۳	۱۸	۱۷	خانواده دار بودن
۹	۱۱	۱۵	تحصیلات بالا
۱۴	۱۳	۱۵	تعهد به زندگی زناشویی
۱۵	۹	۵	پولدار بودن
۴	۵	۵	مذهبی بودن
۱۳	۶	۵	عشق و علاقه
۹	۹	۴	توانایی تأمین یک زندگی عادی
۶	۴	۲	خوش تیپ بودن
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

۴-۱۰) نگرش زنان به همبالینی (ازدواج سفید)

با توجه به آمار و ارقام حاصل در زمینه زندگی غیر رسمی عده ای از دختران و پسران بدون عقد شرعی، قانونی و اجتماعی تحت عنوان همبالینی یا ازدواج سفید به بررسی نگرش زنان و دختران نشان می دهد که ۷۵ و ۱۳ درصد افراد در سطح کاملاً مخالف و مخالف به این پدیده نگاه می کنند. در مقابل ۶ درصد نظری بین نه موافق و نه مخالف داده اند. همچنین ۶ درصد در سطح موافق و کاملاً موافق می باشند. به طور دقیق تر حدود یک درصد زنان و دختران شهر تهران با این رفتار موافق اند که با توجه به وضعیت نهادمندی خانواده ایرانی نسبت قابل تاملی می باشد.

جدول ۱۰-۴: بعضی از دختران و پسران در جامعه، بدون عقد رسمی به اصطلاح «ازدواج سفید»

با هم زندگی می کنند، چقدر با رفتار آنها موافق یا مخالف اید؟

درصد	تعداد	نگرش به همبالینی
۷۵	۸۶۹	کاملاً مخالف
۱۲	۱۴۶	مخالف
۶	۶۹	نه موافق نه مخالف
۶	۶۸	موافق
۱	۱۰	کاملاً موافق
-	۳۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۱۱) رابطه رضایت از زندگی با تعیین کننده های آن

چنانچه ملاحظه می گردد رابطه تمایل به ازدواج مجدد با همسر با رضایت از زندگی مشترک ارتباط بسیاری وجود دارد. از طرفی کسانی که بیان داشته اند خانواده و اطرافیان شان انتظار حفظ زندگی مشترک دارند و ادامه زندگی مشترک برای شان مهم است از زندگی خود رضایت بیشتری دارند. دیگر یافته ها مهم بیانگر آن است که به موازت اینکه افراد در زندگی مشترک با مسائل و مشکلات مختلف روبرو می شوند، رضایت از زندگی مشترک بیشتر می شود. بنابراین تجربه درد مشترک بین زوجین به نوبه خود سهم بسزایی در ساخت و بهبود زندگی دارند.

جدول ۴-۱۱: ماتریس همبستگی رضایت از زندگی با تعیین کننده های آن

ضرایب	رضایت	تمایل	هویت	هنجار	فرصت
رضایت	۱	**۰/۶۱	**۰/۳۴	**۰/۲۹	** - ۰/۳۰
تمایل به زندگی	۶	۱	**۰/۳۷	۰/۳۰	** - ۰/۳۶
هویت			۱	**۰/۶۸	۰/۰۰۵
هنجار				۱	۰/۰۵
فرصت					۱

۴-۱۲) رابطه ویژگی های فردی با رضایت از زندگی

- رابطه گروه سنی با رضایت از زندگی

طبق یافته های به دست آمده نشان می دهد به مراتب اینکه سن زنان متأهل بالاتر می رود، رضایت از زندگی زناشویی آنها کمتر می شود، و در مقابل زنان متأهل گروه های سنی ۱۵ تا ۳۰ و ۳۰ تا ۴۵ رضایت زناشویی بالاتری را اعلام کرده اند. در واقع می توان بیان نمود که زنان از سن ۴۵ سالگی به بعد رضایت کمتری را از زندگی مشترک در مقایسه با سایر گروه ها پیدا می کنند.

- رابطه سطح سواد با رضایت از زندگی

چنانچه جدول یافته های حاصل نشان می دهد هر چه میزان سواد زنان افزایش می یابد میزان رضایت از زندگی زناشویی بیشتر می شود. در مقابل ۶۶ درصد زنان دیپلم، و به ترتیب ۷۶ و ۷۹ درصد زنان دیپلم و بالاتر از دیپلم در سطح زیاد از زندگی مشترک شان راضی اند.

- رابطه وضعیت اشتغال با رضایت از زندگی

بررسی حاصل نشان می دهد که ۹۳ درصد زنان در حال تحصیل و در مقابل ۷۳ و ۷۴ درصد زنان خانه دار و شاغل در حد زیاد از زندگی خود راضی اند. البته این تفاوت چندان مشهود نیست تا منجر به تایید رابطه ای معنادار گردد.

- رابطه کفایت درآمد با رضایت از زندگی

نتایج بدست آمده نشان می دهد که رابطه معنادار آماری بین وضعیت کفایت درآمدی با رضایت از زندگی مشترک وجود دارد؛ به طور دقیق تر ۵۷، ۷۵ و ۸۴ درصد از زنانی از زندگی خانوادگی خود رضایت دارنده ترتیب در حد کم، متوسط و زیاد درآمدشان کفایت زندگی شان را می دهد.

در مجموع طبق بررسی حاصل می توان بیان داشت زنان متأهل ساکن شهر تهرانی که بیش از ۴۵ سال و بیشتر دارند، سوادشان در حد زیر دیپلم است و درآمدشان در حد کمی کفایت هزینه های زندگی شان را می دهد در مقایسه با سایر سطوح مورد مطالعه از زندگی مشترک با همسرشان رضایت کمتری دارند، به گونه ای که با اطمینان ۹۹ درصد می توان این یافته را به جامعه آماری تعمیم داد.

جدول ۱۲-۴: وضعیت رضایت از زندگی بر حسب ویژگی های فردی

ویژگی های فردی / رضایت	کم	متوسط	زیاد	جمع
سن	۳	۱۵	۸۲	۱۰۰
	۳	۱۶	۸۱	۱۰۰
	۱۱	۲۴	۶۵	۱۰۰
	آزمون آماری			$K_b = - ۰/۱۸$ $S = ۰/۰۰۰$
سواد	۱۲	۲۳	۶۶	۱۰۰
	۴	۲۰	۷۶	۱۰۰
	۴	۱۷	۷۹	۱۰۰
	آزمون آماری			$K_b = ۰/۱۲$ $S = ۰/۰۰۰$
اشتغال	۱۰	۱۶	۷۴	۱۰۰
	-	۷	۹۳	۱۰۰
	۶	۲۱	۷۳	۱۰۰
	آزمون آماری			$X^2 = ۷$ $V = ۰/۰۶$ $S = ۰/۱۲$
کفایت درآمد	۱۷	۲۶	۵۷	۱۰۰
	۵	۲۰	۷۵	۱۰۰
	۲	۱۴	۸۴	۱۰۰
	آزمون آماری			$K_b = ۰/۲۰$ $S = ۰/۰۰۰$

۵) ارزش ها و نگرش های دختران پیرامون ازدواج

۵-۱) میزان تمایل به ازدواج

بیش از یک سوم دختران در شهر تهران (۳۷ درصد) تمایل بسیاری به ازدواج و تشکیل خانواده دارند و در مقابل ۳۱ درصد چندان علاقه مند نیستند. در واقع نسبت دخترانی که تمایل به ازدواج دارند و عده ای که ندارند و نیز کسانی که در حد متوسط اظهار علاقه کرده اند، برابراست.

جدول ۱-۵: چقدر تمایل به ازدواج و تشکیل زندگی مشترک دارید؟

درصد	تعداد	میزان تمایل به ازدواج
۱۶	۴۴	اصلاً
۱۵	۴۲	کم
۳۲	۹۰	تاحدودی
۳۳	۹۳	زیاد
۴	۱۲	خیلی زیاد
-	۹۱۶	متاهل
-	۳	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۲-۵ سن مناسب ازدواج

در بین دختران علاقه مند به ازدواج، بررسی ها نشان می دهد که میانگین سن تمایل به ازدواج برابر با ۲۷ سال، میانه نیز ۲۷ سال، و بیشترین سنی که دختران مجرد تمایل به ازدواج دارند ۲۵ سال است که حدود ۲۲ درصد نمونه را شامل می شود. در اولویت دوم، ۳۰ سالگی است که ۱۸ درصد دختران بدان اشاره کرده اند. همچنین ۱۲ درصد در سن ۲۸ سالگی، ۱۱ درصد در سن ۲۷ سالگی، ۹ درصد در سن ۲۴ سالگی تمایل به ازدواج دارند. در واقع بازه سن مطلوب دختران از ۲۴ تا ۳۰ سالگی گزارش شده است. البته در پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیان، سن مناسب ازدواج برای پسران برابر با ۲۵/۶ و برای دختران ۲۱/۲ سال به دست آمده است. جالب اینکه مردان در مقایسه با زنان، هم برای پسران و دختران سنین پایین تری را برای ازدواج مناسب دانسته اند (پیمایش ارزش ها و نگرش ها، ۱۳۹۴) بنابراین در این مطالعه نظر خواهی از دختران مجرد میانگین سن مطلوب ازدواج را تا ۲۷ سال افزایش داده است.

جدول ۲-۵: دوست دارید در چه سنی ازدواج کنید؟

سن ازدواج	تعداد	درصد
تا ۲۴ سال	۱۶	۴۲
۲۵ تا ۲۹ سال	۴۱	۱۰۹
۳۰ و بالاتر	۲۲	۵۸
تمایلی ندارم	۲۱	۵۷
متاهل	۹۱۶	-
بدون پاسخ	۱۸	-
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

۵-۳) هویت یابی ازدواج

حدود ۴۸ درصد دختران ازدواج و تشکیل خانواده دغدغه و دارای اهمیت است؛ در مقابل ۲۴ درصد چندان مهم نمی باشد. در واقع مشاهده می گردد دختران مجردی که از طریق ازدواج احساس هویت می کنند دو برابر بیشتر از کسانی است که تشکیل زندگی برای شان مهم نیست.

جدول ۵-۳: چقدر ازدواج کردن و تشکیل زندگی، برای شما مهم دارد؟

درصد	تعداد	هویت یابی ازدواج
۱۲	۳۳	اصلاً
۱۲	۳۴	کم
۲۸	۷۷	تاحدودی
۴۰	۱۱۲	زیاد
۸	۲۳	خیلی زیاد
-	۹۱۶	متاهل
-	۵	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۵) هنجار ازدواج

در بین دختران مجرد مورد مطالعه حدود ۶۰ درصد اعلام کرده اند که خانواده و اطرافیان انتظار دارند که به موقع ازدواج کنند؛ در مقابل ۱۵ درصد هیچ الزام یا فشاری را از سوی خانواده احساس نمی کنند. البته در این میان ۲۵ درصد پاسخگویان در حد متوسط بدان نظر داشته اند.

جدول ۴-۵: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما ازدواج کنید؟

درصد	تعداد	هنجار ازدواج
۱۰	۲۷	اصلاً
۵	۱۴	کم
۲۵	۶۸	تاحدودی
۴۶	۱۲۵	زیاد
۱۴	۳۹	خیلی زیاد
-	۹۱۶	متاهل
-	۱۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۵-۵) فرصت ازدواج

حدود نیمی از دختران مورد مطالعه فکر می کنند که امکان و فرصت ازدواج برای آنها مسیر است؛ و در مقابل ۲۰ درصد معتقدند با مشکل و محدودیت مواجه اند. همچنین یک سوم دختران فرصت ازدواج را تاحدودی دانسته اند.

جدول ۵-۵: تاکنون چقدر امکان و فرصت ازدواج برای شما فراهم بوده است؟

درصد	تعداد	فرصت ازدواج
۱۳	۳۶	اصلاً
۷	۱۹	کم
۳۲	۹۱	تاحدودی
۴۵	۱۲۸	زیاد
۳	۸	خیلی زیاد
-	۹۱۶	متاهل
-	۲	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۵ معنای ازدواج

زنان تهرانی مورد مطالعه در پاسخ به گرایش شان به ازدواج و تشکیل خانواده، ۳۳ درصد در معنای فمینیستی معتقدند که یک دختر می تواند ازدواج نکند و مستقل زندگی کند. در این میان نیز ۳۲ درصد به آرامش و تکیه گاه بودن ازدواج توجه نشان داده اند. ۱۸ درصد افراد در برداشتی کارکردی به صاحب خانواده شدن و هویت پیدا کردن و نیز ۱۵ درصد با نگاهی دینی آن را سنتی دینی و در راستای تکمیل شدن زن بیان نموده اند.

جدول ۶-۵: با کدامیک از نظرات زیر در با کدامیک از نظرات زیر درباره ازدواج دختران موافقید؟

درصد	تعداد	معنای ازدواج
۳۲	۹۴	ازدواج باعث آرامش زنان و داشتن تکیه گاه برای آنها می شود (فردگرایانه)
۳۳	۹۳	یک دختر می تواند ازدواج نکند و مستقل زندگی کند (فمینیستی)
۱۵	۴۳	ازدواج یک سنت دینی است و موجب تکامل زن می شود (دینی)
۱۸	۵۳	دختران با ازدواج کردن صاحب خانواده می شوند (کارکردی)
-	۱	بدون پاسخ
-	۹۱۶	متاهل
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۵) معیارهای همسرگزینی دختران

در کنار بررسی نگرش زنان متأهل در خصوص معیارهای همسرگزینی قبل و بعد از ازدواج، به بررسی نظرات دختران مجرد پرداخته شد. طبق بررسی صورت گرفته از میان نه معیار همسرگزینی مورد نظر، خوش اخلاق بودن با ۳۲ درصد، خانواده دار بودن با ۱۷ درصد و تعهد به زندگی زناشویی با ۱۶ درصد بیشترین اهمیت را برای آنها دارد. در مقابل توانایی خوش تیپ بودن، تأمین یک زندگی عادی و عشق و علاقه جزو معیارهایی است که کمتر دختران برای ازدواج می باشد

جدول ۷-۵: به نظر شما مهمترین معیار انتخاب همسر کدامیک از موارد زیر است؟

معیارها	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم
خوش اخلاق بودن	۳۲	۲۴	۱۷
خانواده دار بودن	۱۷	۱۸	۱۳
تعهد به زندگی زناشویی	۱۶	۱۳	۱۴
تحصیلات بالا	۱۵	۱۱	۷
پولدار بودن	۵	۹	۱۵
مذهبی بودن	۵	۵	۴
عشق و علاقه	۵	۶	۱۳
توانایی تأمین یک زندگی عادی	۴	۹	۹
خوش تیپ بودن	۲	۴	۶
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

۸-۵) رابطه نگرش به ازدواج با تعیین کننده های آن

با توجه به تکیه این مطالعه بر چارچوبی نظری مبنی بر شرایط و فرصت هایی که رفتار افراد را شکل می دهد، ماتریس همبستگی زیر به دست آمده است. چنانچه ملاحظه می گردد رابطه تمایل به ازدواج با سن مناسب برای ازدواج رابطه معناداری را نشان می دهد، بدین معنا که کسانی که تمایل به ازدواج دارند، سن مطلوب شان برای ازدواج بالاست؛ در مقابل نیز دخترانی که چندان علاقه ای به ازدواج کردن ندارند؛ سن مطلوب ازدواج را پایین بیان داشته اند. در این میان نیز کسانی که بواسطه ازدواج احساس هویت بیشتری می نمایند، آمادگی بیشتری برای ازدواج دارند. در نوبت بعدی هر چه خانواده و اطرافیان از فرد انتظار داشته باشند که ازدواج کند رغبت بیشتری به ازدواج نشان می دهند. البته فرصت ازدواج نیز برای افراد مهم است؛ در واقع دخترانی میل به ازدواج دارند که امکان ازدواج برای آنها فراهم باشد. در این میان معنای ازدواج در بین افراد ارتباط معناداری را تمایل به ازدواج نشان نمی دهد. البته دخترانی که گرایش فمینیستی دارند، سن مطلوب آنها خیلی بالاست.

جدول ۸-۵: ماتریس همبستگی نگرش به ازدواج با تعیین کننده های آن

ضرایب	سن مناسب ازدواج	تمایل	هویت یابی	هنجار	فرصت	معنا
سن مناسب ازدواج	۱	***۰/۳۰	**۰/۲۵	۰/۰۴	۰/۰۰۱	- ۰/۱۰
تمایل		۱	**۰/۷۰	**۰/۵۹	**۰/۴۶	۰/۰۲
هویت			۱	**۰/۴۳	۰/۰۹	۰/۰۶
هنجار				۱	**۰/۲۱	۰/۰۴
فرصت					۱	۰/۰۲
معنا						۱

۹-۵) رابطه ویژگی های فردی با سن مناسب ازدواج

- گروه سنی با سن مناسب ازدواج

بررسی حاصل نشان می دهد که ۱۱ درصد افراد ۱۵ تا ۳۰ سال، ۴۵ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال و ۸۷/۵ درصد ۴۵ ساله ها و بالاتر تمایل به ازدواج ندارند. نکته قابل توجه ۱۱ درصد از دخترانی است که بین ۱۵ تا ۳۰ سال سن دارند ولی رغبت به ازدواج ندارند. البته ۵۲ درصد همین دسته از افراد، سن ۲۵ تا ۲۹ سالگی را برای ازدواج پیشنهاد داده اند. از بین دختران ۳۰ تا ۴۵ سال، ۴۵ درصد چندان رغبت به ازدواج ندارند و نیز ۳۷/۵ درصد ۳۰ سال و بیشتر را برای سن مناسب ازدواج در نظر دارند. در واقع نوعی نگاه قطبی یا ازدواج نمی کنند یا سنی را برای ازدواج مطلوب می دانند که خودشان در آن بازه قرار دارند. این تفاوت در نگرش ها به لحاظ آماری معنادار شده است. به عبارتی هر چه سن دختران بالاتر می رود، تمایل به ازدواج شان کمتر می شود.

- مقاطع تحصیلی با سن مناسب ازدواج

بررسی ها نشان می دهد که ۵۷ درصد افراد زیر دیپلم، ۱۲ درصد دختران زیر دیپلم و دیپلمه ها و ۲۶ درصد دارندگان تحصیلات عالی سن ۳۰ سال و بیشتر را برای ازدواج مطلوب می دانند. در بین افرادی که تمایل به تشکیل زندگی ندارند، دختران تحصیل کرده بیشتر می باشد. در واقع می توان نتیجه گرفت هر چه دختران مجرد سوادشان بیشتر می شود، سن مطلوب برای ازدواج شان بالاتر و نیز از سویی نیز رغبت کمتری را نسبت به تشکیل خانواده از خود نشان می دهند.

- وضعیت اشتغال با سن مناسب ازدواج

یافته های به دست آمده بیانگر آن است ۴۱ درصد زنان خانه دار، ۲۳ درصد شاغل و ۱۶ درصد زنان در حال تحصیل تمایلی به ازدواج ندارند. حدود نیمی (۴۹ درصد) از دختران مشغول به تحصیل، سن مطلوب ازدواج را ۲۵ تا ۲۹ سالگی و ۳۶ درصد شاغلان ۳۰ سال و بیشتر در نظر داشته اند. در مجموع می توان توجه داشت دختران خانه دار در مقایسه با شاغلان و مشغول به تحصیل رغبت کمتری به ازدواج دارند.

- وضعیت کفایت درآمدی با سن مناسب ازدواج

یافته های به دست آمده نشان می دهد که از بین کسانی که کفایت درآمدی پایینی در مقایسه با سایر موارد ۲۳ درصد شان تمایل به ازدواج ندارند و نیز بیش از همه یعنی حدودی ۳۶ درصد سن ۳۰ سالگی و بیشتر را برای ازدواج پیشنهاد داده اند. بنابراین مشاهده می گردد رابطه معناداری وجود ندارد؛ به تعبیری می توان بیان داشت که وضعیت درآمدی و اقتصادی خانواده ها بر تمایل به ازدواج تاثیری ندارد.

جدول ۹-۵: نگرش به سن مناسب ازدواج بر حسب ویژگی های فردی

ویژگی های فردی / رفتار	عدم تمایل به ازدواج	تا ۲۴ سالگی	تا ۲۹ سالگی	۳۰ و بیشتر	جمع
سن	۱۵ تا ۳۰ سال	۱۱	۲۰	۵۲	۱۰۰
	۳۰ تا ۴۵ سال	۴۵	۵	۱۲/۵	۱۰۰
	۴۵ سال و بیشتر	۸۷/۵	۱۱/۵	-	۱۰۰
	آزمون آماری	$X^2 = ۸۲ \quad V = ۰/۳۹ \quad K_b = - ۰/۱۵ \quad S = ۰/۰۰۰$			
سواد	زیر دیپلم	۱۵	۳۲	۴۱	۱۰۰
	دیپلم	۲۴	۲۷	۳۷	۱۰۰
	بالتر از دیپلم	۲۲	۱۰	۴۲	۱۰۰
	آزمون آماری	$X^2 = ۱۹ \quad V = ۰/۱۹ \quad K_b = ۰/۱۲ \quad S = ۰/۰۰۳$			
اشتغال	شاغل	۲۳	۸	۳۳	۱۰۰
	در حال تحصیل	۱۶	۲۲	۴۹	۱۰۰
	خانه دار	۴۱	۱۲	۲۸	۱۰۰
	آزمون آماری	$X^2 = ۳۵ \quad V = ۰/۲۵ \quad S = ۰/۰۰۰$			
کفایت درآمد	کم	۳۲	۱۴	۲۵	۱۰۰
	متوسط	۲۲	۱۶	۴۱	۱۰۰
	زیاد	۱۸	۱۷	۴۲	۱۰۰
	آزمون آماری	$X^2 = ۴ \quad V = ۰/۰۹ \quad K_b = ۰/۰۵ \quad S = ۰/۶$			

۶) ارزش ها و نگرش های زنان پیرامون امور منزل

۶-۱) انجام امور منزل در بین متأهلان

از زنان متأهل تحقیق در زمینه سهم خودشان و همسرشان پیرامون امور منزل پرسش به عمل آمد. بررسی ها نشان می دهد که اکثریت مطلق زنان خودشان به انجام امور مختلف منزل، آشپزی و پخت غذا (۹۲ درصد)، جمع آوری و شستن ظرف ها (۸۵ درصد) و پاکیزگی و نظافت منزل (۸۵ درصد) می پردازند. همچنین در این میان حدود یک پنجم اعلام کرده اند که همسرانشان در این امور تا حدودی به آنها کمک می کنند.

جدول ۶-۱: در خانه سهم شما و همسرتان در انجام امور منزل چقدر است؟

جمع	دیگران			همسر			خودم			امور منزل
	زیاد	تاحدی	اصلاً	زیاد	تاحدی	اصلاً	زیاد	تاحدی	اصلاً	
۱۰۰	۱	۱۴	۸۵	۲	۲۲	۷۶	۹۲	۷	۲	آشپزی و پخت غذا
۱۰۰	۲	۱۸	۸۰	۲	۲۵	۷۰	۸۵	۱۲	۳	جمع آوری و شستن ظرف ها
۱۰۰	۲	۱۸	۸۰	۳	۲۷	۷۰	۸۵	۱۳	۲	پاکیزگی و نظافت منزل

با عنایت به معیارهای در نظر گرفته شده برای انجام امور منزل در بین خانواده ها، ترکیب همه وظایف منزل برای زنان منجر به یک شاخص کلی گردید. بنابراین می توان نتیجه گرفت ۸۲ درصد زنان در حد کاملاً، ۳ درصد در حد خیلی زیاد و ۷ درصد در حد زیاد اذعان داشته خودشان به امور منزل می پردازند؛ از طرفی نیز ۶۵ درصد بیان نموده اند که اصلاً شوهرانشان در این موارد به آنها کمک نمی کند و نیز ۱۴ درصد در حد کم و خیلی کم بدان اشاره کرده اند. همچنین دیگر اعضای خانواده یا کسانی که در منزل دیگران کار می کنند در حد ۲ درصد زنان به عنوان مادر منزل را در امور خانواده کمک می کنند.

جدول ۱-۶: وضعیت انجام امور منزل توسط زنان متأهل، همسران و دیگران

دیگران		همسر		خودم		شاخص انجام امور منزل
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۷۷	۷۰۸	۶۵	۵۹۷	۱/۵	۱۴	اصلاً
۴	۳۴	۷	۶۰	-	-	خیلی کم
۵	۴۶	۷	۶۲	۱	۹	کم
۱۲	۱۱۰	۱۹	۱۷۱	۵/۵	۵۰	تاحدودی
۰/۳	۳	۱	۱۲	۷	۶۲	زیاد
۰/۲	۲	۰/۱	۱	۳	۲۷	خیلی زیاد
۱/۵	۱۳	۱/۵	۱۳	۸۲	۷۵۴	کاملاً
-	۲۸۴	-	۲۸۴	-	۲۸۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۲) انجام امور منزل در بین مجردان

در راستای پرسش انجام امور منزل توسط پاسخگویان، سهم دختران مجرد از پرداختن امور منزل مورد بررسی قرار گرفت. مقایسه یافته های حاصل نشان می دهد که ۳۷ درصد دختران اصلاً در منزل پدری به آشپزی و پخت غذا نمی پردازد. همچنین به ترتیب ۲۴ و ۲۵ درصد در جمع آوری و شستن ظرف ها و نیز پاکیزگی و نظافت منزل کمک نمی کنند؛ در مقابل به طور متوسط حدود یک چهارم در حد زیاد به انجام امور منزل می پردازند. پس در مقایسه یافته قبلی می توان بتوان چنین بیان نمود که در شهر تهران حدود یک پنجم مردان در حد متوسط و نیز یک چهارم دختران در حد زیاد در امور منزل کمک می کنند؛ بنابراین بار اصلی انجام امور منزل بر عهده مادر و زن خانه می باشد.

جدول ۶-۲ الف: در خانه سهم شما، مادران و سایر اعضای خانواده در انجام امور منزل چقدر است؟

جمع	دیگران			مادرم			خودم			امور منزل
	زیاد	تاحدی	اصلاً	زیاد	تاحدی	اصلاً	زیاد	تاحدی	اصلاً	
۱۰۰	۱	۱۹	۸۰	۶۴	۱۷	۱۹	۲۲	۴۱	۳۷	آشپزی و پخت غذا
۱۰۰	۳	۲۶	۷۱	۵۴	۲۲	۲۴	۲۷	۴۹	۲۴	جمع آوری و شستن ظرف ها
۱۰۰	۳	۲۶	۷۱	۵۵	۲۲	۲۳	۲۷	۴۸	۲۵	پاکیزگی و نظافت منزل

در راستای پرسش های مورد مطالعه، به ترکیب شاخص میزان انجام امور منزل توسط دختران مجرد پرداخته شد. چنانچه ارقام مندرج در جدول زیر نشان می دهد، ۲۱ درصد دختران شهر تهران، اصلاً وظایف مرتبط با خانه داری را انجام نمی دهند؛ با عنایت به نمونه دختران ۱۵ سال به بالای مجرد تحقیق، این نسبت از افراد برای آمادگی و پذیرش نقش همسری جامعه پذیر نمی گردند. در این میان ۳ درصد در حد خیلی کم و ۱۰ درصد در حد کم نیز قرار می گیرند. در مجموع ۳۴ درصد دختران چندان به امور منزل نمی پردازند و در مقابل با جمع موارد کاملاً، خیلی زیاد و زیاد (۳۰ درصد) می توان قضاوت نمود که حدود یک سوم دختران مقید به انجام امور منزل هستند و نیز یک سوم چندان اهمیت نمی دهند و مابقی در حد متوسط این امور را انجام می دهند. دیگر یافته ها در بین مجردان حاکی از این است که ۵۱ درصد در سطح کاملاً، ۳ درصد در حد خیلی زیاد و ۷ درصد در حد زیاد (در مجموع ۶۱ درصد) به انجام امور توسط منزل توسط مادرانشان اشاره کرده اند.

جدول ۲-۶: وضعیت انجام امور منزل توسط مجردان، مادرانشان و دیگران

شاخص انجام امور منزل		خودم		مادرم		دیگران	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۵۹	۲۱	۴۹	۱۷	۱۸۸	۶۶	اصلاً	
۹	۳	۲	۱	۱۷	۶	خیلی کم	
۲۸	۱۰	۱۹	۷	۲۴	۸	کم	
۱۰۴	۳۶	۳۹	۱۴	۴۸	۱۷	تا حدودی	
۲۵	۹	۲۰	۷	۲	۱	زیاد	
۶	۲	۱۰	۳	۲	۱	خیلی زیاد	
۵۳	۱۹	۱۴۵	۵۱	۳	۱	کاملاً	
۹۱۶	-	۹۱۶	-	۹۱۶	-	بدون پاسخ	
۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	۱۲۰۰	۱۰۰	جمع	

۳-۶) تمایل به انجام امور منزل

دختران و زنان مورد مطالعه عمدتاً تمایل زیادی به انجام امور مختلف منزل دارند. در واقع ۶۶ درصد زنان در حد زیاد و خیلی زیاد و در مقابل ۱۳ درصد در حد کم و اصلاً ابراز تمایل داشته اند. در این میان ۲۳ درصد نظری در حد میانه داشته اند.

جدول ۳-۶: چقدر علاقه مند به انجام دادن امور منزل هستید؟

درصد	تعداد	تمایل به انجام امور منزل
۶	۵۵	اصلاً
۷	۸۹	کم
۲۳	۲۶۹	تاحدودی
۴۷	۵۵۸	زیاد
۱۹	۲۲۳	خیلی زیاد
-	۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۴) هویت یابی انجام امور منزل

در خصوص اهمیت و ضرورت پرداختن به امور منزل به عنوان بخشی از مسائل مربوط به هویت یابی زنانه، حدود ۷۹ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و در مقابل ۶ درصد در سطح کم و اصلاً بدان اشاره کرده اند. بنابراین اکثر زنان تهرانی انجام وظایف مختلف با امور منزل برایشان مهم است.

جدول ۶-۴: چقدر رسیدگی و توجه به امور منزل، برای شما اهمیت دارد؟

درصد	تعداد	هویت یابی انجام امور منزل
۲	۲۸	اصلاً
۴	۴۴	کم
۱۵	۱۸۰	تاحدودی
۵۰	۵۹۴	زیاد
۲۹	۳۴۶	خیلی زیاد
-	۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۵) هنجار انجام امور منزل

طبق بررسی صورت گرفته حدود ۶۰ درصد زنان اعلام کرده اند که خانواده و اطرافیان انتظار دارند که به امور منزل رسیدگی کنند. در مقابل ۱۱ درصد احساس می کنند چنین انتظاری از آنها نمی رود.

جدول ۶-۵: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما به انجام امور منزل بپردازید؟

درصد	تعداد	هنجار انجام امور منزل
۳	۳۸	اصلاً
۸	۹۰	کم
۲۹	۳۴۴	تاحدودی
۴۳	۵۱۰	زیاد
۱۷	۱۹۶	خیلی زیاد
-	۲۲	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۶) فرصت انجام امور منزل

طبق بررسی به عمل آمده ۶۷ درصد افراد بیان داشته اند که فرصت رسیدگی به امور منزل برای شان فراهم است؛ در مقابل ۱۱ درصد برای انجام چنین امور وقت لازم را ندارند.

جدول ۶-۶: چقدر برای رسیدگی به امور منزل وقت دارید؟

درصد	تعداد	فرصت انجام امور منزل
۳	۳۹	اصلاً
۸	۸۹	کم
۲۲	۲۶۰	تاحدودی
۴۹	۵۸۳	زیاد
۱۸	۲۱۵	خیلی زیاد
-	۱۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۷) معنای انجام امور منزل

بیشتر زنان تهرانی مورد مطالعه در پاسخ به گرایش شان به انجام امور منزل، در جهت گیری ای فمینیستی انجام امور منزل را نه صرفاً بر عهده زن، بلکه بر عهده مرد می دانند. در مقابل ۶ درصد در برداشتی دینی تلقی ثواب از انجام آن دارند. البته ۲۲ درصد به تقسیم امور منزل به صورت زنانه (درون منزل) و مردانه (خارج از منزل) موافق اند.

جدول ۶-۷: با کدامیک از نظرات زیر در زمینه انجام امور منزل موافقت می کنید؟

درصد	تعداد	معنای انجام امور منزل
۵۸	۶۹۱	انجام امور منزل نه صرفاً بر عهده زن، بلکه بر عهده مرد هم هست (فمینیستی)
۲۲	۲۶۴	بهتر است کارهای داخل منزل برای زن و بیرون برای مردان باشد (دینی)
۱۴	۱۵۹	انجام کار منزل یکنواخت و زن را فرسوده می کند (فردگرایانه)
۶	۷۱	انجام امور منزل برای زن از هر کاری ثوابش بیشتر است (دینی)
-	۱۵	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۸) انتظار از شوهر برای کار منزل

زنان مورد مطالعه در پاسخ به سوالی پیرامون انتظار از شوهرانتان برای کمک در امور منزل، ۵۴ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و در مقابل ۱۷ درصد در حد کم و اصلاً بدان اشاره کرده اند.

جدول ۶-۸: چقدر انتظار دارید همسران در زمینه امور منزل به شما کمک کند؟

درصد	تعداد	انتظار از شوهر برای کار منزل
۹	۷۸	اصلاً
۸	۶۹	کم
۲۹	۲۵۰	تاحدودی
۳۹	۳۴۶	زیاد
۱۵	۱۳۲	خیلی زیاد
-	۲۸۴	مجردها
-	۴۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۹) رابطه انجام امور منزل با تعیین کننده های آن

با توجه به تعیین کننده های رفتار و تمایلات رفتاری به عنوان چارچوب نظری مورد بررسی، بررسی حاصل از استفاده از آزمون ضریب همبستگی نشان می دهد که زنان متأهلی که عمدتاً خودشان به انجام امور منزل می پردازند در مرحله نخست وقت بیشتری لازم برای رسیدگی به امور منزل داشته و نیز خانواده و اطرافیان از آنها انتظار دارند؛ اینکه انجام این امور برایشان مهم باشد و به عنوان بخش از هویت همسری بپذیرند، ارتباطی مشاهده نمی شود و نیز گرایش که بدین امور دارند ارتباط وثیقی با وظایف شان در امور خانه ندارد.

در بین زنانی که همسرانشان در امور منزل عمدتاً کمک می کنند، فرصت کمتری برای رسیدگی به انجام امور مختلف منزل دارند، زیاد تحت تاثیر انتظارات اجتماعی نیستند و فشار بر آنها مبنی بر کار زن دیدن این امور کمتر است. همچنین این زنان، از دسته افرادی هستند که معنا فمینیستی دارند و انتظار دارند همسرانشان در امور منزل کمک کنند و کمتر به تقسیم کار درون و بیرون منزل معتقدند. چنانچه ملاحظه می گردد این نتیجه با یافته دیگری مبنی بر میزان انتظار زنان از همسرانشان برای کمک در امور منزل تأیید می گردد. در واقع مشاهده می گردد در این باره نحوه گرایش زنان به انجام امور منزل بیش از هر چیزی تعیین کننده تر است؛ به عبارتی می توان بیان داشت هر چه در بین زنان گرایش فمینیستی بیشتر باشد به همان اندازه کار منزل را نه صرفاً بر عهده زن، بلکه بر عهده مرد می دانند. در مقابل در بین زنان مذهبی و نیز کسانی که عمدتاً کارکردی به وظایف زن می نگرند چنین تقسیم کار منزل وجود دارد.

در زمینه خانواده هایی که عمدتاً دیگران جدای از زن و مرد به امور منزل کمک می کنند، هرچه انتظار از زن خانه کمتر باشد، دیگران بدان کمک می کنند. بنابراین در مقایسه با کسانی که خودشان به امور منزل می پردازند فشار اجتماعی بیشتری وجود دارد. در مجموع ملاحظه می گردد انجام امور منزل توسط خود زن و یا دیگران بیش از هر چیزی امری اجتماعی است و به عنوان یک واقعیت اجتماعی تحت تاثیر برساخت خانواده و از طرفی نیز فرصت زنان برای رسیدگی به امور منزل می باشد.

بررسی های حاصل در زمینه وضعیت انجام امور منزل در بین دختران مجرد نشان می دهد که کسانی که عمدتاً بیشتر به امور منزل می پردازند، از یک طرف برایشان مهم بوده و به عنوان بخشی از هویت زنانه خود، بدان می نگرند. و از طرف دیگر زمان بیشتری برای رسیدگی به چنین کارهایی را دارند. در مقابل دخترانی که چندان به انجام امور منزل توجهی نمی کنند، عمدتاً ناشی از اهمیت نداشتن چنین کارهایی به عنوان بخشی از فرایند جامعه پذیری است که به لحاظ پدیده ای جنسیتی در جامعه وجود دارند. همچنین وقت کمی دارند و نیز به لحاظ هنجاری از سوی پدر و مادر خانه یا سایر اطرافیان تأکیدی کمتری صورت می گیرد.

جدول ۹-۶ الف: ماتریس همبستگی انجام امور منزل با تعیین کننده های آن

معنا	فرصت	هنجار	هویت	انجام امور منزل	
۰/۰۸	**۰/۱۳	**۰/۱۰	۰/۰۶	انجام امور منزل توسط خودم	متأهلان
**۰/۱۳	**۰/۱۶	**۰/۱۱	۰/۰۲	انجام امور منزل توسط همسر	
۰/۰۰۶	۰/۰۳	**۰/۱۲	۰/۰۴	انجام امور منزل توسط دیگران	
۰/۰۰۴	**۰/۳۶	۰/۱۵	**۰/۴۹	انجام امور منزل توسط خودم	مجردان
۰/۰۴	**۰/۱۷	**۰/۱۶	**۰/۳۲	انجام امور منزل توسط مادرم	
۰/۰۲	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۰۱	انجام امور منزل توسط دیگران	

بررسی ها نشان می دهد از میان چهار متغیر تعیین کننده تمایل افراد به انجام امور منزل، میزان هویت یابی زنان و میزان فرصت داشتن برای انجام امور تاثیر بیشتری دارند. البته میزان احساس الزام اجتماعی و نحوه معنایابی آنها در مراتب بعدی قرار می گیرد. همچنین دیگر نتایج نشان می دهد که زنان متأهلی که گرایش فمینیستی بالایی دارند، بیشتر انتظار دارند که همسرانشان در امور منزل کمک کنند و کمتر به تقسیم کار درون و بیرون منزل معتقدند. در مقابل زنان دارای گرایش کارکردی و دینی چنین انتظاری از مرد خانه ندارند و عنوان رفتاری هنجاری در نظر نمی گیرند.

جدول ۹-۶ ب: ماتریس همبستگی انجام امور منزل با تعیین کننده های آن

معنا	فرصت	هنجار	هویت	انجام امور منزل
**۰/۱۵	**۰/۴۸	**۰/۲۷	**۰/۶۲	تمایل به انجام امور منزل
**۰/۳۶	۰/۰۱	**۰/۹	۰/۰۶	انتظار از شوهر برای انجام امور منزل

۶-۱۰) رابطه ویژگی های فردی با تمایل به انجام امور منزل

- وضع تأهل با تمایل به انجام امور منزل

چنانچه جدول یافته های حاصل نشان می دهد ۷۴ درصد متأهلان و نیز ۳۹ درصد مجردان در حد خیلی بیان داشته اند که به انجام امور منزل تمایل دارند. در مقابل ۷ درصد متأهلان و ۲۹ درصد مجردان در حد کم علاقه مند هستند. با توجه به در نظر گرفتن آلفای ۰/۱ / سطح معناداری حاصل مطلوب می باشد. پس می توان نتیجه گرفت زنان متأهل تمایل بیشتری نسبت مجردها برای پرداختن به امور منزل دارند.

- گروه سنی با تمایل به انجام امور منزل

بررسی حاصل نشان می دهد که ۴۹ درصد زنان ۱۵ تا ۳۰ سال، ۶۷ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال و ۷۵ درصد ۴۵ ساله و بالاتر در حد زیاد و نیز به ترتیب ۲۴، ۱۲ و ۴ درصد در حد کم علاقه مند با انجام امور مختلف منزل اند. بر اساس تفاوت زیاد می توان نتیجه گرفت هرچه سن زنان افزایش می یابد، تمایل به انجام امور منزل بیشتر می شود و برعکس.

- مقاطع تحصیلی با تمایل به انجام امور منزل

بررسی ها نشان می دهد که ۷۸ درصد افراد زیر دیپلم، ۷۳ درصد دیپلمه ها و ۵۱ درصد دارندگان تحصیلات عالی تمایل زیادی به انجام امور منزل دارند. در مقابل مقاطع مختلف به همین ترتیب ۷، ۹، ۱۸ درصد علاقه چندانی ندارند. بنابراین مشاهده می گردد هر چه تحصیلات زنان بالاتر می رود از تمایل آنها به امور منزل کاسته می شود و برعکس.

- وضعیت اشتغال با تمایل به انجام امور منزل

یافته های به دست آمده بیانگر آن است ۹۲ درصد زنان خانه دار، ۶۶ درصد شاغلان و ۶۶ درصد زنان در حال تحصیل در حد زیاد امور منزل را انجام و در مقابل به همین ترتیب ۳، ۱۳ و ۳۸ درصد در حد کم بدان اشاره کرده اند. این رابطه از طریق آزمون های آماری معنادار است. پس زنان شاغل و در حال تحصیل، کمتر از زنان خانه دار به ایفای نقش همسری می پردازند.

- وضعیت کفایت درآمدی با تمایل به انجام امور منزل

یافته های به دست آمده در خصوص وضعیت کفایت درآمد نشان می دهد ۸۳ درصد از کسانی که درآمد کم، ۸۱ درصد درآمد متوسط و ۷۱ درصد آنهایی که درآمد زیاد دارند، علاقه بیشتری به وظایف منزل دارند. و به ترتیب این وضعیت در بین کسانی که کمتر بدان می پردازند برابر ۸، ۸ و ۱۳ می باشد. با توجه به مقایسه نتایج جالب است نتیجه بگیریم که سطوح کفایتی درآمدی بالا به طور معناداری کمتر از سایر وضعیت ها به انجام امور منزل می پردازند.

جدول ۱۰-۶: تمایل به انجام امور منزل حسب ویژگی های فردی

ویژگی های فردی / انجام امور منزل		کم	متوسط	زیاد	جمع
وضع تأهل	ازدواج نکرده	۲۹	۳۲	۳۹	۱۰۰
	ازدواج کرده	۷	۱۹	۷۴	۱۰۰
	آزمون آماری	$S = ۰/۰۰۰$ $V = ۰/۳۵$ $X^2 = ۱۴۲$			
سن	۱۵ تا ۳۰ سال	۲۴	۲۷	۴۹	۱۰۰
	۳۰ تا ۴۵ سال	۱۲	۲۱	۶۷	۱۰۰
	۴۵ سال و بیشتر	۴	۲۱	۷۵	۱۰۰
	آزمون آماری	$S = ۰/۰۰۰$ $K_b = ۰/۲۱$			
سواد	زیر دیپلم	۷	۱۵	۷۸	۱۰۰
	دیپلم	۹	۱۸	۷۳	۱۰۰
	بالتر از دیپلم	۱۸	۳۱	۵۱	۱۰۰
	آزمون آماری	$S = ۰/۰۰۰$ $K_b = - ۰/۲۲$			
اشتغال	شاغل	۱۷	۳۱	۵۲	۱۰۰
	در حال تحصیل	۳۴	۳۲	۳۴	۱۰۰
	خانه دار	۶	۱۷	۷۷	۱۰۰
	آزمون آماری	$S = ۰/۰۰۰$ $V = ۰/۲۶$ $X^2 = ۱۶۸$			
کفایت درآمد	کم	۱۴	۲۲	۶۴	۱۰۰
	متوسط	۱۰	۲۴	۶۶	۱۰۰
	زیاد	۱۴	۲۱	۶۵	۱۰۰
	آزمون آماری	$S = ۰/۹۳$ $K_b = ۰/۰۰۲$			

۶-۱۱) رابطه ویژگی های فردی با میزان انجام امور منزل

- وضع تأهل با انجام امور منزل

چنانچه جدول یافته های حاصل نشان می دهد ۹۲ درصد متأهلان و نیز ۳۰ درصد مجردان در حد زیاد و در مقابل ۳ درصد متأهلان و ۳۴ درصد مجردان در حد کم بیان داشته اند که به انجام امور منزل می پردازند. با توجه به در نظر گرفتن آلفای ۰/۰۱ سطح معناداری حاصل مطلوب می باشد. پس می توان نتیجه گرفت زنان متأهل بیشتر از دختران مجرد به ایفای نقش در امور خانه می پردازند.

- گروه سنی با انجام امور منزل

بررسی حاصل نشان می دهد که ۴۵ درصد زنان ۱۵ تا ۳۰ سال، ۸۳ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال و ۹۳ درصد ۴۵ ساله و بالاتر در حد زیاد و نیز به ترتیب ۲۷، ۶ و ۳ درصد در حد کم امور مختلف منزل را انجام می دهند. بر اساس تفاوت زیاد و مشهود می توان نتیجه گرفت هرچه سن زنان افزایش می یابد، به انجام امور منزل بیشتری می شود و برعکس. با وارد کردن متغیر سومی به نام وضع تاهل و کمک گرفتن از جدول سه بعدی و آماره های حاصل در یک بررسی دقیق تر در بین دختران مجرد با گروه های سنی مختلف نتایج نشان می دهد که مقدار آزمون کندال برابر با ۲۴ درصد و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ درصد است. همچنین دیگر یافته ها نشان می دهد که در بین متأهلان با گروه سنی مختلف این بررسی رابطه معناداری را نشان نمی دهد. بنابراین تاثیر گذاری متغیر وضع تاهل در یک اثر تقاطعی در خصوص این یافته به خوبی محسوس است. به عبارتی می توان بیان داشت دختران مجرد دارای سن پایین، کمتر و در مقابل دختران مجرد مسن تر به طور معناداری بیشتر به امور خانه توجه می کنند.

- مقاطع تحصیلی با انجام امور منزل

بررسی ها نشان می دهد که ۸۶ درصد افراد زیر دیپلم و دیپلم و ۶۴ درصد دارندگان تحصیلات عالی در حد زیاد به انجام امور منزل می پردازند. در مقابل مقاطع مختلف به همین ترتیب ۹، ۶ و ۱۴ درصد در حد کم بدان اشاره کرده اند. بنابراین مشاهده می گردد هر چه تحصیلات زنان در سطح عالی باشند از انجام امور منزل توسط آنها کاسته می شود و برعکس. البته به طور خاص این یافته در بین متأهلان به طور الگومندی قابل مشاهده می باشد. وضعیت مقاطع تحصیلی مختلف در بین مجردها ارتباطی با میزان پرداختن به امور منزل ندارد.

- وضعیت کفایت درآمدی با انجام امور منزل

یافته های به دست آمده در خصوص وضعیت کفایت درآمد نشان می دهد ۶۴ درصد از کسانی که درآمد کم، ۶۶ درصد درآمد متوسط و ۶۵ درصد درآمد زیاد دارند، علاقه بیشتری به وظایف منزل دارند. و به ترتیب این وضعیت در بین کسانی که علاقه چندانی ندارند، برابر با ۱۴، ۱۰ و ۱۴ می باشد. با توجه به مقایسه نتایج جالب است نتیجه بگیریم که سطوح کفایتی درآمدی مختلف ارتباطی با علاقه مندی زنان به انجام دادن و ندادن امور منزل ندارد؛ به عبارتی وضعیت مالی خانواده ها ارتباطی با تمایل زنان در انجام امور زندگی ندارد.

جدول ۱۱-۶: میزان انجام امور منزل حسب ویژگی های فردی

جمع	زیاد	متوسط	کم	ویژگی های فردی / رفتار	
۱۰۰	۳۰	۳۷	۳۴	ازدواج نکرده	وضع تاهل
۱۰۰	۹۲	۵	۳	ازدواج کرده	
$X^2 = 487$ $V = 0/64$ $S = 0/000$			آزمون آماری		
۱۰۰	۴۵	۲۸	۲۷	۱۵ تا ۳۰ سال	سن
۱۰۰	۸۳	۱۱	۶	۳۰ تا ۴۵ سال	
۱۰۰	۹۳	۴	۳	۴۵ سال و بیشتر	
$K_b = 0/38$ $S = 0/000$			آزمون آماری کل نمونه		آزمون
$K_b = 0/24$ $S = 0/000$			آزمون آماری مجردها		
$K_b = 0/03$ $S = 0/39$			آزمون آماری متأهلان		
۱۰۰	۸۶	۴	۹	زیر دیپلم	سواد
۱۰۰	۸۶	۸	۶	دیپلم	
۱۰۰	۶۴	۲۲	۱۴	بالتر از دیپلم	
$K_b = -0/22$ $S = 0/000$			آزمون آماری کل نمونه		آزمون
$K_b = 0/07$ $S = 0/21$			آزمون آماری مجردها		
$K_b = -0/10$ $S = 0/002$			آزمون آماری متأهلان		
۱۰۰	۶۶	۲۱	۱۳	شاغل	اشتغال
۱۰۰	۲۴	۳۸	۳۸	در حال تحصیل	
۱۰۰	۹۲	۵	۳	خانه دار	
$K_b = 0/37$ $S = 0/000$			آزمون آماری کل نمونه		آزمون
$K_b = 0/05$ $S = 0/33$			آزمون آماری مجردها		
$K_b = 0/13$ $S = 0/001$			آزمون آماری متأهلان		
۱۰۰	۸۳	۹	۸	کم	کفایت درآمد
۱۰۰	۸۱	۱۱	۸	متوسط	
۱۰۰	۷۱	۱۶	۱۳	زیاد	
$K_b = -0/10$ $S = 0/000$			آزمون آماری کل نمونه		آزمون
$K_b = 0/006$ $S = 0/91$			آزمون آماری مجردها		
$K_b = -0/008$ $S = 0/82$			آزمون آماری متأهلان		

۷) ارزش ها و نگرش های زنان پیرامون تحصیلات

۷-۱) میزان تحصیلات افراد

طبق بررسی صورت گرفته، بیشتر زنان تهرانی مورد مطالعه دیپلم (۳۰ درصد)، کاردانی و کارشناسی (۳۰ درصد) می باشند. همچنین نسبت افراد دارای سواد ابتدایی و راهنمایی برابر با ۲۰ درصد است. به تعبیر نیز می توان گفت حدود ۴۰ درصد بالای دیپلم و ۳۰ درصد دیپلم و زیر دیپلم تحصیلات دارند.

جدول ۷-۱: تا چه مقطعی تحصیل کرده اید؟

تحصیلات	تعداد	درصد
بی سواد	۴۹	۴
ابتدایی و راهنمایی	۲۳۸	۲۰
متوسطه	۶۷	۶
دیپلم	۳۶۰	۳۰
کاردانی و کارشناسی	۳۵۹	۳۰
کارشناسی ارشد	۱۱۱	۹
دکتری	۱۳	۱
بدون پاسخ	۳	-
جمع	۱۰۰	۱۰۰

۷-۲) میزان تحصیلات همسر

از دختران و زنان مورد مطالعه دو سوال متفاوت در زمینه تحصیلات همسرشان، پرسیده شد؛ از زنان متأهل پرسیده شد: «همسرتان تا چه مقطعی درس خوانده است؟» و از دختران مجرد سوال شد: «دوست دارید همسرتان چقدر تحصیلات داشته باشد؟». یافته ها نشان می دهد که عمده زنان متأهل در حاضر همسرانشان در حد دیپلم (۳۰ درصد)، کاردانی و کارشناسی (۲۵ درصد) و ابتدایی و راهنمایی (۲۴ درصد) تحصیلات دارند. دیگر یافته ها در خصوص وضعیت مطلوب تحصیلات همسرآینده در بین دختران مجرد، بیانگر آن است که عمدتاً تمایل به تحصیلات دانشگاهی داشتند. به طور دقیق تر ۲۷ درصد مقطع کاردانی و کارشناسی، ۳۰ درصد کارشناسی ارشد و ۳۲ درصد مقطع دکتری را مد نظر قرار داده اند.

جدول ۷-۲: همسران تا چه مقطعی درس خوانده است؟ (متأهلان)

دوست دارید همسران چقدر تحصیلات داشته باشد؟ (مجردان)

مجردان		متأهلان		میزان تحصیلات همسر
درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۰/۷	۲	۴	۳۹	بی سواد
-	-	۲۴	۲۱۴	ابتدایی و راهنمایی
۰/۴	۱	۵	۴۸	متوسطه
۱۰	۲۷	۳۰	۲۷۶	دیپلم
۲۷	۷۲	۲۵	۲۳۱	کاردانی و کارشناسی
۳۰	۸۱	۸	۷۲	کارشناسی ارشد
۳۲	۸۵	۴	۳۳	دکتری
-	۱۶	-	۳	بدون پاسخ
۱۰۰	۲۸۴	۱۰۰	۹۱۶	جمع
۱۲۰۰				جمع کل

۷-۳) میزان تمایل به ادامه تحصیل

بیش از دوسوم دختران و زنان تهرانی مورد مطالعه تمایل دارند که تحصیلاتشان را در مقاطع مختلف تحصیلات دانشگاهی ادامه بدهند؛ به طور دقیق تر ۳۳ درصد زنان تا مقطع کاردانی و کارشناسی، ۲۵ درصد تا مقطع دکتری و ۱۹ درصد تا مقطع کارشناسی ارشد به ادامه تحصیل در چنین مقطعی امید دارند. البته تحصیلات زیر دیپلم داشتن ۱۷ درصد نمونه را شامل می شود.

جدول ۷-۳: دوست داشتید/دارید تا چه مقطعی درس بخوانید؟

درصد	تعداد	میزان تمایل به ادامه تحصیل
۳۳	۳۸۱	کاردانی و کارشناسی
۲۵	۲۹۴	دکتری
۲۰	۲۲۷	کارشناسی ارشد
۱۷	۱۹۶	دیپلم
۴	۵۱	ابتدایی و راهنمایی
۱	۱۶	متوسطه
-	۵	بدون پاسخ
-	۳۰	مهم نیست
۱۰۰	۱۰۰	جمع

۷-۴) هنجار تحصیلات

زنان و دختران شهر تهران در پاسخ به انتظارات اجتماعی دیگران پیرامون ادامه تحصیل شان، عمدتاً ادامه تحصیل در حد کاردانی و کارشناسی و دکتری (۲۹ و ۲۴ درصد) را بیان نموده اند. همچنین ۱۴ درصد به مقطع کارشناسی ارشد و نیز ۱۷ درصد به مقطع دیپلم به عنوان هنجار اجتماعی سواد اشاره کرده اند.

جدول ۷-۴: خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که تا چه مقطعی ادامه تحصیل بدهید؟

درصد	تعداد	هنجار تحصیلات
۴	۳۸	بی سواد
۱۱	۱۱۰	ابتدایی و راهنمایی
۱	۱۲	متوسطه
۱۷	۱۷۲	دیپلم
۲۹	۲۹۷	کاردانی و کارشناسی
۱۴	۱۴۹	کارشناسی ارشد
۲۴	۲۴۶	دکتری
-	۷	بدون پاسخ
-	۱۶۹	نمی دانم
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۵) هویت یابی تحصیلی زنان

اکثر افراد نمونه مورد مطالعه، ادامه تحصیل در سطح مدارج عالی را در سطح زیاد و خیلی زیاد (۷۳ درصد) بیان کرده اند. در مقابل ۵ درصد گزینه «اصلاً» و ۶ درصد گزینه «کم» را انتخاب کرده اند. بنابراین می توان بیان نمود که بخشی از هویت یابی زنان مرتبط با افزایش سرمایه فرهنگی عینی آنها گره خورده است.

جدول ۷-۵: رسیدن به مدارج تحصیلی بالا چقدر برای شما مهم است/بود.

درصد	تعداد	شرح
۵	۶۰	اصلاً
۶	۷۴	کم
۱۶	۱۸۵	تاحدودی
۴۱	۴۸۴	زیاد
۳۲	۳۸۳	خیلی زیاد
-	۱۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۶) فرصت تحصیلات

زنان شهر تهران در پاسخ به امکان فرصت مناسب برای ادامه تحصیل، ۳۰ درصد در سطح «اصلاً» و ۱۶ درصد در سطح «کم» بدان اشاره کرده اند. در مقابل ۲۱ درصد در سطح زیاد و ۱۵ درصد در سطح خیلی زیاد بدان اشاره کرده اند. در واقع زنانی که برای ادامه تحصیل دچار محدودیت و مشکل اند به مراتب بیشتر از کسانی که وقت و فرصت لازم دارند.

جدول ۷-۶: چقدر امکان و موقعیت ادامه تحصیل برای شما فراهم است؟

درصد	تعداد	فرصت تحصیلات
۳۰	۳۵۹	اصلاً
۱۶	۱۹۷	کم
۱۸	۲۰۹	تاحدودی
۲۱	۲۵۲	زیاد
۱۵	۱۷۴	خیلی زیاد
-	۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۷) معنای تحصیلات

با عنایت به بررسی فهم معنای زنان از تحصیلات در چهار معنا مورد نظر، بررسی ها حاکی از آن است که ۳۷ درصد زنان در نگاهی فردگرایی به تاثیر تحصیلات بر شکوفایی و اعتماد به نفس زن، ۷ درصد در برداشتی فمینیستی، تحصیلات زنان را موجب افزایش توان و قدرت زنان در برابر مردان می دانند، ۲۹ درصد در وجهی دینی به رشد اخلاقی و معنوی زن بواسطه تحصیل نمودن پذیرفته اند و نیز ۲۷ درصد به حضور و مشارکت زنان در سطح شهر بواسطه افزایش سوادشان اشاره کرده اند.

جدول ۷-۷: با کدامیک از نظرات زیر در زمینه تحصیلات زنان موافقت می کنید؟

درصد	تعداد	معنای تحصیلات
۳۷	۴۳۵	تحصیل کردن موجب شکوفایی و اعتماد به نفس زن می شود (فردگرایانه)
۷	۷۹	تحصیلات توان و قدرت زنان را در برابر مردان بالا می برد (فمینیستی)
۲۹	۳۳۸	تأحدودی تحصیلات به رشد اخلاقی و معنوی زن کمک می کند (دینی)
۲۷	۳۲۲	تحصیلات زنان امکان حضور آنها را در اجتماع بیشتر می کند (کارکردی)
-	۲۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۸) رابطه وضعیت تحصیل با تعیین کننده های آن

چنانچه ماتریس همبستگی حاصل نشان می دهد رابطه تمایل به داشتن تحصیلات بالا با میزان سواد رابطه معناداری را نشان می دهد؛ بدین معنا که کسانی که سواد بیشتری دارند عمدتاً تمایل به طی نمودن تحصیلات بالایی هم دارند. همچنین کسانی که تحصیل کردن برای شان مهم بود و نیز احساس هویت می کنند سواد بیشتری دارند، گرچه ضریب آن پایین گزارش شده است. انتظار اجتماعی خانواده و اطرافیان از افراد تاثیر بسزایی در تحصیل کردن افراد دارند. دیگر یافته ها نشان می دهد هر چه دختران و زنان میزان محدود و مشکل در تحصیل کمتر بوده، تحصیلات بیشتری دارند. البته آنچه در این میان بیشتر تاثیر دارد فشارهای اطرافیان و خانواده مبنی بر ادامه تحصیل در مقاطع تحصیلی مختلف می باشد.

جدول ۷-۸: ماتریس همبستگی وضعیت تحصیل با تعیین کننده های آن

ضرایب	وضعیت	تمایل	هویت یابی	هنجار	فرصت
وضعیت	۱	**۰/۶۲	**۰/۲۱	**۰/۷۲	۰/۵۷
تمایل		۱	**۰/۴۵	**۰/۶۹	۰/۴۴
هویت			۱	**۰/۲۸	۰/۲۳
هنجار				۱	۰/۵۶
فرصت					۱

۷-۹) رابطه ویژگی های فردی با تحصیلات

- وضع تأهل با تحصیلات

طبق یافته های به دست آمده ۳۴ درصد متاهلان و ۱۵ درصد مجردان تحصیلات زیردیپلم و در مقابل ۶۹ درصد مجردان و ۳۲ درصد متاهلان دارای تحصیلات دانشگاهی اند. با توجه به تفاوت مشهود در وضعیت افراد بر حسب وضع تأهل آزمون آماری مقتضی رابطه معناداری را نشان می دهد. بنابراین می توان نتیجه گرفت دختران مجرد بیش از متاهلان تحصیلات دانشگاهی دارند.

- گروه سنی با تحصیلات

بررسی حاصل نشان می دهد که ۵۷ درصد افراد ۱۵ تا ۳۰ سال، ۴۸ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال و ۲۱ درصد ۴۵ سال و بیشتر تحصیلات دانشگاهی و نیز به ترتیب ۱۹، ۱۸ و ۴۹ درصد زیر دیپلم سواد دارند. بر اساس تفاوت زیاد و مشهود و نیز آزمون کای اسکوئر و کندال می توان نتیجه گرفته هر چه سن دختران و زنان کمتر باشند تحصیلات بیشتر و در مقابل با افزایش زنان دارای تحصیلات زیر دیپلم بیشتر می شوند.

- وضعیت اشتغال با تحصیلات

یافته های به دست آمده بیانگر آن است ۴ درصد زنان خانه دار، ۴۰ درصد شاغل و ۲۳ درصد زنان در حال تحصیل تحصیلات زیردیپلم و در مقابل ۶۳ درصد افراد در حال تحصیل، ۷۷ درصد شاغلان و ۲۳ درصد زنان خانه دار تحصیلات عالی دارند. این رابطه از طریق آزمون های آماری معنادار است. پس زنان شاغل و در حال تحصیل، بیش از زنان خانه دار تحصیلات عالی دارند.

- وضعیت کفایت درآمدی با تحصیلات

یافته های به دست آمده در خصوص وضعیت کفایت درآمد نشان می دهد که در بین زیردیپلمه ها ۴۴ درصد کفایت درآمدی کم، ۳۱ درصد متوسط و ۲۱ درصد زیادند. در مقابل در بین دارندگان تحصیلات دانشگاهی ۲۵ درصد افراد با کفایت درآمدی کم، ۴۰ درصد متوسط و نیز زیاد می باشند. بنابراین وضعیت کفایت درآمدی خانواده افراد به طور معناداری بر ادامه دختران و زنان ارتباط دارد.

جدول ۹-۷: وضعیت سواد بر حسب ویژگی های فردی

جمع	دانشگاهی	دیپلم	زیر دیپلم	ویژگی های فردی / تحصیلات	
۱۰۰	۶۹	۱۶	۱۵	مجرد	وضع تأهل
۱۰۰	۳۲	۳۴	۳۴	متاهل	
$X^2 = 120 \quad V = 0.32 \quad S = 0.000$				آزمون آماری	
۱۰۰	۵۷	۲۴	۱۹	۱۵ تا ۳۰ سال	سن
۱۰۰	۴۸	۳۴	۱۸	۳۰ تا ۴۵ سال	
۱۰۰	۲۱	۳۰	۴۹	۴۵ سال و بیشتر	
$X^2 = 166 \quad V = 0.26 \quad K_b = -0.30 \quad S = 0.000$				آزمون آماری	
۱۰۰	۷۷	۱۹	۴	شاغل	اشتغال
۱۰۰	۶۳	۱۴	۲۳	در حال تحصیل	
۱۰۰	۲۳	۳۷	۴۰	خانه دار	
$X^2 = 297 \quad V = 0.35 \quad S = 0.000$				آزمون آماری	
۱۰۰	۲۵	۳۱	۴۴	کم	کفایت درآمد
۱۰۰	۴۰	۲۹	۳۱	متوسط	
۱۰۰	۴۰	۳۰	۲۱	زیاد	
$X^2 = 45 \quad V = 0.14 \quad K_b = 0.17 \quad S = 0.000$				آزمون آماری	

۸) ارزش ها و نگرش های زنان پیرامون اشتغال

۸-۱) وضعیت اشتغال زنان

در این مطالعه طبق بررسی صورت گرفته افراد شاغل با ۱۹ درصد و زنان خانه دار با ۶۳/۵ درصد بیشترین نسبت نمونه را بر حسب وضعیت اشتغال به خود اختصاص داده اند. در این میان نیز دختران و زنان دانشجو و محصل برابر با ۱۱ درصد می باشد. همچنین زنان بازنشسته و در جستجوی کار هر کدام با سه درصد کمترین وضعیت را در حوزه اشتغال به خود اختصاص داده اند.

جدول ۸-۱: توزیع زنان بر حسب وضعیت اشتغال

وضعیت اشتغال	تعداد	درصد
شاغل	۲۳۳	۱۹
بازنشسته	۴۰	۳
در جستجوی کار	۳۵	۳
محصل	۴۳	۴
دانشجو	۸۶	۷
خانه دار	۷۶۱	۶۳/۵
سرپرست خانواده	۲	۰/۵
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

۸-۲) تمایل به شاغل شدن

بررسی صورت گرفته نشان می دهد که حدود یک چهارم زنان (۲۴ درصد) در شهر تهران چندان علاقه ای به شاغل شدن ندارند و در مقابل ۶۴ درصد تمایل خود را اعلام کرده اند. بنابراین نسبت زنانی تهرانی که تمایل به سرکار رفتن دارند تقریباً سه برابر کسانی است که چندان علاقه ای از خود نشان نداده اند.

جدول ۸-۲: چقدر دوست دارید که شاغل باشید؟

درصد	تعداد	تمایل به شاغل شدن
۱۷	۲۰۱	اصلاً
۷	۸۱	کم
۱۲	۱۴۶	تاحدودی
۳۹	۴۶۵	زیاد
۲۵	۲۹۸	خیلی زیاد
-	۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۸-۳) هنجار اجتماعی شغل

در بین زنان مورد مطالعه بیش از نیمی بیان داشته اند که انتظار اجتماعی از آنها در خصوص رفتن به سرکار اندک است (۵۲ درصد). در مقابل حدود یک سوم انتظار بیشتری را اعلام کرده اند (۳۳ درصد). البته حدود ۱۵ درصد نظری در حد میانه داشته اند.

جدول ۸-۳: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما سرکار بروید؟

درصد	تعداد	هنجار اجتماعی شغل
۳۹	۴۶۱	اصلاً
۱۳	۱۵۶	کم
۱۵	۱۸۰	تاحدودی
۲۳	۲۷۰	زیاد
۱۰	۱۱۵	خیلی زیاد
-	۱۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۸-۴) هویت یابی شغلی زنان

دختران و زنان مورد مطالعه در پاسخ به اهمیت رفتن به سرکار، بیش از نیمی (۵۸ درصد) در سطح زیاد و خیلی زیاد و در مقابل حدود یک سوم (۲۸ درصد) در حد اصلاً و کم بدان اشاره کرده اند. بنابراین نسبت زنانی که سرکار رفتن برایشان اهمیت دارد، دو برابر کسانی است که به شاغل شدن چندان اهمیت نمی دهند.

جدول ۸-۴: رفتن به سرکار چقدر برای شما مهم است؟

درصد	تعداد	هویت یابی شغلی
۱۸	۲۱۸	اصلاً
۱۰	۱۲۰	کم
۱۴	۱۶۹	تاحدودی
۳۷	۴۴۰	زیاد
۲۱	۲۴۳	خیلی زیاد
-	۱۰	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۸-۵) فرصت اشتغال زنان

زنان مورد مطالعه در پاسخ به داشتن فرصت لازم برای شاغل شدن، حدود یک سوم در حد زیاد و خیلی زیاد و نیمی در حد کم و اصلاً بدان اشاره کرده اند. ۱۸ درصد پاسخگویان در سطح متوسط بدان توجه کرده اند. بنابراین با توجه به اینکه ۶۴ درصد زنان علاقه به سرکار رفتن داشتند؛ ولی ۴۹ درصد بیان داشته اند که برای رفتن به سرکار با محدودیت مواجه اند.

جدول ۸-۵: چقدر فرصت سرکار رفتن برای شما وجود دارد؟

درصد	تعداد	فرصت اشتغال
۳۵	۴۱۶	اصلاً
۱۴	۱۶۰	کم
۱۸	۲۱۸	تاحدودی
۲۴	۲۸۸	زیاد
۹	۱۰۰	خیلی زیاد
-	۱۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۸) معنای اشتغال برای زنان

در بحث از درک و معنای اشتغال در بین زنان شهر تهران، بررسی ها نشان می دهد که بیش از نیمی از زنان شهر تهران برداشتنی فردگرایانه از سرکار رفتن دارد که در قالب رسیدن به استقلال مالی خود را نشان می دهد. ۲۰ درصد برداشتی دینی دارند که آن را منوط به توافق همسر می دانند. ۱۵ درصد در برداشتنی کارکردی به تاثیر اشتغال بر امور خانه و خانواده توجه کرده اند و در نهایت فقط ۱۰ درصد در رویکردی فمینیستی، موافق اشتغال زنان در تمام مشاغل اند.

جدول ۶-۸: با کدامیک از نظرات زیر در زمینه تحصیلات زنان موافقت می کنید؟

درصد	تعداد	معنای اشتغال
۵۵	۶۴۲	زنان باید سرکار بروند تا استقلال مالی داشته باشد (فردگرایی)
۲۰	۲۳۸	سرکار رفتن زنان باید با موافقت همسرش باشد (دینی)
۱۵	۱۷۷	سرکار رفتن زن بایستی به امور خانه و خانواده کمک می کند (کارکردی)
۱۰	۱۲۲	زنان در تمام مشاغل می توانند دوشادوش مردان کار کنند (فمینیستی)
-	۲۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۸) رابطه وضعیت اشتغال با تعیین کننده های آن

چنانچه ماتریس همبستگی حاصل نشان می دهد رابطه تمایل به شاغل شدن رابطه معناداری بسیاری با هویت یابی شغلی دارد؛ بدین معنا کسانی که رفتن به سرکار برای شان مهم می باشد، علاقه بیشتری به شاغل شدن دارد؛ به عبارتی سرکار رفتن برای زنان، امری هویت بخش محسوب می شود. انتظار اجتماعی خانواده و اطرافیان از افراد تاثیر بسزایی در شاغل شدن زنان دارد. همچنین زنانی که گرایشاتشان فمینیستی و فردگرایی باشد تمایل بیشتری به کار کردن داشتند و بر عکس این تمایل در زنان با گرایش دینی و کارکردی کمتر مشاهده می گردد.

جدول ۷-۸: ماتریس همبستگی وضعیت اشتغال با تعیین کننده های آن

معنا	فرصت اجتماعی	هنجار اجتماعی	هویت یابی	تمایل	ضرایب
***۰/۳۱	***۰/۳۵	***۰/۴۹	***۰/۸۰	۱	تمایل
***۰/۳۱	***۰/۳۷	***۰/۵۲	۱		هویت
***۰/۲۴	***۰/۴۴	۱			هنجار
***۰/۲۰	۱				فرصت
					معنا

۸-۸) رابطه ویژگی های فردی با وضعیت اشتغال

- وضع تأهل با اشتغال

طبق یافته های به دست آمده ۳۵ درصد متاهلان و ۱۹ درصد مجردان، شاغل و نیز ۵۲ درصد آنها در حال تحصیل اند. در مقابل ۱۹ درصد مجردان و ۷۹ درصد متاهلان خانه دار هستند. با توجه به تفاوت مشهود در وضعیت افراد بر حسب وضع تأهل آزمون آماری مقتضی رابطه معناداری را نشان می دهد. بنابراین می توان نتیجه گرفت دختران مجرد بیشتر از متاهلان شاغل اند و نیز متاهلان بیش از مجردان خانه دار هستند.

- گروه سنی با اشتغال

بررسی حاصل نشان می دهد که ۳۰ درصد زنان ۱۵ تا ۳۰ ساله، ۷۰ درصد ۳۰ تا ۴۵ ساله و ۸۰ درصد ۴۵ ساله ها و بالاتر، خانه دار و نیز به ترتیب ۲۳، ۲۶ و ۱۹ درصد شاغل هستند. بر اساس تفاوت مشهود و نیز نتایج آزمون کای اسکوئر، می توان نتیجه گرفت زنان بزرگسال و مسن جامعه شهری تهران عمدتاً خانه دار اند.

- مقاطع تحصیلی با اشتغال

بررسی ها نشان می دهد که ۸۶ درصد افراد زیر دیپلم، ۸۰ درصد دیپلمه ها و ۳۶ درصد دارندگان تحصیلات عالی، خانه دار هستند؛ در مقابل مقاطع مختلف به همین ترتیب ۳، ۱۴ و ۴۳ درصد شاغل اند. بنابراین مشاهده می گردد هر چه تحصیلات زنان بالاتر می رود بر نسبت شاغل شدن آنها افزوده می شود.

- وضعیت کفایت درآمدی با اشتغال

یافته های به دست آمده در خصوص وضعیت کفایت درآمد نشان می دهد ۷۱ درصد از کسانی که درآمد کم، ۶۴ درصد درآمد متوسط و ۵۸ درصد درآمد زیاد دارند، خانه دار هستند. بنابراین مشاهده می گردد بیشتر زنان خانه دار تهرانی کسانی اند که وضعیت کفایت درآمدی مطلوبی ندارند. البته در طیف زنان شاغل نسبت برابری بین سطح مختلف کفایت درآمدی مشاهده می گردد، به عبارتی شاغل شدن یک زن تاثیر بر کفایت هزینه های منزل ندارد. یعنی اشتغال زن نمی تواند در هزینه های خانه تعیین کننده باشد؛ ولی خانه دار یا مشغول به تحصیل بودن در بین زنان بر حسب کفایت تفاوت معناداری را نشان می دهد.

جدول ۸-۸: وضعیت اشتغال بر حسب ویژگی های فردی

جمع	خانه دار	در حال تحصیل	شاغل	ویژگی های فردی / اشتغال	
۱۰۰	۱۳	۵۲	۳۵	مجرد	وضع تأهل
۱۰۰	۷۹	۲	۱۹	متأهل	
$X^2 = 585$			$V = 0/70$	$S = 0/000$	
۱۰۰	۳۰	۴۷	۲۳	۱۵ تا ۳۰ سال	سن
۱۰۰	۷۰	۴	۲۶	۳۰ تا ۴۵ سال	
۱۰۰	۸۰	۱	۱۹	۴۵ سال و بیشتر	
$X^2 = 400$			$V = 0/41$	$S = 0/000$	
۱۰۰	۸۶	۱۱	۳	زیر دیپلم	سواد
۱۰۰	۸۰	۶	۱۴	دیپلم	
۱۰۰	۳۶	۲۱	۴۳	بالاتر از دیپلم	
$X^2 = 297$			$V = 0/35$	$S = 0/000$	
۱۰۰	۷۱	۷	۲۲	کم	کفایت درآمد
۱۰۰	۶۴	۱۰	۲۵	متوسط	
۱۰۰	۵۸	۲۰	۲۲	زیاد	
$X^2 = 33$			$V = 0/12$	$S = 0/000$	

۹) ارزش ها و نگرش های زنان پیرامون پوشش

۹-۱) وضعیت پوشش زنان

پوشش غالب زنان شهر تهران در سطح جامعه و خیابان، مانتوی ساده و معمولی است (۴۷ درصد). حدود یک سوم نیز چادری اند (جمع چادر با روسری و شال و چادر با مقنعه ۳۵ درصد). در مرتبه بعد مانتو جلو باز با ۱۰ درصد پوشش مورد نظر می باشد. در آخر اینکه به ترتیب ۳ و ۵ درصد زنان پوشش آنها مانتوی تنگ و کوتاه و مانتوی رسمی و پوشیده است.

جدول ۹-۱: معمولاً در سطح جامعه و خیابان پوشش شما چگونه است؟

درصد	تعداد	وضعیت پوشش زنان
۴۷	۵۶۲	مانتوی ساده و معمولی
۲۸	۳۳۷	چادر با روسری و شال
۱۰	۱۱۹	مانتوی جلو باز
۷	۸۳	چادر با مقنعه
۵	۶۴	مانتوی رسمی و پوشیده
۳	۳۴	مانتوی تنگ و کوتاه
-	۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۹-۲) هنجار رعایت پوشش

با توجه به انواع پوشش مورد نظر و عمل زنان شهر تهران، ۴۳ درصد در حد زیاد و ۲۲ درصد در حد خیلی زیاد بیان داشته که پوشش شان متناسب با انتظار خانواده و اطرافیان شان است. البته در مقابل ۹ درصد گزینه «اصلاً» و ۷ درصد گزینه «کم» را علامت زده اند. بنابراین ۱۶ درصد پوشش زنان متناسب با هنجارهای اجتماعی شان نمی باشد.

جدول ۹-۲: چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار چنین پوششی را از شما دارند؟

درصد	تعداد	هنجار رعایت پوشش
۹	۱۰۷	اصلاً
۷	۸۰	کم
۱۹	۲۱۸	تاحدودی
۴۳	۵۰۵	زیاد
۲۲	۲۵۸	خیلی زیاد
-	۳۲	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۹-۳) هویت یابی رعایت پوشش

زنان تهرانی در پاسخ به سوال: «چقدر رعایت پوشش برای شما اهمیت دارد؟»، حدود ۴۳ درصد در سطح زیاد و ۲۸ درصد در سطح خیلی زیاد بدان اشاره کرده اند. به تعبیری ۷۱ درصد زنان در شهر تهران از رعایت پوشش خود احساس هویت می کنند و در مقابل در مجموع ۱۰ درصد حفظ چنین پوششی برای آنها اهمیت ندارد.

جدول ۹-۳: چقدر حفظ و داشتن چنین پوششی، برای شما مهم است؟

درصد	تعداد	هویت یابی رعایت پوشش
۴	۴۹	اصلاً
۶	۶۵	کم
۱۹	۲۳۰	تاحدودی
۴۳	۵۰۸	زیاد
۲۸	۳۳۴	خیلی زیاد
-	۱۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۹-۴) فرصت رعایت پوشش

با توجه به نوع پوششی که در بین دختران و زنان مورد پرسش قرار گرفت؛ در ادامه از محدودیت و مشکلات آن در سطح جامعه سوال به عمل آمد. یافته ها حاکی از آن است که به ترتیب ۷۶ و ۱۲ درصد در سطح اصلاً و کم چندان محدودیت خاصی برای نوع پوشش خود اعلام نکرده اند. در مقابل ۲ و ۴ درصد در سطح زیاد و خیلی زیاد بدان اشاره کرده اند. البته چنانچه به طور دقیق تر به موضوع بنگریم و ارتباط این متغیر را با وضعیت پوشش بررسی کنیم؛ مشاهده می گردد که زنانی که پوشش آنها چادری است (۸۱ درصد در سطح اصلاً) در مقایسه با کسانی که مانتو معمولی و نیز مانتوی تنگ و باز دارند (به ترتیب ۷۴ و ۷۰ درصد در سطح اصلاً) در سطح جامعه کمتر دچار محدودیت و مشکل می شوند.

جدول ۹-۴: چنین پوششی در سطح جامعه چقدر برای شما محدودیت و مشکل درست می کند؟

درصد	تعداد	فرصت رعایت پوشش
۷۶	۹۰۴	اصلاً
۱۲	۱۴۷	کم
۶	۶۵	تا حدودی
۴	۴۵	زیاد
۲	۲۸	خیلی زیاد
-	۱۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۵-۹) معنای رعایت پوشش

زنان مورد مطالعه در پاسخ به معنای پوشش مورد نظرشان، ۳۴ درصد در معنایی فردگرایی به احساس آرامش و امنیت خاطر در رعایت پوشش پاسخ داده اند؛ ۲۸ درصد در برداشتی فمینیستی معتقدند به پوشش راحت اند و نیز بیان می دارند که مردان نگاه خود را حفظ کنند. ۱۹ درصد زنان به کارکردهایی از قبیل جلوگیری از نگاه نامحرم و نیز اینکه رعایت پوشش موجب سلامت جامعه می گردد، اشاره کرده اند.

جدول ۵-۹: با کدامیک از نظرات زیر در زمینه پوشش زنان موافقت می کنید؟

درصد	تعداد	معنای رعایت پوشش
۳۴	۴۰۷	رعایت پوشش موجب آرامش و امنیت خاطر زنان می گردد (فردگرایی)
۲۸	۳۲۵	زنان می توانند هر طور که بخواهند لباس بپوشند، مردان نگاه خود را حفظ کنند (فمینیستی)
۱۹	۲۳۰	داشتن پوشش برای زنان، جلوی نگاه نامحرم را می گیرد (دینی)
۱۹	۲۲۴	رعایت پوشش برای زنان موجب سلامت جامعه می گردد (کارکردی)
-	۱۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۹) تمایل به پوشش آزاد

برای بررسی میزان تمایل زنان به داشتن پوشش به دور از هنجارهای اجتماعی و رسمی جامعه، و در پاسخ به سوال نحوه رعایت پوشش در سفرهای خارجی؛ حدود یک سوم (۳۰ درصد) بیان داشته اند که سعی می کنند، پوشیده باشند و در مقابل نیز یک سوم (۲۶ درصد) به راحت و آزاد در پوشش اشاره کرده اند. جالب است نسبت کسانی که تمایل به پوشیده بودن دارند برابر با کسانی است که اذعان به راحتی و آزادی در پوشش نموده اند. تعداد کسانی که حجاب همیشگی را انتخاب کرده اند حدود ۱۰ درصد و برابر با ۱۱۸ نفر از زنان نمونه را شامل می شوند؛ اگر به طور دقیق تر وضعیت پوشش آنها را بررسی کنیم ۲ درصد چادر با مقنعه، ۴ درصد چادر با روسری و شال، کمتر از یک درصد (۰/۵) مانتوی رسمی و پوشیده، ۳ درصد مانتوی ساده و معمولی و کمتر از یک درصد (۰/۵) مانتو جلو باز هستند. بنابراین با توجه به اینکه ۳۵ درصد زنان در سطح شهر تهران چادری اند در مجموع می توان بیان داشت فقط حدود ۹ درصد آنها در سفرهای چادر به سر داشته باشند.

جدول ۶-۹: چنانچه به سفر خارجی بروید و در آنجا پوشش آزاد باشد، پوشش شما چگونه خواهد بود؟

درصد	تعداد	تمایل به پوشش آزاد
۳۰	۳۴۶	سعی می کنم پوشیده باشم
۲۶	۲۹۹	خیلی راحت و آزاد می پوشم
۱۵	۱۷۴	مانتوی ساده و معمولی
۱۲	۱۴۶	چادر با روسری و شال
۱۰	۱۱۸	حجاب همیشگی ام
۳	۳۳	چادر با مقنعه
۳	۳۳	مانتوی رسمی و پوشیده
۰/۵	۶	مانتوی تنگ و کوتاه
۰/۵	۶	مانتوی جلو باز
-	۳۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۹-۷) رابطه وضعیت رعایت پوشش با تعیین کننده های آن

با توجه به چارچوب نظری پژوهش مبنی بر شرایط و فرصت هایی که رفتار افراد را شکل می دهد، چنانچه ملاحظه می گردد رابطه تمایل به آزادی پوشش با وضعیت پوشش رابطه معناداری را نشان می دهد، بدین معنا که کسانی که پوشش بازی تر داشته اند عمدتاً تمایل به پوشش آزادتری را بیان کرده اند. همچنین کسانی که داشتن پوشش برای شان مهم بود و نیز احساس هویت می نمودند پوشش بیشتری دارند. بخش انتظار اجتماعی از پوشش نیز بر وضعیت پوشش فرد مرتبط است؛ به عبارتی کسانی که تحت تاثیر انتظار دیگران در قبال پوشش اند، پوشش بیشتری را رعایت می کردند. در واقع رعایت پوشش رسمی در بین زنان جامعه عمدتاً تحت تاثیر احساس هویت و انتظاری که دیگران از آن دارد می باشد. دیگر یافته حاصل نشان می دهد که هیچ رابطه معناداری بین میزان محدودیت و مشکلات افراد در پوشش شان با نوع پوششی که دارند، وجود ندارد.

جدول ۷-۹: ماتریس همبستگی رعایت پوشش با تعیین کننده های آن

ضرایب	وضعیت پوشش	تمایل به پوشش آزاد	هویت یابی پوشش	هنجار پوشش	فرصت پوشش
وضعیت	۱	**۰/۳۳	**۰/۳۷	**۰/۳۶	۰/۰۵
تمایل		۱	**۰/۴۳	**۰/۳۸	۰/۰۵
هویت			۱	**۰/۶۸	۰/۰۳
هنجار				۱	۰/۰۰۹
فرصت					۱

۸-۹) رابطه ویژگی های فردی با رعایت پوشش

- وضع تأهل با پوشش

طبق یافته های به دست آمده ۴۱ درصد متاهلان و ۱۷ درصد مجردان چادری اند و در مقابل ۳۱ درصد مجردان و ۷ درصد متاهلان مانتوی تنگ و کوتاه می پوشند. با توجه به تفاوت مشهود در وضعیت افراد بر حسب نوع پوشش آزمون آماری مقتضی رابطه معناداری را نشان می دهد. بنابراین می توان نتیجه گرفت زنان متأهل بیش از دختران مجرد در شهر تهران پوشیده ترند و به رعایت پوشش رسمی جامعه مقید هستند.

- گروه سنی با پوشش

بررسی حاصل نشان می دهد که ۲۴ درصد افراد ۱۵ تا ۳۰ سال، ۳۰ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال و ۴۸ درصد ۴۵ سال و بیشتر چادری و نیز به ترتیب ۲۹، ۱۱ و ۴ پوشش آنها مانتوی تنگ و باز می باشد. بر اساس تفاوت زیاد و مشهود و آزمون کای اسکوئر و کندال می توان نتیجه گرفت هر چه سن دختران و زنان کمتر باشند کمتر به رعایت پوشش پرداخته و نیز با افزایش سن پوشش آنها رسمی تر و هنجارمند خواهد شد.

- مقاطع تحصیلی با پوشش

بررسی ها نشان می دهد که ۵۷ درصد افراد زیر دیپلم، ۳۴ درصد دیپلمه ها و ۲۰ درصد دارندگان تحصیلات عالی چادری اند و در مقابل مقاطع مختلف به همین ترتیب ۴، ۸ و ۲۳ درصد مانتوی تنگ و باز می پوشند. تفاوت آماری مشهود نشان می دهد که هرچه افراد تحصیلات بیشتری داشته باشند کمتر به رعایت پوشش می پردازند و برعکس در بین دارندگان تحصیلات زیر دیپلم وضعیت پوشش رسمی تر می گردد.

- وضعیت اشتغال با پوشش

یافته های به دست آمده بیانگر آن است ۴۴ درصد زنان خانه دار، ۲۱ درصد شاغل و ۱۸ درصد زنان در حال تحصیل پوشش شان چادری و در مقابل ۳۰ درصد افراد در حال تحصیل، ۲۲ درصد شاغلان و ۶ درصد زنان خانه دار مانتوی تنگ و باز است. این رابطه از طریق آزمون های آماری معنادار است. پس دختران در حال تحصیل بیش از شاغلان و خانه داران کمتر پوشش رسمی جامعه را رعایت می کنند.

- وضعیت کفایت درآمدی با وضعیت پوشش

یافته های به دست آمده در خصوص وضعیت کفایت درآمد نشان می دهد که در کسانی که کفایت درآمدی کمی ابراز نموده ۸، در بین متوسط ۹ و در بین دارندگان کفایتی زیاد ۲۱ درصد پوشش شان مانتوی تنگ و باز است. البته گرچه در بین زنانی که پوشش چادری دارند بر حسب کفایت درآمدی تفاوت کم است ولی در رعایت پوشش غیررسمی تفاوت زیاد است. بنابراین این رابطه معنادار ولی شدت پایینی را نشان می دهد.

جدول ۸-۹: وضعیت پوشش بر حسب ویژگی های فردی

ویژگی های فردی / پوشش	چادر با مقنعه و روسری	مانتوی رسمی و ساده	مانتوی تنگ و باز	جمع
وضع	۱۷	۵۲	۳۱	۱۰۰
تأهل	۴۱	۵۲	۷	۱۰۰
$X^2 = 125 \quad V = 0.32 \quad S = 0.000$				آزمون آماری
سن	۲۴	۴۷	۲۹	۱۰۰
	۳۰	۵۹	۱۱	۱۰۰
	۴۸	۴۸	۴	۱۰۰
$X^2 = 139 \quad V = 0.24 \quad K_b = -0.27 \quad S = 0.000$				آزمون آماری
سواد	۵۷	۳۹	۴	۱۰۰
	۳۴	۵۸	۸	۱۰۰
	۲۰	۵۷	۲۳	۱۰۰
$X^2 = 165 \quad V = 0.26 \quad K_b = 0.33 \quad S = 0.000$				آزمون آماری
اشتغال	۲۱	۵۷	۲۲	۱۰۰
	۱۸	۵۲	۳۰	۱۰۰
	۴۴	۵۰	۶	۱۰۰
$X^2 = 135 \quad V = 0.24 \quad K_b = -0.27 \quad S = 0.000$				آزمون آماری
کفایت درآمد	۳۳	۵۹	۸	۱۰۰
	۳۹	۵۲	۹	۱۰۰
	۳۲	۴۷	۲۱	۱۰۰
$X^2 = 41 \quad V = 0.13 \quad K_b = 0.08 \quad S = 0.000$				آزمون آماری

۱۰) ارزش ها و نگرش های زنان پیرامون فضاهای جنسیتی

۱-۱۰) میزان استفاده زنان از فضاهای جنسیتی

بیش از دوسوم زنان در شهر تهران (۶۴ درصد) تاکنون از فضاهای ورزشی و تفریحی زنانه (مانند پارک بانوان، مجموعه های شهربانو و ...) استفاده ننموده اند. در مقابل حدود یک سوم آنها در کل چند بار بهره برده اند.

جدول ۱-۱۰ الف: تاکنون چندبار از فضاهای ورزشی و تفریحی زنانه استفاده کرده اید؟

میزان استفاده از فضاهای جنسیتی	تعداد	درصد
اصلاً	۷۶۳	۶۴
چند بار در هفته	۱۵	۱
چند بار در ماه	۲۲	۲
چند بار در سال	۵۴	۴
چند بار در کل	۳۴۲	۲۹
بدون پاسخ	۴	-
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

با توجه با یافته های حاصل، ۶۱ درصد زنان و دختران از پارک بانوان برای ورزش و تفریح بهره مند و نیز ۳۱ درصد از هر دو فضای پارک و مجموعه شهربانو استفاده نموده اند.

جدول ۱-۱۰ ب: فضاهای ورزشی و تفریحی زنانه مورد استفاده

نوع استفاده از فضاهای جنسیتی	تعداد	درصد
پارک بانوان	۲۶۸	۶۱
مجموعه شهربانو	۳۵	۸
هر دو	۱۳۴	۳۱
بدون پاسخ	۷۶۳	-
جمع	۱۲۰۰	۱۰۰

۲-۱۰) میزان تمایل به استفاده از فضاهای جنسیتی

حدود ۴۸ درصد و نیز ۲۰ درصد زنان در سطح زیاد و خیلی زیاد تمایل به استفاده از فضاهای جنسیتی دارند؛ در مقابل ۸ درصد گزینه اصلاً و ۷ درصد کم را انتخاب کرده اند. به عبارتی می توان بیان داشت که در مجموع ۱۵ درصد دختران و زنان در شهر تهران رغبتی برای استفاده از فضاهای جنسیتی نشان نمی دهند.

جدول ۲-۱۰: چقدر دوست دارید از چنین فضاهایی ویژه زنان استفاده کنید؟

درصد	تعداد	تمایل به استفاده از فضاهای جنسیتی
۸	۹۳	اصلاً
۷	۸۱	کم
۱۷	۲۰۲	تاحدودی
۴۸	۵۷۵	زیاد
۲۰	۲۳۲	خیلی زیاد
-	۱۷	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۱۰-۳) هویت یابی فضاهای جنسیتی

حدود ۷۱ درصد از دختران و زنان مورد مطالعه (جمع سطوح زیاد و خیلی زیاد) در مجموع بیان داشته اند که احداث و توسعه چنین فضاهایی برای آنها مهم است و در مقابل حدود ۱۰ درصد (جمع سطوح اصلاً و کم) برای شان چندان اهمیت ندارد.

جدول ۱۰-۳: برای شما چقدر مهم است که چنین فضاهایی برای زنان در سطح شهر تهران احداث و توسعه یابد؟

درصد	تعداد	هویت یابی فضاهای جنسیتی
۵	۵۴	اصلاً
۵	۵۹	کم
۱۹	۲۲۵	تا حدودی
۴۳	۵۱۰	زیاد
۲۸	۳۲۸	خیلی زیاد
-	۲۴	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۴-۱۰) هنجار فضاهای جنسیتی

طبق بررسی به عمل آمده از زنان مورد مطالعه، انتظارات اجتماعی از سوی خانواده و اطرافیان مبنی بر استفاده از فضاهای زنانه، بسیار است؛ به عبارتی ۱۴ و ۴۵ درصد در سطح خیلی زیاد و زیاد و در مقابل ۷ درصد در سطح اصلاً و ۱۲ درصد در سطح کم بدان اشاره کرده اند.

جدول ۴-۱۰: خانواده یا اطرافیان شما، چقدر انتظار دارند از این فضاهای زنانه استفاده کنید؟

درصد	تعداد	هنجار فضاهای جنسیتی
۷	۷۹	اصلاً
۱۲	۱۳۵	کم
۲۲	۲۴۶	تاحدودی
۴۵	۵۲۰	زیاد
۱۴	۱۶۴	خیلی زیاد
-	۵۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۱۰-۵) فرصت بهره مندی فضاهای جنسیتی

حدود یک سوم از زنان در شهر تهران برای استفاده از فضاهای تک جنسیتی با مشکل و محدودیت خاصی روبرو نیستند (۳۵ درصد). در مقابل ۱۶ درصد اصلاً و ۲۲ درصد در سطح کمی به چنین فضاهایی دسترسی دارند.

جدول ۱۰-۵: چقدر امکان و فرصت استفاده از چنین فضاهای زنانه ای برای شما وجود دارد؟

درصد	تعداد	فرصت بهره مندی فضاهای جنسیتی
۱۶	۱۸۷	اصلاً
۲۲	۲۵۵	کم
۲۷	۳۱۸	تاحدودی
۳۰	۳۶۰	زیاد
۵	۶۵	خیلی زیاد
-	۱۵	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۶-۱۰) معنای فضاهای جنسیتی

زنان تهرانی مورد مطالعه در پاسخ به گرایش شان به بهره مندی از فضاهای جنسیتی، عمدتاً برداشتی کارکردی (۳۵ درصد) و فردگرایانه (۳۱ درصد) دارند. گرچه ۲۰ درصد به لحاظ دینی به تفکیک فضاهای جنسیتی معتقدند ولی ۱۴ درصد زنان معنایی فمینیستی به چنین فضاهایی دارند و جدا نمودن آنها درست نمی دانند.

جدول ۶-۱۰: با کدامیک از نظرات زیر در با کدامیک از نظرات زیر درباره ازدواج دختران موافقت می کنید؟

درصد	تعداد	معنای فضاهای جنسیتی
۳۱	۳۵۴	استفاده از فضای زنانه موجب سلامتی جسمی و روحی زنان می گردد (فردگرایانه)
۱۴	۱۶۴	جدا کردن فضاهای ورزشی به زنانه و مردانه درست نیست (فمینیستی)
۳۵	۴۰۹	استفاده از فضای زنانه موجب احساس امنیت زنان می گردد (کارکردی)
۲۰	۲۳۵	به لحاظ دینی فضای ورزشی زنان بهتر است از مردان جدا باشد (دینی)
-	۳۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۲۰۰	جمع

۷-۱۰) رابطه استفاده از فضاهای جنسیتی با تعیین کننده های آن

چنانچه جدول ماتریس همبستگی نشان می دهد بهره مندی از فضاهای تک جنسیتی زنانه در بین زنان بیش از همه ارتباط معناداری با میزان احساس هویت ($r = 0/25$) و فرصت ($r = 0/21$) بهره مندی از چنین فضاهایی بستگی دارد. به عبارتی هر چه زنان به لحاظ مکانی دسترسی بیشتری به فضاهای ورزشی و تفریحی زنانه داشته باشند، بیشتر استفاده نموده و نیز تفکیک چنین فضاهایی برای شان اهمیت داشته باشند. البته هنجار اجتماعی و معنای جنسیتی فضاهای زنانه رابطه آماری معناداری را نشان نمی دهد.

جدول ۷-۱۰: ماتریس همبستگی استفاده از فضاهای جنسیتی با تعیین کننده های آن

معنا	فرصت	هنجار	هویت یابی	تمایل	رفتار	ضرایب
۰/۰۵	**۰/۲۱	۰/۰۵	**۰/۲۵	**۰/۰۸	۱	رفتار
۰/۰۰۲	**۰/۱۴	**۰/۵۹	**۰/۱۸	۱		تمایل
**۰/۰۰۲	**۰/۲۶	**۰/۵۵	۱			هویت
**۰/۳۰	**۰/۲۵	۱				هنجار
**۰/۰۲	۱					فرصت
۱						معنا

۸-۱۰) رابطه ویژگی های فردی با استفاده از فضاهای جنسیتی

- وضع تأهل با استفاده از فضاهای جنسیتی

طبق یافته های به دست آمده ۶۸ درصد متاهلان و ۵۰ درصد مجردان اصلاً از فضاهای جنسیتی زنانه استفاده نکرده اند. البته در طیف علاقه مندان نسبت افراد تقریباً برابری است. با توجه به تفاوت معناداری حاصل می توان بیان داشت تاکنون زنان متأهل کمتر از مجردان از فضاهای ورزشی و تفریحی زنانه استفاده نموده اند.

- گروه سنی با استفاده از فضاهای جنسیتی

بررسی حاصل نشان می دهد که ۵۰ درصد افراد ۱۵ تا ۳۰ سال، ۶۶ درصد ۳۰ تا ۴۵ سال و ۷۰ درصد ۴۵ ساله و بیشتر از فضاهای تک جنسیتی زنانه بهره نبرده اند. همچنین نتایج آزمون آماری تفاوت بهره مندی گروه های سنی مختلف از چنین فضاهایی را نشان می دهد؛ به تعبیری می توان بیان داشت هرچه سن افراد افزایش می کند استفاده از پارک بانوان و مجموعه شهربانو کمتر می شود و برعکس.

- مقاطع تحصیلی با استفاده از فضاهای جنسیتی

بررسی ها نشان می دهد که ۷۰ درصد افراد زیر دیپلم، ۶۱ درصد دیپلمه ها و ۶۲ درصد دارندگان تحصیلات عالی تاکنون از فضاهای جنسیتی استفاده نکرده اند. آزمون آمای مناسب با آلفای کوچکتتر یا مساوی یک درصد و کمتر تفاوت معناداری را نشان نمی دهد. به تعبیری می توان گفت دختران و زنان در شهر تهران بر حسب مقاطع تحصیلی مختلف به یک اندازه از فضاهای ورزشی و تفریحی زنانه استفاده نمی کنند.

- وضعیت کفایت درآمدی با استفاده از فضاهای جنسیتی

یافته های به دست آمده در خصوص وضعیت کفایت درآمد نشان می دهد؛ زنان با کفایت درآمدی کم، متوسط و زیاد به ترتیب ۶۷، ۶۶ و ۶۰ درصد از فضاهای جنسیتی استفاده نمی کنند. این تفاوت در سطح معناداری مطلوبی تایید نشده است.

جدول ۸-۱۰: وضعیت استفاده از فضاهای جنسیتی بر حسب ویژگی های فردی

جمع	زیاد	تاحدودی	اصلاً	ویژگی های فردی / فضا	
۱۰۰	۴	۴۶	۵۰	مجرد	وضع تأهل
۱۰۰	۳	۲۹	۶۸	متاهل	
$X^2 = 31 \quad V = 0/16 \quad S = 0/000$				آزمون آماری	
۱۰۰	۳	۴۷	۵۰	۱۵ تا ۳۰ سال	سن
۱۰۰	۳	۳۱	۶۶	۳۰ تا ۴۵ سال	
۱۰۰	۴	۲۶	۷۰	۴۵ سال و بیشتر	
$X^2 = 38 \quad V = 0/13 \quad K_b = -0/13 \quad S = 0/000$				آزمون آماری	
۱۰۰	۳	۲۷	۷۰	زیر دیپلم	سواد
۱۰۰	۲	۳۷	۶۱	دیپلم	
۱۰۰	۴	۳۴	۶۲	بالاتر از دیپلم	
$X^2 = 11 \quad V = 0/06 \quad K_b = 0/06 \quad S = 0/03$				آزمون آماری	
۱۰۰	۴	۳۶	۶۰	شاغل	اشتغال
۱۰۰	۴	۵۱	۴۵	در حال تحصیل	
۱۰۰	۳	۲۸	۶۹	خانه دار	
$X^2 = 35 \quad V = 0/17 \quad S = 0/000$				آزمون آماری	
۱۰۰	۲	۳۱	۶۷	کم	کفایت درآمد
۱۰۰	۴	۳۰	۶۶	متوسط	
۱۰۰	۲	۳۸	۶۰	زیاد	
$X^2 = 10 \quad V = 0/06 \quad K_b = 0/05 \quad S = 0/04$				آزمون آماری	

فصل پنجم:
خلاصه و نتیجه گیری

۱-۱) خلاصه پژوهش

در جامعه ایران گسترش آموزش و پرورش، رشد رسانه‌ها و نفوذ آنها در زندگی فردی و جمعی، رشد شهرنشینی، تمرکز فزاینده جمعیت در شهرها، افزایش سطح آموزش زنان، توسعه فرایندهای تفکیک اجتماعی، و ... موجب توجه و اهمیت بیشتر نگرش‌ها و ارزشهای اجتماعی و نیز تغییرات مرتبط با آن گردیده است. بر این اساس می‌تواند شاهد تحول و گذار از یک جامعه سنتی پر سابقه به سمت جامعه‌ای مدرن بود. آثار این تحول در حوزه نگرش‌ها و رفتارهای زنان بیش از هر قشری قابل مشاهده و تحلیل است، به نحوی که می‌توان شاهد حضور و نقش آفرینی زنان در عرصه‌های خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی مختلف بود. این از آن‌روست که آنچه بیش از هر عاملی موجب تمایز و تشخیص جوامع از یکدیگر می‌گردد وضعیت نگرشها و ارزشهای افراد می‌باشد، که مجموعه‌ای از آن عناصر، باورها، نقش‌ها و ساختار فرهنگی و اجتماعی را شکل می‌دهند.

مطالعه حاضر با هدف کلی بررسی و شناخت ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی زنان در شهر تهران به روش پیمایش انجام گرفته است. البته در کنار این روش، از تحلیل محتوای کیفی در قالب مطالعه ای اکتشافی به صورت مصاحبه ساخت نیافته برای بررسی و تحلیل ابعاد کیفی رفتارها و نگرش‌های زنان کمک گرفته ایم. جمعیت آماری این پژوهش شامل «کلیه دختران و زنان ۱۵ سال به بالای مناطق ۲۲ گانه شهر تهران در سال ۱۳۹۶» می‌باشد. برای به دست آوردن نمونه ای معرف از زنان شهر تهران، از نمونه گیری چندمرحله ای استفاده شده است.

مطالعه حاضر با پذیرش دگرگونی در نظام ارزشی جامعه ایران، به ویژه زنان درصدد دستیابی بدین سؤالات است:

- ۵) وضعیت ارزش‌های و نگرش‌های دختران و زنان شهر تهران بر حسب رفتارهای جنسیتی مختلف چگونه است؟
- ۶) وضعیت ارزشها و نگرش‌های زنان شهر تهران بر حسب عوامل و ویژگی‌های مختلف فردی و اجتماعی چگونه است؟
- ۷) بعد از توصیف و تبیین ارزش‌ها و نگرش‌های دختران و زنان، چه تفسیری می‌توان از وضعیت و روند رفتارهای جنسیتی دختران و زنان ارائه نمود؟

بر این اساس برای تهیه چارچوب مفهومی تحقیق از نظریه نظام کنش کمک گرفته ایم. در واقع یک جامعه از عناصری مهمی چون: فرهنگ، نهادهای اجتماعی، ساختار اجتماعی و کنش ها تشکیل شده است (شارون، ۱۳۸۹). در این میان فرهنگ ها دربرگیرنده قواعد، باورها، ارزشها و قوانینی هستند که در قالب نهادهای اجتماعی و ایفای نقش های در ساختار اجتماعی متجلی می گردد. کنش اجتماعی نیز حاصل تعامل و استدلال با دیگران است که بتدریج معناداری می گردد و با تبدیل شدن به الگوی متداول رفتار در قالب نقش و موقعیت های اجتماعی، نهادهای اجتماعی را سازماندهی می کنند و موجب شکل گیری فرهنگ می گردد. همین ارزش ها و نگرش ها سازوکاری است که وضعیت کنش را تعیین می کند (چلبی، ۱۳۸۳). از این رو، از یک سو می توان گفت که ارزش ها و نگرش رفتار نهادی افراد را تحت تاثیر قرار می دهند و از سوی دیگر همین الگوی متداول رفتار اجتماعی، فرهنگ و ساختار اجتماعی را شکل می دهد که در قالب نهادهای اساسی جامعه مانند نهاد خانواده، دین، دولت، آموزش و پرورش و اقتصاد متجلی می گردد.

در پیمایش ارزش ها و نگرش زنان در شهر تهران، نیز می توان رفتار نهادی زنان را در قالب یکسری از نهادهای اجتماعی مورد مطالعه قرار داد، در عین اینکه ارزش ها و نگرش های فردی و اجتماعی آنها را حمایت و پشتیبانی می کنند. همچنین متأثر از نظریه (رفتار بخردانه) آیزن و همکارانش که رفتار را ناشی از اعتقاد شخص در زمینه نتایج رفتار مشخص، و ارزیابی او از نتایج ممکن و نیز اعتقادات فرد در دستیابی به آن انتظارات می داند، پس می توان گفت ارزیابی فردی و هنجارهای اجتماعی موجب شکل دهی به رفتار فرد می گردد. به تعبیر دیگر چلبی بیان می دارد: «هر رفتار کنشگر، اعم از فردی و جمعی، در هر سطح و هر حوزه‌ای، به کم و کیف و آرایش فرصت، نیاز، انتظار، و معنا وابسته است. در نخستین تقرب به واقع، ممکن است رابطه رفتار را با چهار سازه مزبور به شکل یک تابع کلی، به صورت ساده شده زیر، تدوین کرد» (چلبی، ۱۳۸۵: ۱۰۰)؛

بر این اساس رفتار نهادی زنان تحت تاثیر نیاز ها، انتظارات، فرصت ها و معنای جنسیتی آنها می باشد تا از این طریق بتوان به ارزش ها و نگرش های زنان در عرصه های مختلف دست یافت.

در خصوص مسائل و دغدغه های زنان در شهر تهران در نهایت با در نظر گرفتن میزان برجسته سازی و بسامد موارد بیان شده از سوی زنان و انتزاع شده توسط محقق، ۸ رفتار نهادی بیش از همه توجه محقق و تیم همکاران را به خود جلب کرد تا در ابعاد مختلف بتوان ارزش ها و نگرش های زنان را در قبال آنها مطالعه نمود. رفتارهای مهم و مساله محور دختران و زنان شهر تهران شامل مواردی از جمله: فرزندآوری، مادری، تمایل به ازدواج، رضایت از زندگی مشترک، رفتار اشتغال، تحصیلات، انجام امور منزل، پوشش، بهره مندی از فضاهای جنسیتی می باشد. که در این میان به خاطر وضعیت تاهل و مجرد زنان رفتارهایی از قبیل تمایل به ازدواج در بین دختران مجرد و رضایت از زندگی مشترک در بین زنان متأهل متفاوت می باشند.

۱-۲) دستاوردهای تجربی

با عنایت به ترکیبی بودن روش پژوهش، در مرحله اول توالی، سعی گردید در مطالعه ای اکتشافی ارزش های و نگرش های زنان و دختران شهر تهران مورد بررسی قرار گیرد. این روش که در قالب تحلیل محتوای کیفی انجام پذیرفت.

تحلیل تماتیک صورت گرفته در خصوص مسائل و دغدغه های زنان در شهر تهران در نهایت با در نظر گرفتن میزان برجسته سازی و بسامد موارد بیان شده از سوی زنان و انتزاع شده توسط محقق، ۸ رفتار نهادی بیش از همه توجه محقق و تیم همکاران را به خود جلب کرد تا در ابعاد مختلف بتوان ارزش ها و نگرش های زنان را در قبال آنها مطالعه نمود. رفتارهای مهم و مساله محور دختران و زنان شهر تهران شامل مواردی از جمله: فرزندآوری، مادری، تمایل به ازدواج، رضایت از زندگی مشترک، رفتار اشتغال، تحصیلات، انجام امور منزل، پوشش، بهره مندی از فضاهای جنسیتی می باشد. که در این میان به خاطر وضعیت تاهل و مجرد زنان رفتارهایی از قبیل تمایل به ازدواج در بین دختران مجرد و رضایت از زندگی مشترک در بین زنان متأهل متفاوت می باشند. در این راستا برای داشتن درک انتزاعی تری نسبت به وضعیت ارزش ها و نگرش های زنان در وهله اول مقایسه وضعیت تمایل، هنجار، فرصت، هویت و معنای رفتار جنسیتی آنها می تواند میزان اهمیت آنها را مشخص کند. همچنین با استفاده از آزمون های اکتشافی و خوشه بندی بتوان رفتاری مختلف زنان را طبقه بندی کرد. در وهله دوم، با در نظر گرفتن هر یک از رفتارهای نهادی به عنوان متغیر وابسته، وضعیت ارتباط آنها با ویژگی های فردی و هنجارهای اجتماعی و ذهنی مشخص نمود.

رفتارهای جنسیتی زنان

طبق مطالعه ای مقدماتی و اکتشافی مهمترین دغدغه ها و مسائل مختلف دختران و زنان شهر تهران شامل مواردی از جمله: فرزندآوری، مادری، تمایل به ازدواج، رضایت از زندگی مشترک، رفتار اشتغال، تحصیلات، انجام امور منزل، پوشش، بهره مندی از فضاهاى جنسیتی می باشد.

- فرزندآوری زنان: طبق یافته های حاصل در بین زنان متاهل شهر تهران حدود ۱۰ درصد بدون فرزند، ۲۲ درصد یک فرزند، ۳۷ درصد دو، ۱۶ درصد سه فرزند و ۱۶ درصد چهار فرزند و بیشتر دارند؛ دیگر یافته به دست آمده در زمینه تعداد فرزند مطلوب بین متاهلان بیانگر آن است که نشان می دهد که ۴ درصد نداشتن فرزند، ۱۰ درصد به داشتن یک فرزند، ۴۵ درصد به داشتن دو فرزند و ۴۱ درصد به داشتن سه فرزند و بیشتر تمایل داشتند و در مقابل مجردان به ترتیب ۹، ۲۱، ۵۳ و ۱۷ درصد دوست دارند بدون فرزند، یک فرزند، دو فرزند و سه فرزند و بیشتر داشته باشند. بنابراین به طور معناداری دختران مجرد تمایل کمتری به داشتن فرزند دارند؛ گر چه در این میان بیش از نیمی از آنها دو فرزند را برای سطح جانشینی ایده آل دانسته اند.

پذیرش نقش مادری: زنان دارای هویت های سه گانه زنانه، همسری و مادری هستند. این هویت ها به تحولات بیولوژیکی و جسمی زنان گره خورده است؛ این پیوند تا آنجاست که زنان تا سنین خاصی امکان همسری و مادری دارند. به زعم گیلکان زنان هویتی مستقل از همسری و مادری برای خود نمی بینند و بی خود (Selfless) هستند (Gilligan, ۸۹). طبق نتایج مطالعه حاضر در مجموع ۸۱ درصد دختران و زنان نمونه علاقه بسیاری به پذیرش نقش مادری دارند و در مقابل ۷ درصد تمایل چندانی ندارند.

نقش همسری: بر اساس معیارهای مختلف مربوط به نقش همسری در خانواده های شهر تهران، ۸۵ درصد زنان امور منزل را خودشان به تنهایی انجام می دهند و حدود کمتر از ۲ درصد همسر یا دیگر افراد کمک می کنند. در بین دختران مجرد ۳۱ درصد مقید به انجام امور منزل در حد بسیار هستند و در مقابل ۳۴ درصد چندان اهمیت نمی دهند. همچنین ۶۶ درصد در حد بسیار علاقه به انجام امور منزل و در مقابل ۱۳ درصد تمایلی ندارند.

رضایت از زندگی مشترک: نتایج به دست آمده نشان می دهد ۷۳ درصد زنان از زندگی مشترک با همسرشان رضایت داشته (۵۲ درصد در حد زیاد و ۲۱ درصد در حد خیلی زیاد) و در مقابل ۷ درصد ناراضی اند (۴ درصد اصلاً و ۳ درصد کم). همچنین یافته دیگری حکایت از آن دارد که ۶ درصد زنان متاهل از زندگی مشترک رضایت ندارند؛ به عبارتی می توان ۴۸ درصد زندگی های مشترک را «خانواده آرام»، ۳۷ درصد «خانواده اهل گفتگو»، ۹ درصد «خانواده امیدوار»، ۵ درصد «خانواده اضطرابی» و یک درصد «خانواده های در آرزوی جدایی» را نام نهاد. گرایش به ازدواج: بررسی ها در بین دختران مجرد نشان می دهد یک سوم (۳۷ درصد) آنها تمایل بسیاری و ۳۱ درصد تمایل چندانی به ازدواج ندارند.

رعایت پوشش: در شهر تهران پوشش غالب زنان در سطح جامعه و خیابان، مانتوی ساده و معمولی است (۴۷ درصد)، حدود یک سوم نیز چادری اند (جمع چادر با روسری و شال و چادر با مقنعه ۳۵ درصد). البته با توجه به اینکه ۳۵ درصد زنان در سطح شهر تهران چادری اند در مجموع می توان فقط حدود ۹ درصد آنها در سفرهای خارجی از چادر استفاده می کنند.

میزان تحصیلات: حدود ۴۰ درصد زنان و دختران مورد مطالعه تحصیلات دانشگاهی (یک درصد دکتری، ۹ درصد کارشناسی ارشد و ۳۰ درصد کارشناسی) و نیز ۳۰ درصد زیر دیپلم اند. این در حالی است که ۲۵ درصد تا مقطع دکتری، ۲۰ درصد تا مقطع کارشناسی ارشد به ادامه تحصیل تمایل دارند. از طرفی دختران مورد مطالعه در زمینه وضعیت تحصیلات همسر آینده ۳۲ درصد در مقطع دکتری، ۳۰ درصد مقطع کارشناسی ارشد و ۲۷ درصد کارشناسی را در مد نظر دارند.

وضعیت اشتغال: زنان شاغل با ۱۹ درصد و زنان خانه دار با ۶۳/۵ درصد بیشترین نسبت نمونه در این مطالعه بودند. البته ۲۳ درصد زنان تمایلی به سرکار رفتن ندارند و در مقابل ۶۴ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد دارند. در واقع با این وضعیت نسبت دختران و زنانی که علاقه مند به سرکار رفتن هستند با نسبت خانه دارها در حال حاضر برابری می کند.

هویت یابی جنسیتی زنان

مقایسه انواع وضعیت های احساس هویت جنسیتی زنان پیرامون رفتارهای جنسیتی، نشان می دهد که به ترتیب حفظ و تداوم زندگی مشترک با میانگین ۴/۳۳، افتخار به مادر شدن با میانگین ۴/۱۲، اهمیت دادن به انجام امور منزل با میانگین ۳/۹۹، ارزش فرزند و داشتن فرزند با میانگین ۴/۱۲، بهره مندی از فضاهای فراغتی زنانه با میانگین ۳/۹۷، ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر با میانگین ۳/۸۹، حفظ و داشتن پوشش مورد نظر با میانگین ۳/۸۵، شاغل شدن و اهمیت دادن به کار با میانگین ۳/۳۱ و در نهایت ازدواج و تشکیل خانواده با میانگین ۳/۲۰، به ترتیب از جمله مواردی هستند که برای دختران دغدغه و بیش از سایر موارد اهمیت دارند.

در واقع چنانچه ملاحظه می گردد احساس هویت در زمینه حفظ زندگی زناشویی در بین زنان متأهل برابر با ۴/۳۳ بوده و در مقابل اهمیت دادن به ازدواج و تشکیل خانواده در بین مجردان با میانگین ۳/۲۰ کمترین مقدار را نشان می دهد. در واقع مشاهده می گردد مهمترین دغدغه زنان متأهل جامعه شهری تهران حفظ و پایداری زندگی مشترک است؛ از سویی ازدواج کردن و تشکیل خانواده کمترین دغدغه مجردان می باشد.

استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی برای دسته بندی و بررسی همبستگی میان هویت های مختلف نشان می دهد که احساس هویت در قبال مادری، فرزندآوری، رعایت پوشش و امور منزل در یک عامل قرار می گیرند و در مقابل احساس هویت درباره اشتغال و تحصیل در گروه دیگر می باشد که به ترتیب نوعی هویت جنسیتی وابسته زنان و هویت جنسیتی مستقل را تداعی می کنند؛ به عبارتی، در خصوص هویت وابسته زنان خودشان را با دیگری (همسر، فرزند و ...) پیوند می زند؛ در مقابل هویت جنسیتی مستقل، هویت زنان است را براساس تلاش، انگیزه ها و فرصت های زندگی و در فرایندی اکتسابی بدست می آید.

زنان دارای هویت سه گانه ای هستند که در کنار هم اضلاع مثلثی را می نمایند: هویت زنانگی، هویت همسری و هویت مادری. هویت تام و کمال زنان در گرو دارا بودن این سه نقش با در یک خانواده منسجم است. از میان این سویه های هویت، زنانگی قائم به ذات زنانه است که هویت جنسی آنها را تشکیل می دهد؛ اما همسری و مادری هویت های جنسیتی است که جامعه آن را برای زنان تجویز می کند و در قالب انتظارات نقشی خود را نشان می دهد. البته قرار گرفتن زنان در کنار مردان در چارچوب ازدواج و پس از آن فرزندآوری در قالب خانواده آنان را به هویت همسری و مادری می رساند؛ همسرانی که فرزندآوری را نیز تجربه می کنند هویت تام اجتماعی را کسب می کنند.

فرصت های جنسیتی زنان

همانطور که بحث گردید «فرصت جنسیتی» نوعی «امکان و موقعیت» ایفای نقش را برحسب موقعیت و محدودیت های مختلف مالی، جسمی، اجتماعی و ... برای دختران و زنان فراهم می آورد. در این میان مقایسه فرصت های جنسیتی زنان پیرامون ۸ رفتار مورد نظر، نشان می دهد که وقت نداشتن برای انجام امور منزل با میانگین ۳/۷۱، فرصت کم برای فرزندآوری با میانگین ۳/۴۳، امکان و فرصت ازدواج برای دختران با میانگین ۳/۱۹، بهره مندی از فضاهای فراغتی زنانه با میانگین ۲/۸۸، مسائل مختلف در زندگی مشترک با میانگین ۲/۶۶، محدودیت برای ادامه تحصیل با میانگین رتبه ۲/۷۴، فرصت مادر شدن با میانگین رتبه ۲/۲۶، محدودیت های مربوط به سرکار رفتن با میانگین ۲/۵۷ و در نهایت محدودیت در داشتن پوشش مورد نظر با میانگین ۱/۴۴ از جمله مشکلات و موانعی هستند که زنان در شهر تهران به ترتیب با آن مواجه اند.

در واقع چنانچه ملاحظه می گردد نداشتن فرصت برای انجام وظایف همسری، نداشتن امکان و موقعیت داشتن فرزند برای زنان متأهل و نیز نداشتن امکان و فرصت ازدواج برای دختران مهمترین مسائل زنان و در مقابل داشتن پوشش دلخواه، و شاغل شدن کمترین محدودیت را برای زنان متأهل نشان می دهد. همچنین دختران مجرد در مقایسه با متأهلان محدودیت کمتری در قبال داشتن پوشش دلخواه، ادامه تحصیل، انجام امور منزل و استفاده از فضاهای تک جنسیتی در سطح شهر دارند.

هنجارهای جنسیتی زنان

طبق بررسی به دست آمده، هنجارهای اجتماعی مربوط به ادامه تحصیل با میانگین $4/9$ ، تداوم زندگی مشترک با میانگین $4/3$ ، فرزندآوری با میانگین $3/9$ ، پذیرش نقش مادری با میانگین $3/9$ ، هویت همسری و رعایت پوشش دلخواه با میانگین $3/6$ بیش از سایر رفتارهای جنسیتی است؛ در مقابل انجام رفتارهایی از قبیل شاغل شدن با میانگین $2/5$ ، ازدواج کردن به موقع دختران با میانگین $3/5$ و بهره مندی از فضاهای جنسیتی با میانگین $3/5$ کمتر مورد انتظار زنان می باشد.

نکته قابل تامل و تقابل اینکه در عین اینکه خانواده ها و اطرافیان از زنان توقع بسیاری دارند تا زندگی مشترک شان را حفظ کنند؛ در مقابل از دختران مجرد کمتر انتظار دارند که به فکر ازدواج و تشکیل خانواده باشند. همچنین بیشترین انتظار از سوی خانواده و اطرافیان نسبت به دختران و زنان جامعه در قبال درس خواندن (با بیشترین فراوانی برای مقطع لیسانس با 29 درصد) و نیز مقطع دکتری (24 درصد) و در مقابل کمترین توقع جامعه از زنان، مربوط به سرکار رفتن (بیشترین فراوانی برای گزینه اصلاً 39 درصد) می باشد. بنابراین جامعه زنان شهر تهران در عین اینکه از دختران انتظار دارند که ادامه تحصیل بدهند، چندان توقع ندارد که به سرکار بروند.

معنای جنسیتی زنان

طبق مطالعه ای اکتشافی ابتدا معنای هر یک از رفتارهای جنسیتی مورد مطالعه قرار گرفت، به نحوی که با تحلیل تماتیک و سنخ شناسی مفاهیم و مقولات حاصل، در نهایت چهار معنا یا برداشت حاصل شد که عبارتند از: معنای فردگرایانه، فمینیستی، کارکردی و دینی. البته دو معنای کارکردی و دینی را می توان گرایش «نهادمحور» و جهت گیری فردگرایانه و فمینیستی را گرایش «فردمحور» نام نهاد.

طبق یافته های حاصل معنای فرزند در بین دختران و زنان شهر تهران بیشتر کارکردی (۴۰ درصد) و در مقابل کمتر فمینیستی، در خصوص پذیرش نقش مادری معنای قالب بیشتر کارکردی (۵۳ درصد) و کمتر فمینیستی (۶ درصد)، درباره شاغل شدن زن بیشتر گرایش ها فردگرایانه (۵۵ درصد) و کمتر فمینیستی (۱۰ درصد)، معنای تحصیل کردن بیشتر معنایی فردگرایانه (۳۷ درصد) و کمتر فمینیستی (۷ درصد)، نگرش دختران به ازدواج بیشتر فراد معنایی دینی و کارکردی (هر دو مورد ۳۳ درصد) و کمتر فردگرایانه (۱۵ درصد)، معنای بهره مندی افراد از فضاهاى جنسیتی عمدتاً فهمی فردگرایانه و دینی (۳۵ و ۳۰ درصد) و کمتر کارکردی (۱۴ درصد)، در بین زنان رعایت پوشش عمدتاً معنایی فردگرایانه و فمینیستی (به ترتیب ۳۴ و ۲۷ درصد) و کمتر دینی و کارکردی (هر دو ۱۹ درصد)، معنای انجام امور منزل بیشتر فمینیستی (۵۸ درصد) و کمتر دینی (۶ درصد) می باشد.

در واقع مشاهده می گردد بیشترین معنای رفتار جنسیتی زنان (۵۰ درصد و بالاتر) از نوع فمینیستی مربوط به هویت همسری (میزان انجام امور منزل)، تمایل به ازدواج؛ بیشترین معنای فردگرایی درباره سرکار رفتن زنان و ادامه تحصیل نمودن، و در آخر بیشترین معنای کارکردی مربوط به پذیرش نقش مادری می باشد.

رابطه رفتارهای جنسیتی با تعیین کننده های آن

با توجه به تشریح ارزشهای مختلف در مباحث فوق در بخش زیر به جمع بندی روابط آماری به عمل آمده با متغیرهای زمینه ای تحقیق می پردازیم:

تبیین فرزندآوری: در بحث از تبیین میزان فرزندآوری و فرزند ایده آل زنان بر حسب چارچوب مفهومی (هویت، فرصت، هنجار و معنا) بیشترین رابطه همبستگی مربوط به فرصت ها و محدودیت های زنان برای بچه دار شدن و معنا زنان از داشتن فرزند می باشد؛ به عبارتی نداشتن فرصت و داشتن محدودیت های مختلف از یکسو و از سوی دیگر داشتن معنایی فمینیستی و فردگرایانه منجر به کاهش تعداد فرزندان و نیز تمایل به داشتن فرزند می گردد. همچنین بر حسب ویژگی های فردی و اجتماعی زنان (وضع تاهل، گروه سنی، سطح سواد، کفایت هزینه های و وضعیت اشتغال) چنانچه فرصت های فرزندآوری را در قالب محدودیت هایی از قبیل سن، سواد، اشتغال و درآمد در نظر بگیریم، کاهش فرزند بیش از همه تحت تاثیر سن و سواد زنان و در آخر اشتغال آنها می باشد؛ به عبارتی هر چه سن زنان و سوادشان بیشتر و کمتر خانه دار باشند، میزان فرزندآوری آنها کاهش می یابد.

تبیین نقش مادری: در بحث از تبیین پذیرش نقش مادری بر حسب چارچوب مفهومی (هویت، فرصت، هنجار و معنا) بیشترین رابطه همبستگی با احساس هویت مادری و فشار و انتظار دیگران از پذیرش نقش مادری توسط دختران و مادران وجود دارد؛ در صورتی که میزان فرصت داشتن برای مادری ارتباطی با پذیرش آن ندارد.

همچنین در بحث از ویژگی های فردی، دختران مجرد، گروه سنی ۱۵ تا ۳۰ سال، زنان دارای تحصیلات زیردیپلم و دیپلم، زنان خانه دار تمایل بیشتری با ایفای نقش مادری در خانواده دارند و به مادر شدن خود افخار می کنند.

تبیین رضایت از زندگی مشترک: در بحث از رابطه همبستگی حاصل با مدل مفهومی مطالعه، بیش از همه میزان تمایل به ازدواج مجدد به همسر (تداوم عشق و علاقه) و نیز اهمیت دادن به حفظ و تداوم زندگی تاثیر گذار است. همچنین به لحاظ ویژگی های فردی می توان بیان داشت گروه سنی ۴۵ ساله و بیشتر، زنان دارای تحصیلات زیر دیپلم، زنان شاغل و نیز خانه دار و خانواده هایی که هزینه هایشان کفایت زندگی شان را در حد کمی می دهد، کمترین رضایت را در مقایسه با سایر گزینه ها دارند.

تبیین نگرش به ازدواج: در بحث از رابطه همبستگی حاصل با مدل مفهومی مطالعه، به ترتیب دخترانی تمایل بسیاری به ازدواج دارند که از طریق ازدواج هویت یابی کنند، دیگران انتظار بیشتری از آنها داشته باشند و نیز محدودیت در ازدواج نداشته باشند. همچنین سایر یافته ها نشان می دهد که دختران ۳۰ ساله و بیشتر، بالاتر از دیپلم، دختران خانه دار و شاغل کمترین تمایل به ازدواج را دارند.

تبیین انجام امور منزل: بررسی ها نشان می دهد از میان چهار متغیر تعیین کننده تمایل افراد به انجام امور منزل، میزان هویت یابی زنان و میزان فرصت داشتن برای انجام امور تاثیر بیشتری دارند. همچنین دیگر نتایج نشان می دهد که زنان متأهلی که گرایش فمینیستی بالایی دارند، بیشتر انتظار دارند که همسرانشان در امور منزل کمک کنند و کمتر به تقسیم کار درون و بیرون منزل معتقدند. در مقابل زنان دارای گرایش کارکردی و دینی چنین انتظاری از مرد خانه ندارند و عنوان رفتاری هنجاری در نظر نمی گیرند. زمینه وضعیت انجام امور منزل در بین دختران مجرد نشان می دهد که کسانی که عمدتاً بیشتر به امور منزل می پردازند، از یک طرف برایشان مهم بوده و به عنوان بخشی از هویت زنانه خود، بدان می نگرند. و از طرف دیگر زمان بیشتری برای رسیدگی به چنین کارهایی را دارند. به لحاظ ویژگی های فردی زنان متأهل بیشتر از دختران مجرد، دختران مجرد دارای سن پایین، کمتر و در مقابل دختران مجرد مسن تر بیشتر، به امور خانه، در بین زنان تحصیل کرده کمتر به انجام امور منزل پرداخته می شود.

تبیین وضعیت تحصیل: انتظار اجتماعی خانواده و اطرافیان از افراد تاثیر بسزایی در تحصیل کردن افراد دارند. دیگر یافته ها نشان می دهد هر چه دختران و زنان میزان محدود و مشکل در تحصیل کمتر بوده، تحصیلات بیشتری دارند. به لحاظ ویژگی های فردی دختران مجرد بیش از زنان متأهل دارای تحصیلات دانشگاهی، شاغلان و گروه سنی ۱۵ تا ۴۵ سال، خانواده های دارای درآمد متوسط و زیاد بیش از سایر موارد به تحصیلات دانشگاهی ادامه داده اند.

تبیین وضعیت اشتغال: طبق بررسی حاصل کسب هویت جنسیتی توسط زنان، از طریق اشتغال بیشترین علل تمایل و گرایش آنها به شاغل شدن می باشد. در این میان نیز انتظارات جامعه از آنها و داشتن گرایش فمینیستی و فردگرایی در تمایل به سرکار رفتن تاثیر بسزایی دارد. به لحاظ ویژگی های فردی، بیشتر زنان شاغل، مجرد، در گروهی سنی ۳۰ تا ۴۵ ساله، دارای تحصیلات دانشگاهی هستند، و جالب اینکه درآمدشان خانواده و هزینه های دارای سطح کم، متوسط و زیاد به یک نسبت شاغل اند.

تبیین وضعیت پوشش: با توجه به چارچوب نظری پژوهش مبنی بر شرایط و فرصت هایی که رفتار افراد را شکل می دهد، چنانچه ملاحظه می گردد رابطه تمایل به آزادی پوشش با وضعیت پوشش رابطه معناداری را نشان می دهد، بدین معنا که کسانی که پوشش بازی تر داشته اند عمدتاً تمایل به پوشش آزادتری را بیان کرده اند. همچنین کسانی که داشتن پوشش برای شان مهم بود و نیز احساس هویت می نمودند پوشش بیشتری دارند. بخش انتظار اجتماعی از پوشش نیز بر وضعیت پوشش فرد مرتبط است. برحسب ویژگی های فردی دختران جوان ۱۵ تا ۳۰ ساله دارای تحصیلات دانشگاهی یا در حال تحصیلی که وضع درآمدی بالایی دارند، بیشتر از سایر موارد، مانتوی تنگ و مانتوی باز می پوشند.

تبیین بهره مندی از فضاهای جنسیتی: بهره مندی از فضاهای تک جنسیتی زنانه در بین زنان بیش از همه ارتباط معناداری با میزان احساس هویت و میزان فرصت بهره مندی از چنین فضاهایی بستگی دارد. بر حسب ویژگی های فردی دختران مجرد، زنان ۱۵ تا ۳۰ ساله، دیپلمه ها و افراد بالاتر از دیپلم، و در حال تحصیل بیشترین استفاده را از فضاهای تفریحی و ورزشی دارند.

در مجموع می توان نتیجه گرفت بیشتر رفتارهای جنسیتی مورد انجام و پذیرش زنان در جامعه شهری تهران تحت تاثیر میزان احساس هویت یابی فردی زنان می باشد؛ به عبارتی انجام و یا آمادگی برای انجام امور به میزان اهمیت داشتن رفتارها، افتخار و دغدغه مندی آنها بر می گردد.

به طور مشخص تمایل دختران مجرد برای ازدواج (هویت زنانه) و رسیدگی به امور منزل (هویت همسری)، بیش از همه تحت تاثیر پیگیری شدن، اهمیت دادن بدان آنها به عنوان بخشی از هویت فردی آنها می باشد. همچنین تمایل به شاغل شدن و رعایت پوشش، حفظ زندگی مشترک و مادری به میزان اهمیت این امور در بین دختران و زنان بر می گردد. در کنار این متغیر فرصت ها و مشکلات فردی، خانوادگی و اجتماعی تاثیر بسزایی دارند.

۳-۱) دستاورد نظری پژوهش

شروع تغییر و تحولات فرهنگی در طی دهه‌های اخیر نشان از تحول اساسی در ساختار نظام ارزشی جامعه ایران می‌دهد. این تحولات ناشی از تغییر و جابه‌جایی در زمینه‌های جهانی، جمعیتی و ساختاری در جامعه است. گسترش ارتباط جمعی و جهانی فراگیر، تراکم جمعیتی در ایران، به صحنه آمدن خیل عظیمی از جوانان را موجب تحول اساسی در نظام اجتماعی شده است. از این رو، بررسی دگرگونی‌های ارزشی در جامعه یکی از عناصر کلیدی در تبیین نظام اجتماعی و فرهنگی هر جامعه به حساب می‌آید که به نوبه خود بررسی و شناخت آنها نقش بسیاری در شناسایی تحولات فرهنگی دارند. از طرفی اهمیت بررسی تحولات از آن روست، که ترجیحات و سوگیریهای ارزشی و نگرشی را که مشخص کننده نسخه‌های کنشی افراد می‌باشد، را معین می‌نمایند. همچنین بر اساس تحولات ارزشی می‌توان از جریان تحولات آینده در جامعه سخن گفت، البته باید توجه داشت که به نوبه خود، تحول و دگرگونی یک ضرورت نیست، بلکه چنانچه به سرعت و بدون پیش بینی اتفاق بیفتد آسیب زاست، گر چه ممکن است این امر به دوام و استمرار نظام اجتماعی بینجامد و در بهگشت اجتماعی و پویایی جامعه کمک کند.

امروزه در جامعه ایران شاهد تغییر در نقش‌های سنتی زنان و تقاضای روزافزون برای مشارکت در عرصه‌های اجتماعی مختلف می‌باشیم. این تحولات بیانگر آن می‌باشد که دختران و زنان ایرانی طالب تغییر در ارزش‌ها، هنجارها و نگرشهای اجتماعی اند که به نوبه خود دنیای جدیدی را بر ساخت می‌کنند.

در جامعه ایران تحولات دنیای زنانه تحت تاثیر فضا و زمان‌های مختلف قابل تبیین و تحلیل می‌باشد. به عبارتی می‌توان بیان داشت دنیای زنان ارتباط نزدیکی با تحولات مدرن و حتی پیشرفت‌ها و تکنولوژی‌های مدرن دارد؛ به نحوی که در سال‌های اخیر تحولات بسیاری را به خود دیده است. «امروزه عواملی مثل تحصیل یا اشتغال، موقعیت‌های به رسمیت شناخته شده‌ای برای خروج زنان از خانه و نیز امکان ارتباط آنان با دنیای بیرون از خانه و حضور در فضاهای عمومی و رسمی را که پیش از این مردانه بود، فراهم نموده است» (علیرضانزاد و سرایی، ۱۳۸۵: ۱۳۷۶).

مطالعه حاضر با توجه به توصیف و تبیین‌های صورت گرفته پیرامون ارزش‌ها و نگرش‌های دختران و زنان در شهر تهران، جای این پرسش جامعه‌شناسی است که چه تفسیری می‌توان از رفتارهای جنسیتی دختران و زنان در شهر تهران داشت؟ و نیز روند ارزش‌ها و نگرش‌های جنسیتی آنها را مورد تحلیل قرار داد؟

به نظر اینگلهارت «فرهنگ، نظامی است از نگرشها، ارزشها و دانشی که به طریقی گسترده در میان مردم مشترک است و از نسلی به نسلی دیگر منتقل می‌شود. درحالی‌که طبیعت انسانی از لحاظ زیست‌شناختی فطری و عمومی است، فرهنگ فراگرفته می‌شود و ممکن است از یک جامعه به جامعه‌ای دیگر تغییر کند» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۹). وی در نظریه دگرگونی ارزشی معتقد است: جابه‌جایی از اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های فرامادی را به طور بالقوه، فرایندی جهانی می‌داند؛ یعنی هر کشوری که از شرایط ناامنی اقتصادی به سوی امنیت نسبی حرکت می‌کند، باید این فرایند روی دهد. هرچند که طی دوره انتقال، نسل‌های مسن‌تر همچنان منعکس‌کننده شرایطی خواهند بود که تجربیات قبل از بلوغ آنها را مشخص می‌کند. این امر به روشنی نشانگر رابطه میان توسعه اقتصادی و دگرگونی ارزشی است (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۸۵). در این رابطه مطالعه صورت گرفته در جامعه ایران با توجه به شاخص‌های دوازده‌گانه اینگلهارت درباره دگرگونی ارزشی، ۴۰ درصد از پاسخگویان در سنخ ارزشی مادی، ۵۲ درصد التقاطی و ۸ درصد فرامادی بودند. بر حسب متغیرهای زمینه‌ای مختلف متأهلان نسبت به مجردان بیشتر مادی‌گرا هستند، گروه‌های سنی ۲۴-۱۵ و ۳۴-۲۵ سال نسبت به ۵۴-۴۵ و ۵۵ سال بیشتر، فرامادی‌گرا می‌باشند. دارندگان تحصیلات ابتدایی و بی‌سوادان نسبت به تحصیل‌کرده‌های مقطع عالی توجه بیشتری به سنخ ارزشی مادی دارند (آزاد و غیاثوند، ۱۳۸۳).

در مطالعه‌ای دیگر پیرامون توسعه‌های فضاهای جنسیتی در شهر تهران، یافته‌ها نشان داد که ساخت و توسعه مجموعه‌های شهربانو از منظر کارکردی منجر به اجتماعی شدن جنسیتی و نمایش مدرن زنان می‌گردد. از این رو، آثار تحول در ارزش‌های و هنجارهای جنسی و جنسیتی زنان در جامعه ایران را در قالب دو مفهوم تغییر در «فیزیک زنان» و «فکر زنان» می‌توان مشاهده نمود؛ در واقع فکر زنان موجب شکل‌گیری نوعی «فردگرایی مدرن» در بین آنها شده است؛ بدین معنا که سبب گردیده که در مرحله نخست؛ دنیای زنان از ارزش‌های عام‌گرایانه فاصله بگیرد. این تغییر موجب می‌گردد زنان توجه ویژه‌ای به جسم و روان خود داشته باشند و برای آن وقت بگذارند که در قالب مدیریت بدن و هشدارهای سلامتی نمایانگر می‌شود (غیاثوند، ۱۳۹۵). به تعبیری حضور پررنگ زنان جامعه ایران در عرصه‌های اجتماعی مختلف در قالب تحصیل و گرایش به تحصیلات تکمیلی، استفاده از فضاهای فراغتی، تمایل به داشتن اشتغال مداوم، کسب درآمد مالی مستقل، شرکت در دوره‌های مختلف آموزشی و مهارت‌آموزی، داشتن مشارکت سیاسی فراوان، گرایش به شهروندی فعال، همه بیانگر تغییر در «دنیای سنتی» آنها و گرایش بیشتر به «دنیای مدرن» است که از منظر جامعه‌شناختی می‌توان آن را تغییر از جایگاه «اجتماع» به «جامعه» از نوع تونیزی دانست. در واقع تاثیر خاص گزلفاقت بر دنیای زنان تحت تاثیر تحولات و فناوری نوین می‌باشد که در ابعاد مختلف قابل تحلیل و بررسی است.

مورگان (Morgan) (۱۹۸۲) در زمینه تحولات خانواده و ازدواج تغییر ماهیت ازدواج را در قالب تغییر از مدل نهادی (Institutional Model) به مدل رابطه ای / معاشرتی (Relational/Companion Model) مورد بررسی قرار می دهد. استون (Stone) (۱۹۷۹) نیز در این خصوص معتقد است که افزایش آغازین ازدواج های رابطه ای / معاشرتی در انگلستان به قرن هیجدهم و در میان طبقات اجتماعی بالا و متوسط جامعه بر می گردد. وی همچنین بیان می کند که این افزایش با افزایش فردگرایی و آزادی فردی در انتخاب همسر همراه بوده است. بر این اساس با تغییر مدل و الگوی ازدواج، تغییرات زیادی در حوزه ازدواج، مبنا و ماهیت آن ایجاد شده است که در جدول زیر با مقایسه تطبیقی مدل های نهادی و رابطه ای ازدواج آن را به وضوح نشان می دهد. البته بایستی توجه داشت که هر دوی این مدل ها، به عنوان ایده آل و آرمانی محسوب می شوند و در ازدواج های مدرن معمولاً ترکیبی از هر دوی آنها وجود دارد (به نقل از صادقی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۵).

جدول شماره ۱- تفاوت اشکال و مدل های نهادی و رابطه ای ازدواج

ازدواج به عنوان یک رابطه	ازدواج به عنوان یک نهاد
<ul style="list-style-type: none"> • آزادی بیشتر در انتخاب همسر • جدایی نسبی ازدواج از الزامات شدید اجتماعی و خویشاوندی • تأکید بر ابعاد عاطفی و بین فردی ازدواج • اهمیت بعد خصوصی ازدواج • ازدواج به عنوان مبنای بزرگسال قلمداد شدن فرد • برابری نسبی در درون ازدواج؛ همراهی • تأکید مثبت بر تمایلات جنسی متقابل (دوطرفه) // • اهمیت مسائل جنسی بعنوان نمادی از مسائل زندگی زناشویی 	<ul style="list-style-type: none"> • آزادی کمتر در انتخاب همسر • تأثیرپذیری ازدواج از الزامات شدید اجتماعی و خویشاوندی • تأکید بر ابعاد اقتصادی ازدواج مانند مالکیت و تقسیم کار جنسیتی • اهمیت بعد عمومی ازدواج • ازدواج به عنوان مجموعه ای از روابط و شبکه های اجتماعی • نابرابری نسبی در درون ازدواج؛ پدرسالاری • تأکید کمتر بر تمایلات جنسی متقابل (دوطرفه) // • اهمیت رابطه جنسی برای تولیدمثل و حاملگی

مأخذ: رینولدز و ماتزفیلد ۱۹۹۹.

در شکل دهی به خانواده ها به لحاظ وظایف و کارکردهای مورد انتظار، شیوه و سبک ازدواج نقش موثری دارند؛ چرا که ازدواج عامل شکل گیری خانواده ها به عنوان واحد کوچکتري از جامعه بحساب می آید. لوی اشتروس با نگاهی ساختارگرایانه معتقد است: «ازدواج برخورد دراماتیک بین فرهنگ با طبیعت یا میان قواعد اجتماعی و کشش جنسی است» (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۲۳). یعنی ازدواج های چندان رونق نیافته، زمانی بود که هنوز فرهنگ با طبیعت نیامیخته بود. بتدریج که انسانها درصدد فرهنگ پذیری و آمیختن سائق های طبیعی با قواعد فرهنگی برآمدند، فرهنگ بر طبیعت زیستی از سان (غریزه جنسی) پی شمی گرفت؛ به گونه ای که با طرح تمهیدات بسیاری انسانها را در برقراری زوجیت با یکدیگر منع نمود و دیگرانی را به برقراری چنین روابطی مجاز شمرد (به نقل از غیاثوند، ۱۳۸۳).

بر مبنای مرور اجمالی برخی از مطالعات در حوزه زنان و خانواده، برخی از تغییرات و مسائل خانواده را می‌توان به شرح زیر بیان کرد: هسته‌ای شدن خانواده و کاهش تعداد افراد تحت تکفل، تغییر در بعد خانوار، کاهش نرخ باروری، کاهش میزان مولید، افزایش میانگین سن ازدواج، کاهش میزان ازدواج، کاهش عمومیت ازدواج در گروه سنی ۱۵ — ۱۹ ساله، ناپایداری نسبی ازدواج به ویژه در سال‌های اولیه زندگی، افزایش میزان مجرد جوانان، رخداد مضیقه ازدواج یا کاهش تعداد پسران آماده ازدواج نسبت به تعداد دختران آماده ازدواج، افزایش طلاق، افزایش خانواده‌های تک والدی، افزایش فرزندآوری خارج از حریم خانواده، موارد تعدد زوجات (مهاجرانی، ۱۳۷۵؛ خضری، ۱۳۸۰؛ مشکانی، ۱۳۸۱؛ افتخار، ۱۳۸۳؛ کاظمی‌پور، ۱۳۸۳؛ محبوبی‌منش، ۱۳۸۳؛ لیاقت، ۱۳۸۴؛ صادقی و همکاران، ۱۳۸۶؛ علیوردی‌نیا، ۱۳۸۷ به نقل از قانع‌راد و عزلتی مقدم، ۱۳۸۹: ۱۶۴).

طبق بررسی‌های صورت گرفته، نسبت طلاق به هر صد ازدواج در سال‌های ۶۵ تا ۷۵، ۷۵ تا ۸۵ و ۸۵ تا ۹۰ به ترتیب برابر ۱۰/۳۵، ۷/۸۹، ۱۲/۰۸ و ۱۶/۳۳ درصد است» (سایت مرکز آمار ایران، ۱۳۹۳) که رشد رو به افزایشی را نشان می‌دهد. در تبیین این پدیده برخی از کارشناسان معتقدند در جامعه ایران، ازدواج سخت، طلاق آسان را به همراه دارد (آزاد، ۱۳۸۹). گر چه عده‌ای نیز عدم تعادل و توازن در ساختار قدرت در خانواده را موجب طلاق در جامعه ایران می‌دانند (غیاثوند، ۱۳۹۴). از طرفی بایستی بدین پیش‌بینی واقف بود که با اوج‌گیری طلاق در دو دهه اخیر، بایستی شاهد سقوط و کاهش ازدواج در بین جوانان ایرانی در دهه پیش‌رو بود، مسئله‌ای که آسیب‌اش از طلاق کمتر نیست. این دگرگونی‌ها، هم بر شکل خانواده‌ها و هم بر ثبات آنها تاثیر می‌گذارد (غیاثوند و خراسانی، ۱۳۹۵).

در بحث از انتظارات برآورده شده زوج‌های جوان پیرامون عوامل و نهادهای موثر بر شروع زندگی آنها، یافته‌های حاصل نشان می‌دهد که در خصوص تأمین هزینه منزل سهم زوجین برابر با ۷۴ درصد، خانواده‌ها ۱۸ درصد، سایر نهادها ۵ درصد؛ در خصوص مراسم و خرید عروسی سهم زوجین برابر با ۷۳ درصد، خانواده‌ها برابر با ۲۰ درصد، سایر نهادها ۵ درصد؛ در زمینه یادگیری مهارت‌های زندگی سهم زوجین برابر با ۷۱ درصد، خانواده‌ها برابر با ۱۳ درصد، سایر نهادها ۵ درصد؛ در زمینه تهیه وسایل زندگی سهم زوجین برابر با ۷۰ درصد، خانواده‌ها ۲۷ درصد، سایر نهادها ۲۳ درصد بوده است. در مجموع مشاهده می‌گردد بیشترین زمینه‌های موثر بر تشکیل خانواده در بین زوج‌های جوان شهر تهران تلاش‌ها خود زوجین می‌باشند که نسبتی بین ۶۰ تا ۷۰ درصد را نشان می‌دهد. این مقدار در برابر سهم ۱۵ تا ۲۰ درصد خانواده و کمتر از ۴ درصد سایر نهادها، بسیار بالایی است (غیاثوند، ۱۳۹۳).

پیامد این وضعیت یعنی سهم بالای زوج‌های جوان در تشکیل زندگی، تغییر در هنجارهای ازدواج و همسرگزینی است؛ زیرا کاهش حمایت‌های مادی، روانی و اجتماعی خانواده‌ها از زوج‌های جوان سبک ازدواج را از حالت‌های مرسوم و سنتی و تحت الزام خانواده‌ها دور ساخته و خصوصی و مبتنی بر شیوه‌های فردی نموده است. به عبارتی فهم زوج‌های جوان از شروع، تداوم و تعهد ازدواج و حتی کارکردهای خانواده متفاوت از والدین گردیده است. با این توجه با عنایت با سهم کم خانواده‌ها در تشکیل زندگی زوجین، اثربخشی آنها بر معیارهای ازدواج و تداوم آن نیز رو به افول است (غیاثوند، ۱۳۹۳).

در نهایت با تکیه بر چارچوب مفهومی — نظری مطالعه، و نیز با تاسی از دیدگاه لوی اشتروس، مورگان، استون، اینگلهارت و همچنین مطالعات تجربی آزاد و غیاثوند (۱۳۸۳) و غیاثوند (۱۳۹۲، ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵)، مهاجرانی، ۱۳۷۵؛ خضری، ۱۳۸۰؛ مشکانی، ۱۳۸۱؛ افتخار، ۱۳۸۳؛ کاظمی‌پور، ۱۳۸۳؛ محبوبی‌منش، ۱۳۸۳؛ لیاقت، ۱۳۸۴؛ صادقی و همکاران، ۱۳۸۶؛ علیوردی‌نیا، ۱۳۸۷، قانع‌راد و عزلتی مقدم، ۱۳۸۹: ۱۶۴) می‌توان تحولات ارزشی و نگرشی جامعه ایران را در قالب دو الگو و روند تحت عنوان «الگوی زیستی» و «الگوی فرازیستی» (فرهنگی) مورد تحلیل و بررسی قرار داد، و به طور خاص می‌تواند شاهد تغییر و تحول ارزش‌ها و نگرش‌های زنان از الگوی زیستی به فرازیستی بود.

این الگو مبتنی بر این ایده است که همواره زیستن در گروه‌ها و جوامع انسانی با تسلط بر کنش‌های فردی منجر به ساخت اجتماعی واقعیت می‌گردد؛ و در نهایت به ارزش‌ها و نگرش‌ها، و رفتارها و نقش‌های جنسیتی در قالب هنجار، فرصت، هویت و معنای جنسیتی برچسب انسانی، بومی و هدایت‌شوندگی زده شود تا در قالب فرهنگ و سایر فرایندهای غیرزیستی بر ساخت شود. در واقع شکل‌گیری رفتارهای جنسیتی را در پرتو تکامل فردی، بیولوژی یا جامعه‌پذیری افراد می‌داند؛ در مقابل در قالب الگوی فرازیستی می‌توان اظهار کرد، رفتارهای جنسیتی به عناصر موقعیتی، فرصت‌ها و محدودیت‌ها بستگی دارد که ارزش‌ها در آن شکل می‌گیرد: موقعیت‌هایی مانند تعریف فرد از خود و اهداف، باورها و انتظارات دیگران و زمینه‌ای که تعامل در آن اتفاق می‌افتد؛ به تعبیری متکی بر نبود تفاوت جنسیتی در ساخت ارزشی جامعه است.

با توجه به جمع‌بندی صورت گرفته می‌توان پنداشت که تمایل به ازدواج، تداوم زندگی مشترک، پذیرش نقش مادری، فرزندآوری، پوشش، اشتغال، تحصیل کردن، بهره‌مندی از فضاها و جنسیتی در جوامع مختلف انسانی نیز دارای دو بعد زیستی و فرازیستی است؛ چرا که انسان هم موجودی طبیعی (زیستی) مبتنی بر تمایلات و نیازهای اولیه و غریزی است که آن را به محیط فیزیکی پیرامون پیوند می‌زند

و از سویی در همزیستی مسالمت آمیز با یکدیگر موجودی اجتماعی که پذیرش، تایید و منزلت خود را منوط به زیستن در محیط اجتماعی می داند. در واقع رفتارهای جنسیتی زنان و مردان هم مبتنی بر «سائق‌های زیستی» و پایه ای است؛ بدین خاطر پدیده ای جهانی بوده و از سویی نیز پدیده ای فرازیستی بوده که به تعبیری این «سایه فرهنگ» است که فهم و تجربه خاصی را بر برابر افراد می گشاید. که تا مدت های طولانی و یا برای همیشه نیازها و تمایلات زیستی را در پس قواعد، باورها، تابوها، قوانین به تعویق می اندازد و با پذیرش الگوی عبور از تکیه بر امور زیستی، سعی می شود منزلتی در خور الگوی فرازیستی خود یا جامعه کسب نماید.

برخی از صاحب نظران همچون دالتون (Dalton) بیولوژی را تعیین کننده رفتار زنان می دانند. این تأکید بر بیولوژی، به گونه ای است که در جامعه شناسی از تفاوت های جنسی بیولوژیک برای توضیح دادن و مشروعیت بخشیدن به تقسیم جنسی در خانواده و جامعه به طور کلی سوده برده اند. تایگر و فاکس: چنین استدلال می کنند که زن و مرد برنامه ریزی هایی بیولوژیک یا برنامه های ژنتیکی متفاوتی دارند که زمینه ساز رفتارهای متفاوت آنهاست (گرت، ۱۳۸۰: ۱۶-۱۴).

در بین زنان شهر تهران درعین اینکه می توان رفتارهای جنسیتی و ارزش ها و نگرش های مرتبط با آن را در قالب دو الگوی زیستی و فرازیستی توصیف نمود؛ نیز می توان روند تحولات این رفتارها را از الگوی زیستی به فرازیستی شناسایی و تحلیل نمود. به عبارتی در حال حاضر الگوی فرازیستی در قالب ارزش های و نگرش های فمینیستی و عکس العمل های فردی پیرامون ابعاد مختلف هویت های جنسیتی زنان بر الگوی زیستی در حال غلبه شدن است.

همانطور که اشاره شد بیشترین معنای رفتار جنسیتی زنان از نوع فمینیستی مربوط به هویت همسری (میزان انجام امور منزل)، تمایل به ازدواج؛ بیشترین معنای فردگرایی درباره سرکار رفتن زنان و ادامه تحصیل نمودن، و در آخر بیشترین معنای کارکردی مربوط به پذیرش نقش مادری می باشد. بنابراین مشاهده می گردد ادراک و تجربه زنان از رفتارها و نگرش های جنسیتی مبتنی بر برابرخواهی، ایستادگی در برابر قدرت و کلیشه های جنسیتی مردانه و نیز توجه به پیشرفت های فردی و مفید بودن برای خود و جامعه می باشد.

پذیرش این رویکرد موجب گردیده زودرسی های ازدواج دختران به تاخیر سنی و حتی قطعیت تجرد آنها منجر شود؛ بدین معنا که سائق زیستی در پناه هژمونی سایه گستر مولفه هایی از الگوی فرازیستی به حاشیه رانده می شود، گرچه آثار و آسیب های آن را زیر پوست شهر شاهدیم. زنان متأهلی که به خاطر سرکار رفتن اهمیتی به داشتن فرزند نمی دهند و حتی اولین بارداری خود را حدود ۳ تا ۵ سال عقب می اندازد؛

ولی فرزندان ایده ال بیشتری را آرزو می کنند. گرچه اینگلههارت در تبیین حرکت از ارزش‌های مادی به فرامادی تکیه اساسی را بر امنیت و تامین اقتصادی بنا می کند؛ اما در این مطالعه پذیرش الگوی فرازیستی توسط برخی از دختران و زنان تحت تاثیر افزایش سواد زنان، سبک زندگی مدرن، داشتن فراغت مناسب، استقلال مالی و ... می باشد. البته آنچه اهمیت دارد تاثیری است که پذیرش این الگو بخاطر دامنه شمول و گستردگی آن در بین دختران، جوان، مجرد، تحصیل کرده و نیز شاغل جامعه شهری تهران، بر هنجارها و قضاوتها آنها دارد.

در مجموع تفکیک و وضعیت ارزش ها و نگرش های دختران و زنان بر حسب الگوی زیستی در برابر الگوی فرازیستی؛ به لحاظ ویژگی های فردی به ترتیب دارای مشخصه هایی مانند: داشتن بلوغ زیستی در مقابل بلوغ اقتصادی و اجتماعی برای ازدواج، سطح سواد کم زنان در مقابل داشتن تحصیلات بالا، خانه دار بودن در مقابل شاغل بودن و در حال تحصیل بودن، دختر مجرد، جوان در مقابل دختران مجرد در مرحله مجرد قطعی، مجرد شاغل در برابر مجرد خانه نشین و خانه دار؛ به لحاظ ویژگی های خانوادگی مواردی چون: رعایت پوشش رسمی در مقابل غیر رسمی، حمایت خانواده‌ها در مقابل اهمیت کم خانواده‌ها به ازدواج جوانان، تعداد فرزندان موجود و ایده ال زیاد در مقابل فرزندان کم؛ به لحاظ نگرش و ارزش های اجتماعی: ترجیح معنای فمینیستی و فردگرایی در مقابل معنای دینی و کارکردی از رفتارهای جنسیتی، پذیرش بیشتر هویت های مادری، همسری، و زنانگی در مقابل پذیرش بیشتر هویت های مدرن مانند ادامه تحصیل و شاغل شدن، پذیرش نقش های انتسابی (مادری، و ...) در مقابل اکتسابی (کسب شغل و ...) و ... ؛ به لحاظ آسیب های اجتماعی پیش روی خانواده ها، مسائلی همانند: زودرسی سن ازدواج در مقابل تاخیر در سن ازدواج، ممنوعیت در طلاق و کاهش آن در مقابل موجه نمایی طلاق و افزایش آن ... قابل تحلیل است.

در نهایت با توجه به اینکه تراکم دختران، جوان، مجرد، تحصیل کرده و نیز شاغل در گروه الگوی فرازیستی بیشتر است و چنین ارزش ها و نگرش های جنسیتی، به لحاظ ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه فرصت کمتر و پذیرش پایینی دارد؛ پس این دسته از دختران و زنان جامعه، به لحاظ هنجاری و نیز وجه نظر زندگی روزمره از آسیب پذیرترین افراد به حساب می آیند.

پایان

احمد غیاثوند

خداحافظ

بهمن ۱۳۹۶

منابع و مآخذ

- ارونسون، لیوت (۱۳۷۳) روانشناسی اجتماعی، ترجمه حسین شکر کن، تهران، انتشارت رشد.
- انتظاری علی (۱۳۹۰). فضای همسرگزینی مفهومی پیشنهادی برای درک بهتر تکوین زندگی مشترک، خبرنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۳ و ۱۴، پاییز و زمستان (۱۳۹۰)، ص ۳۲.
- ایسپا (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (۱۳۸۵). پیمایش ملی فرهنگ سیاسی مردم ایران، تهران: موج اول.
- ایسپا (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (۱۳۹۴) پیمایش ملی حجاب و پوشش زنان ایران، تهران، ایسپا
- اینگلهارت، روناد (۱۳۸۲) تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی، ترجمه: مریم وتر، تهران، انتشارات کویر
- اینگلهارت، رونالد و پل. آر. آبرامسون. امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی، ترجمه: شهناز شفیع‌خانی، نامه پژوهش، شماره ۱۴ و ۱۵، سال ۱۳۷۸.
- آبرخت حکیمه (۱۳۸۴). بررسی عوامل مؤثر بر بالا رفتن سن ازدواج در بین دختران شهر تهران، پایان‌نامه ی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی تهران
- آبوت، پاملا و والاس، کلر (۱۳۸۰). جامعه شناسی زنان (منیژه نجم عراقی)، تهران: نشر نی.
- آزادارمکی، تقی و غیاثوند، احمد (۱۳۸۳) جامعه شناسی تغییرات فرهنگی در ایران، تهران: نشر آن.
- بارکر، فیلیپ (۱۳۷۵) خانواده درمانی پایه، ترجمه: محسن دهقانی و زهره دهقانی، تهران، انتشارات رشد.
- باندورا، آلبرت (۱۳۷۲) نظریه یادگیری اجتماعی، ترجمه: فرهاد ماهر، تهران، راهگشا،
- برناد، جسی (۱۳۸۴) دنیای زنان، ترجمه شهرزاد ذوفن، نشر اختران.
- برناردز، جان (۱۳۸۴) درآمدی به مطالعات خانواده، ترجمه: حسین قاضیان، تهران، نشر نی.
- بستان، حسین (۱۳۸۲). بازنگری نظریه های نقش جنسیتی، قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- بستان، حسین (۱۳۸۲) کارکردهای خانواده از منظر اسلام و فمینیسم، قم، فصلنامه حوزه و دانشگاه، شماره ۳۵
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴) طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- بیرو، آلن (۱۳۶۶)؛ فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه‌ی باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
- تنهایی، ابوالحسن (۱۳۷۴) نظریه های جامعه شناسی، تهران، نشر مرنديز.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۷۳) نظریه های جامعه شناسی، تهران، انتشارات سمت.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱) هویت اجتماعی، تورج یاراحمدی، تهران، نشر و پژوهش شیرازه.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه شناسی نظم، تهران: نشر نی.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۳) چهارچوب مفهومی طرح ارزش ها و نگرش های ایرانیان، دفتر طرح های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- دات، نیتش، هارولدد. کلارک. سنجش تغییر ارزشها در جوامع صنعتی غربی (تاثیر بیکاری)، ترجمه: فرحناز توکلی، نامه پژوهش، شماره ۱۴ و ۱۵، سال ۱۳۷۸.
- دفتر امور زنان نهاد ریاست جمهوری و صندوق کودکان سازمان ملل متحد. (۱۳۷۲)، نقش زنان در توسعه، تهران: روشنگران.
- دواس، دی.ای (۱۳۷۶) پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نائبی، تهران، نشرنی.
- دوچ و کراوس (۱۳۸۷) نظریه‌های روانشناسی اجتماعی، ترجمه مرتضی کتبی، ناشر: دانشگاه تهران.
- دوران، بهزاد و منوچهر محسنی (۱۳۸۶) «هویت؛ رویکردها و نظریه‌ها»، مبانی نظری هویت و بحران هویت، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رابرتسون، یان (۱۳۹۰) درآمدی بر جامعه، ترجمه: حسین بهروان، انتشارات به نشر.
- رفیع پور، فرامرز، (۱۳۷۲). سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی: پژوهشی در سه استان اصفهان، فارس و خراسان، تهران: مرکز تحقیقات روستائی جهاد سازندگی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۰) آناتومی جامعه، مقدمه ای بر جامعه شناسی کاربردی، چاپ دوم، تهران انتشار.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۰) توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جرج (۱۳۷۴) نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران، نشر نی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۹) مقدمه‌ای بر جامعه شناسی خانواده، تهران، انتشارات سروش.
- سالاری فر، محمدرضا (۱۳۸۵) خانواده در نگرش اسلام و روانشناسی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تهران، انتشارات سمت.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۷۶)، درآمدی بر روان‌شناسی اجتماعی، تهران، آوای نور
- سرایی، حسن (۱۳۷۲) مقدمه‌ای بر نمونه گیری در تحقیق، تهران، سمت.
- سگالن، مارتین، الیاسی، حمید، جامعه شناسی تاریخی خانواده، نشر مرکز، چاپ اول، ۱۳۷۰.
- سلطانی گردفرامری، مهدی (۱۳۸۵) نمایش جنسیت در سینمای ایران، مجله پژوهش زنان، دوره ۴، شماره ۱.
- شارون، جوئل (۱۳۷۹) ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- صادقی فسایی، سهیلا، ایثاری، مریم (۱۳۹۱). تحلیل جنسیتی از زندگی پس از طلاق: مطالعه کیفی. زن در توسعه و سیاست، ش ۳.
- صادقی فسایی، سهیلا، ایثاری، مریم (۱۳۹۳)، مطالعه جامعه‌شناختی سنخ‌های طلاق. مسائل اجتماعی ایران، ش ۱.
- عباسی شوازی، محمد جلال و صادقی رسول (۱۳۸۴). تفاوت های نسلی زنان در دیدگاه ازدواج، پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۱، صص ۲۵-۴۷
- عظیمی هاشمی، مژگان. تحلیل ثانویه ارزشهای اجتماعی اولویت ارزشی، نامه پژوهش، شماره ۱۴ و ۱۵، سال ۱۳۷۸.
- علی احمدی، امید (۱۳۸۵) تحلیل ثانویه اطلاعات ارزشها و نگرشهای ایرانیان در سالهای ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲.

- علی‌نژاد فاطمه (۱۳۹۱). بررسی تأثیر فضاهای همسرگزینی بر اقدام نسبت به طلاق نزد زوجین (مطالعه موردی ساری)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی
- علی‌اسدی و همکاران (۱۳۵۳) پیمایش ملی بررسی نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
- علیرضائزاد، سهیلا و حسن سرایی (۱۳۸۶) زن در عرصه عمومی: مطالعه‌ای در مورد فضاهای عمومی در دسترس زنان شهری و
- غیاثوند احمد (۱۳۹۲). بررسی اثر بخشی طرح شکوفه‌های عشق در بین زوج‌های جوان در شهر تهران، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی، شهرداری تهران
- غیاثوند، احمد (۱۳۸۴) کاربرد آمار و نرم افزار SPSS در تحلیل داده‌ها، تهران، نشر تیسرا.
- غیاثوند، احمد (۱۳۹۰) گرایش به شهروندی سیاسی و عوامل مؤثر بر آن، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- غیاثوند، احمد. (۱۳۸۴). تاخیر سنی ازدواج در بین جوانان. روزنامه همشهری، مورخه ۱۳۸۴/۲/۲۵.
- غیاثوند، احمد (۱۳۸۵) مقاله «انواع روش‌های پژوهش در تحقیقات اجتماعی»، مجله الکترونیکی اینارپژوه.
- غیاثوند، احمد (۱۳۹۱) بررسی ارزیابی تأثیر اجتماعی پروژه مجموعه شهربانو، طرح پژوهشی، شهرداری منطقه ۷ تهران، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی.
- غیاثوند، احمد (۱۳۹۵) تأثیر فضاهای شهری مدرن بر بازاندیشی هویت جنسیتی زنان، مجله جنسیت و خانواده، مرکز تحقیقات زن و خانواده، شماره سوم.
- غیاثوند، احمد. (۱۳۹۰). گزارش طرح شکوفایی عشق، تهران: شهرداری تهران، اداره کل امور بانوان شهرداری تهران.
- فرانزوی، استغن (۱۳۸۶) روانشناسی اجتماعی، ترجمه مهرداد فیروزبخت و منصور قنادان، تهران، موسسه خدمات فرهنگی رسا
- فرجی، مهدی و حمیدی نفیسه (۱۳۹۰) بررسی فرهنگ پوشش و حجاب زنان ایران دفتر برنامه‌ریزی پژوهش‌های کاربردی سازمان تبلیغات.
- فلاحی گیلان، روح الله، پیام روشنفکر و عبدالحسین کلانتری (الف ۱۳۸۹) مطالعه وضعیت ازدواج در مناطق بیست و دوگانه شهر تهران، گروه پژوهشی: اجتماعی و حقوق شهروندی، مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران.
- قانع‌راد، محمد امین و خسرو خاور، فرهاد (۱۳۸۵) نگاهی به عوامل فرهنگی افزایش ورود دختران به دانشگاه، مجله زن در توسعه و سیاست، دوره ۴، شماره ۴. - برناردز، جان (۱۳۸۴) درآمدی به مطالعات خانواده، ترجمه: حسین قاضیان، تهران، نشر نی.
- کاظمی پور شهلا (۱۳۸۳). تحول سن ازدواج در ایران و عوامل جمعیتی مؤثر بر آن، پژوهش زنان، دوره ۱ دوم، صص ۱۲۴-۱۰۳

- کریمی، یوسف (۱۳۸۷) روان‌شناسی اجتماعی (نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها)، تهران، نشر ارسباران.
- کلاینبِگ، اتو (۱۳۷۳) روانشناسی اجتماعی، ترجمه علی محد کاردان، تهران، نشر.
- گرت، استفانی (۱۳۸۰) جامعه‌شناسی جنسیت، ترجمه بقایی، تهران.
- گود، ویلیام جی (۱۳۵۲) خانواده و جامعه، ترجمه: ویدا ناصحی، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب
- گودرزی، محسن (۱۳۹۰) ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی فرهنگی شهروندان تهرانی، طرح پژوهشی. کارفرما: شهرداری تهران.
- گولومبرک، سوزان و رابین فی‌وش (۱۳۷۸) رشد جنسیت، ترجمه مهرناز شرآرای، نشر ققنوس.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲) تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر مدرنیت، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶) جامعه‌شناسی، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- لاور، رابرت اوچ (۱۳۷۲) دیدگاه‌های درباره دگرگونی اجتماعی، ترجمه: کاووس سید امامی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
- محزون، علی اکبر (۱۳۹۵) سیاستگذاری‌های جمعیتی در ایران، باروی و سالمندی، همایش بررسی نظری و عملی روابط دولت و ملت: گذشته، حال و آینده، دانشگاه علامه طباطبایی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۶) بررسی آگاهی، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۹) طرح پژوهشی بررسی میزان مصرف کالاهای فرهنگی، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران
- مهر آرا، علی اکبر (۱۲۷۳) زمینه روان‌شناسی اجتماعی، تهران، انتشارات مهرداد.
- یعقوبی چوبری، علی (۱۳۷۸).. بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر بالارفتن سن ازدواج جوانان شهر رشت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی بخش علوم اجتماعی دانشگاه شهید باهنر کرمان.
- صادقی رسول، محمد قدسی علی و افشار کهن جواد (۱۳۸۶). واکاوی مسئله ازدواج و اعتبار سنجی یک راه حل، پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، صص ۸۳-۱۰۸

- Bilton, Tony, et al. (1981). "Introductory Sociology", London and Basingstoke: MacMillan Press LTD.
- Chaney, David (1996) Lifestyles, Routledge.
- Cheal, David (1991). Family and The State of Theory. Britain: Hertfordshire, Harvester Wheasheat.
- Deaux, k. et al. (1979) Social Psychology. Pacific Grove (U.S.A): Cole Publishing Company.
- Goffman, E (1979) Gender Advertisement, London: Macmillan
- Hellriegel. D. et al. (1989) Organizational Behavior. New York: West Publishing Company.
- Horton, P.B et al. (1988) Sociology. New York: Mc Graw-Hill.
- Jenkins, R (1996) Social Identity London: Routledge, p: 10.
- Parsons, T. et al. (1951) Toward a General Theory of Action, Massachusetts: Harvard University Press.
- Robert, H. et al. (1993) Sociology of Health and Illness. Vol, 15, No, 1.
- Sabini, John (1990), Social Psychology, New York and London: W.W. Norton & Company.
- Tajfel, H. (1982) Social Identity and Intergroup Relations, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kimmel, Michael (1999) the Gender Society, Oxford University Press.
-
- 16. Ingelhart, Ronald and Paul R. Abramson. "Economic Security and value change, American Political Science Review, 1994, Vol 88, No 2, pp 336-304.
- Abbasi-Shavazi, M. J., et al. (2002). "Revolution, War and Modernization: Population Policy and Fertility in Iran". Journal of Population Research, Vol. 19, No. 1.
- Abramson, Paul and Ronald Inglehart, 1992, Generational Replacement and value change in Eight west European societies, British journal of political science, 22: 183- 228.
- Abramson, Paul and Ronald Inglehart, 1986, "Generational Replacement and value change in sex west European Societies, American journal of political science, 30: L- 20.
- Albrecht, et al. (1987). "Social Psychology", Englewood Cliffs and New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Anderson, Gunnar (1997), The Impact of children on divorce risks of Swedish woman. European Journal of Population. Vol. 13. pp. 109-140
- Baron, R. A. and Byrne, D. (1997). "Social Psychology", Boston: Allyn and Bacon.
- Bott, Elizabeth. (1971). Family and Social Network, London, Tavistock.
- Braun Luckey, Eleanore & Koyne Bain, Joyce (1970), Children: A Factor in Marital Satisfaction. Journal of Marriage and family. Vol. 32. No. 1. Pp. 43-48.
- Carlson, Neil R. (1993). "Psychology: The Science of Behavior", Boston :Allyn.
- Chodorow, Nancy (1997). "The Psychodynamics of the Family" in Linda Nicholson (ed.), The Second Wave, New York and London: Routledge.
- Christensen, Harold T (1968), Children in the Family: Relationship of Number and Spacing to Marital, Journal of Marriage and Family, Vol. 30, No. 2.
- Coale, A. J., Mc Neil, D. R. (1972). "The Distribution by Age of the Frequency of First Marriage in Female Cohort". Journal of American Statistical Association, 67

- Demo, David H., and Martha J Cox,(۲۰۰۰).Families with young children: A review of research in the ۱۹۹۰,JMF, (۶۲): ۸۷۶.
- Dewey, Richard. Humber W.j. (۱۹۶۶) An Introduction to Social Psychology, New York, Acmillan Company.
- Dixon, R. B. (۱۹۷۱). Explaining cross-cultural variations in age at marriage and proportions never marrying. Population Studies, ۲۵, ۲۱۵-۲۳۳.
- Dusek, Jerome B. (۱۹۸۷). "Adolescent Development and Behavior", Englewood Cliffs and New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Fallow, Barry, J. & Bowles, Terry. V.P.(۱۹۹۸). Adolescents' influence and co-opetation in family decision-making. Journal of Adolescence, ۲۱: ۵۹۹-۶۰۸.
- Firestone, Shulamith (۱۹۹۷). "The Dialectic of Sex" in Linda Nicholson) ed.), The Second Wave, New York and London: Routledge.
- Ford, C., & Beach, F. (۱۹۵۱). Patterns of sexual behavior, New York: Harper & Row.
- Gardiner, Judith Kegan (۱۹۹۸). "Feminism and the Future of Fathering" in Tom Digby (ed.) Men Doing Feminism, New York and London: Routledge .
- Gilligan, Carol(۱۹۹۳), In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development
- Good, William J.(۱۹۸۹). The Family, Prentice-Hall of India, Second Edition.
- Goodkind D(۱۹۹۷). The Vietnamese Double Squeeze. Interational Migration Review. ۳۱. ۱۰۸-۱۲۷.
- Gray.Little.(۱۹۹۷). Marital quality and power processes among Black Couples. Journal of marriage the family.
- Hamilton G and Siow A(۲۰۰۷). Class Gender and Marriag. Review of Economic Dynamics Vol. ۱۰ NO. ۴۴ PP. ۵۴۹-۵۷۵
- Harcar, Talha, & Spillan, John, E.(۲۰۰۶). Exploring Latin American family decision-making using correspondence analysis. Journal of World Business, ۴۱: ۲۲۱-۲۳۲.
- Harvey, L; MacDonald, M. (۱۹۹۳), Doing Sociology, London: The MacMillan Pres LTD.
- Heaton, Tim B.(۱۹۹۰). Marital Stability Throughout the Child-rearing years. Demography, vol. ۲۷, no. ۱.
- Hekman, Susan J. (۱۹۹۲), "Gender and Knowledge", Boston: Northeastern University Press.
- itchell, Kristen (۱۹۸۳). The Price Tag of Responsibility: A comparison of Divorced and Remarried Mothers, Journal of Divorce, Vol. ۶.
- Jaggar, Alison M. (۱۹۹۴), "Human Biology in Feminist Theory in Knowing Women", eds: H. Crowley and S. Himmelweit, Cambridge: The Open University.
- Jaggar, Alison M. (۱۹۹۴), "Human Biology in Feminist Theory in Knowing Women", eds: H.
- Jensen R. and Thornton R. (۲۰۰۳) " Early female marriage in the developing world", Gender and development, ۱۱(۲): ۹-۱۹.
- Kabeer, N (۲۰۰۳) Gender Mainstream in Poverty Eradication and the Millennium Development Goals: A Handbook for Policy Markers and Other Stakeholders, London: Common Wealth Secretariat.
- Kammeyer, K.C.W, et. al. (۱۹۸۹), "Sociology", Boston and London: Allyn and Bacon.
- Kanoy Korrel & Miller Brent C(۱۹۸۰), Children's Impact on the Parental Decision to Divorce, Family Relations, Vol. ۲۹, No. ۳ ,pp. ۳۰۹-۳۱۵
- Kirk Patrik, D (۱۹۹۶) Evaluating Training Programs: The Four Levels. Berrett Publishing, New York.
- Knuttilla, Murray (۱۹۹۶)," Introducing Sociology: A Critical Perspective ", Toronto, New York and Oxford: Oxford University Press.

- Larson, R. (1983). Adolescents' daily experience with family and friends: Contrasting opportunity systems. *Journal of Marriage and the Family*, 45, 739-750.
- Lee, David and Newby, Howard (1990), "The Problem of Sociology", London and New York: Routledge.
- Luckey, Eleanore Braun & Bain, Joyce Koym (1990). Children: A Factor in Marital Satisfaction, *Journal of Marriage and Family*, Vol. 52, No. 1.
- Malhotra A. and A.O.Tsui (1996)" Marriage timing in Sri Lanka: the role of modern norms and ideas" *Journal of marriage and the family*. 58 (2): 476-490.
- Marshall, T. H. (1950) Citizen and social class, in *Citizenship and Social Class and other Essays*, Cambridge University press.
- McConnell, J.V. and Philipchalk, R.P. (1992)," Understanding Human Behavior", Orlando: HBJ Publishers.
- Moxnes, Kari (2003), Risk factor in divorce; Perception by the children, Sage publication, London. Thousand Oaks and New Delhi, Vol 10 (2): 131-146.
- Oakley, Ann (1976), "Woman's Work: The Housewife, Past and Present", New York: Vintage Books .
- Ono, Hiromi & Sanders, James (2009), Divorce in contemporary Japan and its gender pattern, *International Journal of sociology of family*. Vol. 30. No. 2. Pp. 169-188.
- Ortner, Sherry B. (1998), "Is Female to Male as Nature is to Culture?" in Lucinda Joy Peach (ed.), *Women in Culture*, Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Rokeach, Milton, Beliefs, Attitudes and values, Jossey Bass publishers, 1978.
- Root, Judith (1984), *Pictures of women: sexuality*. London: Pandora.
- Sanchez, Laura (2003.) Two as One Couples' Perceptions of Time Spent Together, Marital Quality, and the Risk of Divorce- *Journal of Family Issues* 24(1):21-50 .
- Sarantakos, S.(2000). Marital power and quality of marriage. *Australian social work*.
- Siara, B. 2007. UK Poles. Cyber Space and Identity issues at The British Sociological Association Annual Conference University of East London, Saturday 14th April .
- Smith, P. C. (1980)." Asian marriage patterns in transition". *Journal of Family History*, 1980; 9(1).
- Snizovacz (2000). Marital power relations, resource and gender role Ideology. *Journal comparative family study*.
- Turner & P. Hamilton, *Citizenship: Critical Concepts*, London: Routledge and New York.
- Turner, Bryan (1993b) *Citizenship and Social Theory* . Newbury Park, CA: Sage.
- United Nations. (1983). *Manual X. Indirect Techniques for Demographic Estimation*. Department of International Economic and Social Affairs (UNDIESA), New York
- Yang, Jean W., Gohn, Andberg, F., Panella, Davis, F., and Andra, Hofferth, L. (2001). Children's time with fathers in intact families, *JMF*, (63): 163.