

گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران
گزارشی از یک نظرخواهی در تهران
در خردادماه ۱۳۵۸

پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات

مرکز اسناد و اطلاع رسانی

شماره ثبت: ۱۹۹۰

تاریخ ثبت: ۸، ۵، ۳۸

علی اسدی

مهدی بهکیش

منوچهر محسنی

پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران

تهران - شهریو ۱۳۵۹

مقدمه

بخش اول - شناخت جامعه آماری

- ۱/۱- توزیع بر حسب سن
- ۱/۲- توزیع بر حسب تحصیل
- ۱/۳- توزیع بر حسب اشتغال

بخش دوم - رسانه‌های همگانی

- ۲/۱- رادیو
- ۲/۲- تلویزیون
- ۲/۳- نوار
- ۲/۴- روزنامه
- ۲/۵- مجله
- ۲/۶- کتاب

بخش سوم - رضایت اجتماعی

- ۳/۱- سطح رضایت کلی
- ۳/۲- رضایت از درآمد
- ۳/۳- رضایت شغلی
- ۳/۴- رضایت خانوادگی
- ۳/۵- رضایت از وضع تندرستی

بخش چهارم - ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی

- ۴/۱- ارزشهای اجتماعی و زندگی فردی
- ۴/۲- جبرگرایی

- ۴/۳- نظام ارزشها و روابط اجتماعی

بخش پنجم - رفتارها و گرایشهای خانوادگی

- ۵/۱- انتخاب همسر
- ۵/۲- ازدواج
- ۵/۳- نقش اجتماعی زن و مرد

۵/۴ - الگوها و رفتارهای خانوادگی

۵/۵ - فرزند و خانواده

بخش ششم - گرایشها و رفتارهای مذهبی

۶/۱ - شاخص میزان مذهبی بودن

۶/۲ - نماز خواندن

۶/۳ - روزه گرفتن

۶/۴ - نذر و نیاز

۶/۵ - سایر رفتارهای مذهبی

۶/۶ - آموزش مذهبی

۶/۷ - آینده‌نگری نسبت به مذهب

بخش هفتم - رفتارها و گرایشهای اقتصادی

۷/۱ - الگوها و ارزشهای اقتصادی

۷/۲ - نگرش به توسعه اقتصادی

۷/۳ - سطح زندگی

۷/۴ - نتیجه

بخش هشتم - نتیجه‌گیری

بخش نهم - پیوست‌ها

۹/۱ - پرسشنامه

هدف مطالعه

از آنجا که شناخت گرایشهای فکری و فرهنگی هر جامعه از ضروریات برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی و حتی اقتصادی می‌باشد، بررسی حاضر که هدف آن شناخت رفتارها و نگرشهای اجتماعی-اقتصادی و گرایشهای فکری و فرهنگی جامعه ایرانی است در تابستان ۱۳۵۸ به مرحله اجرا گذاشته شد. این بررسی، به خاطر محدودیت‌های مختلف، تنها به شهر تهران محدود گردیده است.

بررسی حاضر در واقع مرحله دوم از یک مطالعه درازمدت و مستمر شناخت گرایشهای فکری جامعه ایران است که مرحله نخست آن در زمستان ۱۳۵۳ توسط مرکز سنجش افکار و تحقیقات اجتماعی سازمان رادیو و تلویزیون و همکاری طرح آینده‌نگری این سازمان انجام گرفته است.^۱

با استفاده از تجربیاتی که از بررسی نخستین به دست آمده بود، محتوی پرسشنامه مورد تجدید نظر کامل قرار گرفت و سئوالات آن با توجه به شرایط بعد از انقلاب طرح‌ریزی گردید. البته واضح است که خطوط اصلی بررسی حاضر، چون بررسی گذشته، شناخت گرایشهای فکری و اجتماعی جامعه در شرایط زمان مطالعه بوده است. البته با این توجه که تکرار بررسی روند تحول جامعه و گرایشهای فرهنگی آن را نمایان می‌سازد.

مراحل انجام این مطالعه، چون هر بررسی افکار، دارای پنج مرحله مشخص بوده است که به ترتیب عبارتند از: تنظیم پرسشنامه، نمونه‌گیری، جمع‌آوری اطلاعات، محاسبات آماری، تجزیه و تحلیل و تنظیم گزارش. اطلاعات مورد نیاز در خرداد ماه ۱۳۵۸ در شهر تهران جمع‌آوری گردیده

۱- تحقیق زیر که در طی ۲۰ سال در ژاپن انجام گرفته در طرح ریزی بررسی حاضر مورد استفاده فراوان قرار گرفته است

است .

مراحل تحقیق

- در اینجا به هریک از مراحل تحقیق به طور خلاصه اشاره می‌کنیم :
- ۱ - پرسشنامه : پرسشنامه‌ای که برای این بررسی در نظر گرفته شده بود حاوی ۶۸ پرسش در زمینه‌های فرهنگی - اجتماعی و بعضاً اقتصادی بود . پرسش‌ها با دقت فراوان به نحوی انتخاب گردیده‌اند که بتوان ابعاد مختلف گرایشهای فرهنگی و اجتماعی جامعه را اندازه گیری کرد . سئولات این پرسشنامه با استفاده از محتوای پرسشنامه تحقیق ژاپنی فوق‌الذکر و مددگیری از تجربیات بررسی نخستین تدوین گردید . این پرسشنامه توسط طراحان مورد آزمون قرار گرفت و پس از رفع نواقص ، نسخه نهایی تهیه گردید .^۲
 - پرسشنامه به صورت مصاحبه فردی با کمک پرسشگران تعلیم دیده پر شده و تکمیل هر پرسشنامه در حدود یک ساعت به طول انجامیده است .
 - ۲ - نمونه‌گیری : نمونه‌گیری به صورت تصادفی در داخل مناطقی دوازده گانه شهر تهران (منطقه ۱ تا ۱۰ به علاوه شمیران و شهرری بر اساس تقسیم‌بندی سرشماری سال ۱۳۵۵ مرکز آمار ایران) صورت گرفته است . در توزیع نمونه مورد نظر (حدود ۷۰۰ نفر) در داخل مناطق ، از روش انتساب متناسب برای جنس و سن استفاده شد . بدین ترتیب که نمونه مورد نظر به نسبت جمعیت گروههای سنی هر منطقه (دامنه تغییر سن در این بررسی ۱۵ تا ۵۹ سال تعیین گردیده بود) توزیع گردید . سپس با توجه به تعداد نمونه مورد نیاز در هر منطقه تعدادی از نقشه‌های موجود در هر منطقه که تقسیم‌بندی‌های جزئی‌تری را مشخص می‌نمایند ، بر اساس ۹ تا ۱۱ نفر نمونه در هر نقشه به طور تصادفی انتخاب گردیدند . افراد نمونه در داخل هر

۲- عین پرسشنامه در پیوست تحقیق آمده است .

نقشه ، با توجه به توزیع سن و جنسی که از پیش تعیین شده بود ، به صورت تصادفی انتخاب می شدند .

۳ - جمع آوری اطلاعات : مصاحبه کنندگان نمونه خود را با مراجعه به واحدهای مسکونی بلوکهای فرد در هر نقشه انتخاب می نمودند . نقطه شروع اختیاری بود و در هر واحد مسکونی با یک نفر از افراد خانوار (یا خانوارهای ساکن) که خصوصیاتش منطبق با خصوصیات مورد نظر آن پرسشگر بود ، مصاحبه می نمودند . این مراجعات به صورت یک درمیان، آنقدر در داخل بلوک ادامه می یافت تا تعداد مصاحبه تعیین شده تکمیل گردد .

۴ - محاسبات آماری : کلیه پرسشنامهها در پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران مورد بازبینی قرار گرفتند و پس از مراجعه مجدد و کنترل حدود ۲۰ درصد از آنان ، سئوالات کدگذاری شدند . کلیه محاسبات آماری در این بررسی با استفاده از کامپیوترهای سازمان برنامه و بودجه صورت گرفته و در برنامه نویسی آن از برنامه SPSS^۳ استفاده شده است .

بخش اول

شناخت جامعه آماری

۱-۱- توزیع برحسب سن : توزیع سن در جامعه نمونه به ترتیب زیر می باشد .

جدول شماره ۱ - توزیع سن افراد نمونه

گروه سنی	درصد
۱۵-۱۹	۱۹/۱
۲۰-۲۹	۲۹/۳
۳۰-۳۹	۲۶/۳
۴۰-۴۹	۱۵/۴
۵۰-۵۹	۹/۲
	۹۸/۳

نظر به اینکه نمونه گیری در داخل گروه های سنی انجام گرفته ، توزیع فوق منطبق با توزیع مورد نظر می باشد که در ارتباط با توزیع سن در مناطق مختلف تهران به وجود آمده است .

۱-۲- توزیع برحسب تحصیل : توزیع سطح تحصیلات افرادی که به

عنوان نمونه انتخاب شده اند در جدول شماره ۲ آمده است .

جدول شماره ۲ - توزیع سطح تحصیل افراد نمونه

سطح تحصیلی	درصد
بی سواد	۱۲/۳
بدون مدرک ، تا ششم ابتدایی	۸/۴
ششم ابتدایی	۱۷/۶
تا دیپلم	۳۰/۹
دیپلم متوسطه	۱۴/۲
تا لیسانس	۸/۸
مدرک لیسانس	۴
فوق لیسانس	۲/۱
دکتر	۱
	۹۹/۳

این توزیع نمی تواند نمایانگر سطح تحصیلات جامعه تهران باشد ، زیرا که معمولاً " افراد با سواد تر هر خانوار حاضر به مصاحبه با پرسشگران در زمان مراجعه به منازل می شوند و بدین جهت گروه با سواد تر جامعه در داخل نمونه قرار می گیرند . این توزیع ، مسلماً ، محدودیت هایی در راه تعمیم نتیجه گیری ها به وجود می آورد ، ولی اگر با شناخت کافی جامعه مورد بررسی تجزیه و تحلیل خود را دنبال کنیم ، محدودیت های فوق اثر معنی داری در نتیجه گیری ها نخواهند داشت .

۳-۱- توزیع بر حسب اشتغال*: توزیع شغل افراد مورد بررسی در جدول ۳ منعکس گردیده است .

جدول شماره ۳ - توزیع شغل افراد نمونه

شغل	درصد	درصد انباشته
خانه دار	۳۵	۳۵
محصل و دانشجو	۲۰/۵	۵۵/۵
بازنشسته	۲	۵۷/۵
بیکار	۶/۸	۶۴/۳
کارمند عالیرتبه	۳/۴	۶۷/۷
کارمند متوسط	۱۳/۶	۸۱/۳
پیشه ور	۱/۱	۸۲/۴
مشاغل آزاد	۷/۶	۹۰/۰
کارگر	۳/۱	۹۳/۱
بدون جواب	۶/۸	۹۹/۹

* تعریف هر طبقه شغلی در جداول ضمیمه آمده است .

به طوری که ملاحظه می شود بیش از ۵۵ درصد از نمونه را در گروه خانم های خانه دار و محصلین تشکیل می دهند و به طور کلی بیش از ۶۴ درصد

از افراد مورد مطالعه غیر شاغل اند . تعداد کارگران و پیشه‌وران انتخاب شده در نمونه بسیار کمتر از نسبت واقعی آنان در جامعه می‌باشد و بنابراین نمونه حاضر رده‌بندی شغلی خاصی را به وجود آورده ، که با رده‌بندی واقعی جامعه انطباق کامل ندارد . این انحراف بیشتر به خاطر عدم امکان دسترسی یکسان مصاحبه‌گران به همه افراد جامعه می‌باشد . بخصوص که مصاحبه‌ها عموماً " در منازل و در زمانی صورت می‌گیرد که افراد شاغل خانوار در محل کار خود می‌باشند . به هر حال برای رفع این نقیصه سعی شده که تا حد امکان مصاحبه‌ها در بعدازظهرها و گاهی اوقات در شب صورت گیرد و ای به نظر می‌رسد که به علت محدودیت‌های موجود در جامعه این اقدام کافی نبوده است .

توزیع افرادی که با پرسشگران این بررسی مصاحبه نموده‌اند را می‌توان در جدول شماره ۴ ملاحظه نمود .

جدول شماره ۴ - نسبت افراد مصاحبه شده با رئیس خانوار

نسبت با رئیس خانوار	درصد
رئیس خانوار	۲۶/۶
همسر رئیس خانوار	۳۵/۴
فرزند خانوار	۳۶
دیگر و بی‌جواب	۲

ملاحظه می‌شود ۵۰/۴ درصد از افراد مصاحبه شده را مردان و بقیه را زنان تشکیل می‌دهند . بدیهی است که این توزیع تحت تأثیر روش نمونه‌گیری (انتخاب متناسب برای سن و جنس) بوده است .

بخش دوم

رسانه‌های همگانی

۱-۲- رادیو

۱-۱-۲- میزان داشتن رادیو

بررسی ما نشان می‌دهد که ۹۸٪ از پاسخگویان دارای رادیو بوده‌اند که در اینجا باید توجه داشت که نمونه آماری که در این بررسی از آن استفاده شده از بین خانوارهای صاحب تلویزیون بوده است، از این جهت آمار بدست آمده قابل تعمیم به کل جامعه آماری تهران نیست.

۲-۱-۲- میزان استفاده از برنامه‌های رادیو

در بررسی ما آمده است که ۴۰٪ از دارندگان رادیو بطور مرتب از رادیو استفاده میکنند. در بررسی سال ۵۳ این میزان برای مناطق شهری ۶۱٪ بوده است. این امر نشان می‌دهد که میزان استفاده از رادیو بطرز محسوسی کاهش یافته است. وقتی علت این کاهش را عمیق‌تر بررسی کنیم، می‌بینیم که بطور کلی عدم رضایت از برنامه‌ها موجب آن شده است. بررسی ما نشان می‌دهد که حداقل نیمی از شنوندگان رادیو ۴۸/۲٪ بنوعی صریح از برنامه‌های رادیو ابراز نارضایتی کرده‌اند و غالباً آنرا یکنواخت و ملال‌آور دانسته‌اند و بویژه از کمبود و یا نبود موسیقی شکایت داشته‌اند.

۳-۱-۲- استفاده از رادیو در رابطه با عوامل گوناگون

بررسی ما نشان می‌دهد با توجه به ساخت و محتوای مذهبی برنامه‌های فعلی رادیو این پرسش مطرح می‌شود که آیا استفاده از رادیو با گرایشهای مذهبی شنوندگان

ارتباط دارد یا نه؟ بررسی ما نشان می‌دهد که چنین ارتباطی وجود دارد. برای مثال کسانی که با حجاب موافقاند (۴۵٪) بیش از افرادی که با حجاب مخالفاند از رادیو استفاده می‌کنند (۳۰٪) یا همینطور کسانی که با کارکردن زن در خارج از خانه مخالفاند (۴۸٪) بیش از کسانی که با کارکردن زن در خارج از خانه موافقند (۳۹٪) رادیو گوش می‌کنند.

میزان استفاده از رادیو با نمازگزاردن و روزه گرفتن هم رابطه مستقیم دارد نمازگزاران و روزه‌گیران بیش از کسانی که نماز نمی‌گزارند و روزه نمی‌گیرند رادیو گوش می‌کنند. برای مثال از بین نمازگزاران دائمی ۴۷٪ بطور مرتب رادیو گوش می‌کنند این رقم برای گروههایی که گاهی نماز می‌گزارند ۴۰٪ و برای گروههایی که بندرت نماز می‌گزارند ۲۴٪ و برای کسانی که نماز نمی‌گزارند ۲۱٪ است. همینطور از بین کسانی که مرتب روزه می‌گیرند ۴۴٪ هر روز به رادیو گوش می‌کنند این رقم برای کسانی که گاهی روزه می‌گیرند ۴۵٪ و برای کسانی که بندرت روزه می‌گیرند ۳۴٪ و برای کسانی که روزه نمی‌گیرند ۳۴٪ است.

۴-۱-۲- رضایت از برنامه‌های رادیو در رابطه با عوامل گوناگون رضایت از برنامه‌های رادیو با جنس و سن رابطه‌ای را نشان نمی‌دهد در این رابطه آنچه بصورت معنی‌دار مطرح می‌شود میزان تحصیلات و گرایشهای مذهبی و سیاسی است. به درصد کسانی که گفته‌اند برنامه‌های رادیو اصلاً "خوب نیست و اصلاً" برنامه جالبی ندارد در میان همراه با افزایش سطح تحصیلات افزوده می‌شود. به عبارت دیگر نارضایتی از برنامه‌های رادیو همبستگی مستقیمی با افزایش سطح تحصیلات دارد از طرفی بررسی ما همبستگی

میان گرایش مذهبی و رضایت از برنامه‌ها را نشان می‌دهد. مثلاً "نمازگزاران (هم جماعت و هم فردی) کمتر از کسانی که نماز نمی‌گذارند از برنامه‌های رادیو شکایت داشته‌اند. همچنین روزه‌گیران نسبت به کسانی که روزه نمی‌گیرند. بهمین ترتیب کسانی که کارکردن زن در خارج از خانه موافقند به مراتب بیش از کسانی که با کارکردن زن مخالفند از برنامه‌های رادیو ابراز نارضایتی کرده‌اند. و باز مخالفین حجاب از برنامه‌ها به مراتب بیشتر از موافقین حجاب ناراضی بوده‌اند. این امر در مورد کسانی که در انجمن‌های مذهبی مشارکت دارند هم صادق است یعنی آنها کمتر از برنامه‌ها ابراز عدم رضایت کرده‌اند. رضایت از برنامه‌های رادیو با گرایشهای سیاسی هم همبستگی نشان می‌دهد. گرایشهای لیبرال چپ (جبهه دمکراتیک) و چپ و کسانی که در انتخابات شرکت نمی‌کنند و یا به کاندیداهای غیرروحانی رای می‌دهند به ترتیب بیشترین میزان عدم رضایت را از برنامه‌ها نشان داده‌اند و کسانی که به کاندیداهای اسلامی رای داده‌اند کمترین میزان عدم رضایت را ابراز داشته‌اند.

۲-۲- تلویزیون

۲-۲-۱- میزان داشتن تلویزیون

این بررسی حاکی است که ۹۶٪ از خانواده‌های شهر تهران دارای تلویزیون هستند. باز باید توجه کرد که چون نمونه بدست آمده از خانوارهای تلویزیون دار بوده است، درصد بالا نشانگر میزان خانوارهای تلویزیون دار در شهر تهران نیست.

۲-۲-۲- میزان استفاده از برنامه‌های تلویزیون

در مورد برنامه‌های تلویزیون ۵۰٪ از تماشاگران خود را

جزء کسانی دانسته‌اند که برنامه‌ها را مرتباً تماشا می‌کنند. چنانچه باز این رقم را با رقم مشابه آن در سال ۵۳ مقایسه کنیم، می‌بینیم که کاهش محسوسی در میزان استفاده از تلویزیون پدیده آمده‌است بررسی سال ۵۳ ما نشان می‌دهد که ۸۵٪ از تماشاگران تلویزیون در مناطق شهری روزانه و مرتب تلویزیون تماشا می‌کرده‌اند. دلایل این کاهش استفاده از تلویزیون بار دیگر در نظراتی که تماشاگران درباره برنامه‌ها داده‌اند نمودار است. بیشتر پاسخگویان (۵۱٪) بنوعی از برنامه‌های تلویزیون ابراز ناخشنودی کرده‌اند و دلایلی که

برشمرده‌اند بیشتر دال بر یکنواخت بودن، جالب نبودن و تکراری بودن برنامه‌هاست و اینکه جنبه سرگرم‌کننده ندارد. البته در مقابل هم ۲۹٪ از برنامه‌ها ابراز رضایت کرده‌اند و آنرا بیشتر بر برنامه‌های قبلی ترجیح داده‌اند.

در بررسی ما رابطه معنی‌داری میان میزان تماشای تلویزیون و جنس و سن تماشاگران وجود ندارد. ولی در عوض افراد با تحصیلات عالی و دانشگاهی کمتر از سایرین تلویزیون تماشا می‌کنند. جالب اینجا است که در میزان تماشای تلویزیون بین بیسوادان و افراد دارای تحصیلات ابتدائی و حتی متوسطه تفاوت چشمگیری مشاهده نمی‌شود. میزان تماشای تلویزیون با گرایشهای مذهبی همبستگی مستقیمی نشان می‌دهد بدین صورت که هرچه گرایش مذهبی افزایش پیدا می‌کند، تماشای تلویزیون هم زیاد می‌شود. برای مثال افرادی که نمازگزارند بویژه کسانی که هر روز بطور مرتب نماز می‌خوانند بطرز چشمگیری بیشتر از افرادی که نماز نمی‌خوانند و یا بندرت می‌خوانند

تلویزیون تماشا می کنند . بهمن منوال افرادی که در نماز جماعت شرکت نمی کنند کمتر از افرادی که در نماز جماعت شرکت می کنند تلویزیون تماشا می کنند و یا کسانی که روزه می گیرند از کسانی که روزه نمی گیرند و یا بندرت می گیرند بمراتب بیشتر تلویزیون تماشا می کنند . این همبستگی تنها در موارد بالا مشاهده نشده بلکه در تمام جنبه های رفتار مذهبی نشان داده می شود . برای مثال حتی کسانی که در انجمنها و هیئت های مذهبی شرکت می کنند بمراتب بیش از آنها که شرکت نمی کنند تلویزیون تماشا می کنند و یا بهمیت ترتیب ملاحظه می شود افرادی که با کارکردن زن مخالفاند بیشتر از کسانی که با کارکردن زن موافقاند از تلویزیون استفاده می کنند و یا کسانی که موافق حجاب زن هستند بیش از کسانی که با حجاب زن مخالفاند به تماشای تلویزیون می نشینند .

بطور کلی نتایج بالا نشان می دهد که چطور برنامه های فعلی تلویزیون بیشتر تماشاگران دارای تمایلات مذهبی را بخود جلب کرده است .

به جز تمایلات مذهبی ، تماشای تلویزیون با گرایش سیاسی تماشاگر هم همبستگی نشان می دهد . گروه های با تمایلات چپ و یا چپ معتدل و یا گروه های غیرمذهبی کمترین میزان علاقه را به تماشای تلویزیون نشان می دهند و در عوض گروه های اسلامی و تاحدی افراد فاقد جبهه گیری سیاسی بیش از سایرین به تماشای تلویزیون رغبت نشان می دهند . در اینجا باید توجه داشت که ممکن است تمایلات سیاسی به تنهایی موثر نباشد بلکه سن و سال افراد هم بر عادات تماشای تلویزیون این گونه

افراد اثر بگذارد. با توجه باینکه گروه‌هایی با تمایلات چپ و لیبرال‌های چپ غالباً "در سنین جوانی و میان سالی هستند و بیشتر در سن فعالیت می‌باشند، شاید همین عامل هم در کمی وقتی که صرف تلویزیون می‌کنند موثر باشد. در اینجا لازمست برای آنکه به دلائل گرایش و یا عدم گرایش گروه‌های مختلف به تلویزیون پی ببرید نظرات آنها را درباره خود برنامه‌های تلویزیون تحلیل کنیم.

۳-۲-۲- نظرات تماشاگران نسبت به برنامه‌های تلویزیون

در مجموع بیش از دوسوم از تماشاگران تلویزیون ابراز نارضایتی و در برخی موارد خیلی شدید کرده‌اند و تنها کمتر از یک سوم از آن رضایت داشته‌اند، و برنامه‌ها را مطابق ذوق خود دانسته‌اند. برای آنکه بدانیم رضایت و یا عدم رضایت تماشاگران بیشتر با چه عواملی مرتبط است می‌خواهیم یک بیک همبستگی و یا عدم همبستگی آنها با جنس و سن و میزان سواد و گرایشهای فکری تماشاگران تحلیل کنیم.

در بررسی ما در مجموع، همبستگی معنی‌داری میان نظرات آنها نسبت به برنامه‌ها و جنسشان نیافتیم، ولی چنین بنظر میرسد که درصد تماشاگران بشدت ناراضی در میان زنان بیشتر از مردان باشد و بالعکس در بین افرادی که از برنامه‌ها ابراز رضایت کرده‌اند مردان بیشتر از زنان یافت می‌شوند و این شاید بدو دلیل باشد. یکی وابستگی بیشتر زنان به تلویزیون به علت بودن در منزل و اینکه مردان سرگرمی‌های خارج از خانه بیشتری دارند. دوم گرایشهای ایده‌لورژیک که در مردان قوی‌تر از زنان است.

و اما در رابطه با سن تماشاگران همبستگی مشخص‌تر خود را نشان می‌دهد. بدین معنی که میزان عدم رضایت شدید تماشاگران از برنامه‌های تلویزیون رابطه معکوس با سن آنها دارد. یعنی هرچه سن آنها کمتر عدم رضایتشان بیشتر و هرچه سن آنها زیادتر عدم رضایتشان کمتر می‌شود. در بین افراد ۱۵ تا ۱۹ سال ۳۷٪ برنامه‌ها را خیلی بد توصیف کرده‌اند در حالی که در سن ۴۰ تا ۴۹ سال این میزان به ۲۱٪ در سال ۵۹-۵۰ ساله این میزان به ۱۲٪ کاهش پیدا می‌کند. و برعکس کسانی که برنامه‌ها را خوب توصیف کرده‌اند در بین جوانان ۱۹-۱۵ ساله ۲۲٪ و در بین افراد میانسال (۴۹-۴۰ ساله) ۴۳٪ و در بین افراد مسن (۵۹-۵۰ ساله) ۴۱٪ است. عبارت دیگر رضایت از برنامه‌ها همراه با سن افزایش می‌یابد..

وجه نظر نسبت به برنامه‌ها علاوه بر سن با سطح تحصیلات هم همبستگی نشان می‌دهد، بدین ترتیب که در حالی که ۹۰٪ از افراد باسواد از برنامه‌ها ابراز عدم رضایت شدید کرده‌اند، این میزان در سطح تحصیلی ابتدائی به ۲۱٪ و در متوسطه به ۳۲٪ و در سطح فوق لیسانس حتی به ۴۶٪ میرسد. به عبارت دیگر با ارتقاء سطح تحصیلات تماشاگران عدم رضایت آنها هم از برنامه‌ها افزایش می‌یابد.

همینطور در میان کسانی که از برنامه‌ها ابراز رضایت کرده‌اند ۴۷٪ از بیسوادان دیده می‌شود در حالی که این میزان در سطح متوسطه به ۲۳٪ و در سطح تحصیلات عالی به ۷٪ تقلیل پیدا می‌کند. این امر بروشنی نشان می‌دهد که همراه به افزایش

تحصیلات از یک طرف حس داوری انتقادی در افراد قوت می‌گیرد و میزان انتظارشان بالا می‌رود و از طرف دیگر اعتقادات سنتی آنها به سستی می‌گراید و این امر باعث می‌شود که کمتر از برنامه‌های تلویزیون احساس رضایت کنند . و برعکس آن دسته از افراد که در جریان آموزشی جدید قرار نگرفته‌اند (بیسوادان) و یا به‌حدکافی قرار نگرفته‌اند (نا ابتدائی) ساخت ذهنی سنتی خود را حفظ کرده و بیشتر با برنامه‌های تلویزیون احساس هم‌دلی و مشارکت می‌کنند . پس چنین بنظر می‌رسد که آنچه در برخورد تماشاگران با برنامه‌های تلویزیون مطرح است بیشتر تمایلات عقیدتی و فکری آنهاست . بدین جهت ما سعی کردیم که نظرات تماشاگران را در رابطه با تمایلات مذهبی و سیاسی و همچنین اینکه در چه محیطی رشد یافته‌اند (روستائی ، شهرستانی ، تهرانی) بررسی کنیم .

در میان کسانی که از برنامه‌های تلویزیون به‌شدت ابراز نارضایتی کرده‌اند کسانی که دو سال اول زندگی خود را در شهر بزرگ بویژه تهران گذرانده‌اند (۲۹٪ و ۳۰٪) بیشتر از افرادی هستند که در روستاها و شهرهای کوچک (۲۳٪ و ۲۵٪) متولد و بزرگ شده‌اند . این میزان برای متولدین شهرهای کوچک از روستاها هم بیشتر است .

برعکس در میان کسانی که نسبت به برنامه‌ها ابراز رضایت کرده‌اند ۳۵٪ روستازاده و ۳۵٪ متولد شهرهای کوچک بوده‌اند . در حالی که این میزان برای افراد متولد در شهرهای بزرگ ۲۸٪ و شهر تهران ۲۷٪ بوده است . این امر نشان می‌دهد که گرایشهای مذهبی در افرادی که در

شهرهای بزرگ متولد و رشد کرده‌اند کمتر از شهرهای کوچک و روستاهاست و این امر مستقیماً در رضایت و عدم رضایت آن از برنامه‌ها موثر واقع شده است.

ولی برای آنکه رابطه میزان رضایت از برنامه‌ها را با تمایلات مذهبی بررسی کنیم چند عامل را انتخاب کرده‌ایم. اینکه فرد نمازگزار است یا نه، اینکه فرد روزه بگیر است یا نه، اینکه او با حجاب موافق است یا نه و یا اینکه با کارکردن زن موافق است یا نه و بالاخره در انجمن‌ها و یا هیئت‌های مذهبی شرکت دارد یا نه.

در مورد نماز از کسانی که هر روز نماز می‌گزارند فقط ۱۸٪ برنامه‌های تلویزیون را خیلی بد توصیف کرده‌اند، در حالی که از افرادی که گاهی نماز می‌گزارند ۳۵٪ و از کسانی که بندرت نماز می‌خوانند ۳۸٪ و از کسانی که هرگز نماز نمی‌گزارند ۴۷٪ برنامه‌ها خیلی نامطلوب ذکر کرده‌اند و برعکس از نمازگزاران دائمی ۳۹٪ برنامه‌ها را خیلی خوب توصیف کرده‌اند، و این میزان در گروه نمازگزاران گاهگاهی ۲۳٪ و در میان کسانی که بندرت نماز می‌گزارند ۱۰٪ و در بین افرادی که نماز نمی‌خوانند ۷٪ است.

و اما همین رابطه میان میزان شرکت در نماز جماعت و چگونگی ارزیابی برنامه‌های تلویزیون وجود دارد بدین معنی که هرچه افراد بیشتر در نماز جماعت شرکت می‌کنند بهمان اندازه ارزیابی آنها از برنامه‌های تلویزیون بهتر و مثبت‌ترست؛ برای مثال از کسانی که همیشه به نماز جماعت می‌روند ۱۱٪ برنامه‌ها را خیلی بد توصیف کرده‌اند، این رقم برای افرادی که گاهگاهی به

نماز جماعت میروند ۱۶٪ و در افرادی که بندرت در نماز جماعت شرکت می‌کنند ۲۷٪ و در بین کسانی که اصلاً به نماز جماعت نمی‌روند ۳۲٪ است و برعکس ۴۸٪ از افرادی که مرتباً به نماز جماعت میروند برنامه‌ها را خوب و ۴۱٪ از کسانی که گاهی در این نماز شرکت می‌کنند و ۳۱٪ از آنها بندرت نماز جماعت می‌خوانند و ۲۲٪ از گروهی که اصلاً نماز جماعت نمی‌خوانند برنامه‌ها را خوب و رضایت‌بخش دانسته‌اند. چنانچه نظرات مثبت و منفی تماشاگران را با روزه گرفتن هم در رابطه قرار می‌دهیم باز بهمین نتیجه می‌رسیم، برای مثال از کسانی که در ماه رمضان مرتب روزه می‌گیرند ۷٪ برنامه‌های تلویزیون را خیلی بد ارزیابی کرده‌اند در حالی که این رقم برای افرادی که گاهی روزه می‌گیرند ۲۹٪ و برای افرادی که بندرت روزه می‌گیرند ۲۹٪ و برای گروهی که اصلاً روزه نمی‌گیرند ۴۰٪ می‌باشد. و یا بر عکس از میان افرادی که روزه خود را مرتب می‌گیرند ۴۱٪ برنامه‌های تلویزیون را خوب توصیف کرده‌اند و رقم مشابه در گروههایی که گاهی روزه می‌گیرند ۲۸٪ و کسانی که بندرت روزه می‌گیرند ۲۵٪ و افرادی که اصلاً روزه نمی‌گیرند فقط ۱۱٪ است. در اینجا برای آنکه رفتار مذهبی را در رابطه با چگونگی ارزیابی از برنامه‌های تلویزیون قرار دهیم، یکی دیگر از وجوه این رفتار یعنی شرکت در انجمنها و هیئت‌های مذهبی را انتخاب کرده‌ایم. در این رابطه هم بار دیگر معلوم می‌شود که کسانی که تمایلات مذهبی بیشتری دارند، ارزیابی مثبت‌تری از برنامه‌های تلویزیون کرده‌اند. برای مثال از بین کسانی که مرتباً در این مجالس و هیئت‌های مذهبی

شرکت می‌کنند ، ۱۱٪ برنامه‌های تلویزیون را خیلی بد دانسته‌اند و رقم مشابه برای گروهی که گاهی در این انجمنها شرکت می‌کنند ۱۴٪ و برای افرادی که به‌ندرت باین مجالس می‌روند ۲۹٪ و برای کسانی که اصلاً " نمی‌روند ۳۶٪ است و همینطور برعکس ۵۰٪ از گروه اول برنامه‌ها را خیلی خوب و ۳۸٪ از گروه دوم و ۲۸٪ از گروه سوم و فقط ۱۹٪ از گروه چهارم یعنی کسانی که اصلاً " به مجالس و انجمنهای مذهبی نمی‌روند برنامه‌ها را خوب ارزیابی کرده‌اند . باز برای آنکه رابطه گرایشهای مذهبی و عکس‌العمل نسبت به برنامه‌های تلویزیون رابطه کامل‌تری بررسی کنیم ، دو عامل دیگر را هم انتخاب کردیم . یکی موافقت یا مخالفت با حجاب و دیگری موافقت و یا مخالف با کار کردن زن در خارج از خانه ، در مورد اول نتایج بررسی ما بروشنی نشان می‌دهد که در میان کسانی که با حجاب موافقند ۱۸٪ برنامه‌ها را بد ارزیابی کرده‌اند ، در حالی که از میان مخالفین ۴۶٪ آنرا خیلی بد دانسته‌اند .

برعکس از میان گروه موافقین حجاب ۳۹٪ برنامه‌ها را خوب دانسته‌اند و از گروه مخالفین حجاب فقط ۱۸٪ نظر مساعد بدان داشته‌اند . و در مورد عامل دوم یعنی موافقت یا مخالفت با کارکردن زن از بین کسانی که مخالف کار کردن زنان هستند ۱۶٪ برنامه‌های تلویزیون را خیلی بد دانسته‌اند در حالی که این رقم در بین افراد موافق کارکردن زنان ۳۳٪ است .

همینطور از میان مخالفین کارکردن زن ۴۰٪ برنامه‌ها را خوب توصیف کرده‌اند ، در حالی که فقط ۲۰٪ از افراد موافق کارکردن زن برنامه‌ها را خوب ارزیابی کرده‌اند .

درمجموع تمام داده‌های بالا نشان می‌دهد که چطور تمایل مذهبی در چگونگی ارزیابی برنامه‌های تلویزیون موثر است و چطور با افزایش گرایش مذهبی میزان رضایت از برنامه‌های تلویزیون هم افزایش می‌یابد .

آیا رابطه‌ای میان گرایش سیاسی و میزان رضایت از برنامه‌های تلویزیون وجود دارد ؟

اگر در این رابطه این دو عامل را مطالعه کنیم می‌بینیم که افراد دارای گرایشهای چپ (۶۰٪) و لیبرالهای چپ (۵۰٪) بیشترین عدم رضایت را از برنامه‌ها را داشته‌اند و برنامه‌ها را خیلی بد دانسته‌اند در حالی که از میان افراد دارای گرایشهای اسلامی فقط (۱۸٪) آنرا خیلی بد دانسته‌اند . در حالی که بیشترین کسانی که برنامه‌ها را خوب ارزیابی کرده‌اند افرادی هستند که گرایشهای اسلامی دارند با ۴۱٪ و مجاهدین خلق با ۳۳٪ ، در حالی که رقم مشابه برای گروههای بی‌طرف ۲۵٪ است و برای افراد دارای گرایشهای ناسیونالیستی (جبهه ملی) ۱۸٪ و برای چریکهای فدائی ۱۳٪ و برای گرایشهای لیبرال چپ (جبهه دمکراتیک) ۸٪ است .

۲-۳- نوار

۲-۳-۱- استفاده از نوار کاست

بررسی ما نشان می‌دهد که با توجه به نبود یا کمبود موسیقی از شبکه رادیو تلویزیون در زمانیکه این بررسی انجام شد ، نوار کاست بیش از پیش مورد استقبال قرار گرفته است . بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۲٪) به صورت مستمر یا غیرمستمر از نوار کاست استفاده می‌کنند . بررسی ما نشان می‌دهد که فقط حدود یک سوم از پاسخگویان (۳۲٪) از نوار موسیقی استفاده نمی‌کنند .

۲-۳-۲- استفاده از نوار کاست در رابطه با عوامل مختلف

بررسی ما نشان می‌دهد که ۳۳٪ از مردان هر روز از نوار کاست استفاده می‌کنند در حالی که از مجموع زنان مورد پرسش ۲۴٪ بطور مستمر و روزمره از آن استفاده می‌کنند. داده‌های بالا بروشنی حاکی از آن است که در بین استفاده‌کنندگان نوار کاست مردان بیش از زنان هستند. استفاده از نوار بیش از جنس با سن در ارتباط است. بررسی ما نشان می‌دهد که در سنین ۱۵ تا ۱۹ سال ۴۲٪ از افراد از نوار هر روز استفاده می‌کنند، و این رقم در گروه سنی ۲۹ - ۲۰ سال به ۳۳٪ و در گروه سنی ۴۹ - ۳۰ ساله به ۲۲٪ و در گروه سنی ۵۹ - ۵۰ ساله به ۱۱٪ می‌رسد. عبارت دیگر هرچه سن افزایش می‌یابد از میزان استفاده روزانه نوار کاسته می‌گردد.

نظیر همین همبستگی هم با سطح تحصیلات دیده می‌شود. بدین معنی که میزان استفاده از نوار بطور مرتب در سطوح تحصیلی پائین (بیسواد ۱۶٪) کم است. و در سطوح تحصیلی متوسطه به ۳۷٪ و در سطوح تحصیلی عالی حتی به ۵۳٪ (برای افراد دارای فوق لیسانی) می‌رسد. در اینجا باید توجه داشت که ممکن است عامل درآمد هم بهمان اندازه تحصیلات در استفاده از نوار مهم باشد، زیرا که بررسی‌های گذشته نشان داده است که در ایران همبستگی مثبتی بین سطح تحصیل و درآمد وجود دارد، یعنی هر چه تحصیلات بالا می‌رود درآمد هم افزایش می‌یابد.

استفاده از نوار علاوه بر قدرت خرید، سطح تحصیلات و سن با عامل دیگری هم همبسته است و آن تمایلات مذهبی است بویژه با توجه به حذف موسیقی از برنامه‌های

رادیو و تلویزیون بسیاری از افراد بویژه قشرهای شهری متجدد به نوار روی آورده‌اند بهر حال برای ما کافی است که از میان افرادی که هر روز نماز می‌خوانند فقط ۱۷٪ روزانه نوار گوش می‌کنند. در حالی که در افرادی که نماز نمی‌خوانند این میزان به ۵۶٪ می‌رسد.

همینطور از بین کسانی که هر هفته به نماز جماعت می‌روند ۲۳٪ از نوار بطور مستمر استفاده می‌کنند در حالی که از کسانی که به نماز جماعت نمی‌روند ۳۸٪ در مورد روزه هم یعنی واسطه با استفاده از نوار بچشم می‌خورد. از کسانی که مرتباً "روزه می‌گیرند ۱۵٪ عادت به استفاده روزمره از نوار را دارند و این میزان در بین کسانی که اصلاً "روزه نمی‌گیرند ۴۵٪ است.

و باز اگر موافقت یا مخالفت با حجاب را یکی دیگر از شاخصهای مذهبی بودن بدانیم یا از کسانی که موافق حجاب هستند ۲۱٪ روزمره نوار گوش می‌کنند و این رقم از میان افراد مخالف با حجاب ۴۸٪ میرسد. و یا برعکس از میان افرادی که موافق حجاب هستند ۴۲٪ اصلاً "به نوار گوش نمی‌کنند ولی این رقم در میان افراد مخالف حجاب فقط ۹٪ است.

جالب این است که گوش دادن به نوار حتی با گرایشهای سیاسی هم همبستگی نشان می‌دهد (که البته میتوان باز بنوعی تجلی گرایشهای مذهبی یا غیرمذهبی در افراد دانست) بدین ترتیب که در گرایشهای چپ، چپ‌لیبرال و ملی بیش از ۵۰٪ از افراد نوار را بطور مرتب گوش می‌کنند در حالی که این رقم در گرایشهای اسلامی (مجاهدین و جمهوری اسلامی) به ۱۶٪ و ۱۸٪ می‌رسد.

۲-۴-۲- روزنامه

۲-۴-۱- میزان مطالعه روزنامه

۸۰٪ از پاسخگویان در بررسی ما گفته‌اند که روزنامه می‌خوانند. البته این به معنی خواندن مستمر نیست بلکه فقط حاکی است از خواندن روزنامه چه مستمر چه غیرمستمر. با توجه باینکه در نمونه ما میزان افراد بی‌سواد و کم‌سواد فقط ۲۰٪ کل نمونه را شامل شده‌اند و یا به عبارت دیگر ۸۰٪ از افراد جامعه نمونه ما با سواد هستند و میزان کسانی که روزنامه می‌خوانند حدود ۱۰۰٪ از افراد باسواد نمونه است که البته غیر قابل قبول و اغراق‌آمیز بنظر می‌رسد. هرچند این رقم مبالغه‌آمیز بنظر می‌رسد ولی با مقایسه نتایج بررسی سال ۵۳ که در آن افراد باسواد ۵۴٪ روزنامه می‌خریده و می‌خوانده‌اند، می‌توان نتیجه گرفت که اشتیاق افراد به خواندن روزنامه در سال ۵۸ بطرز قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است. درباره علل این اشتیاق به خواندن روزنامه بنظر می‌رسد که سیاسی شدن جامعه و شاید تاحدی هم عدم رضایت از برنامه‌های رادیو و تلویزیون دو عامل مهم هستند.

۲-۴-۲- روزنامه‌های پرخواننده

در اینجا مسئله دیگری که در رابطه با خواندن روزنامه مطرح می‌شود نوع روزنامه‌هایی است که خوانده می‌شود. بررسی ما حاکی است که روزنامه کیهان و اطلاعات و آیندگان بیش از سایر روزنامه‌ها خواننده دارد. بطور کلی می‌توان میزان خواندن روزنامه‌ها را در این جدول مشاهده کرد.

نام روزنامه	تعداد	درصد
۱- کیهان	۵۰۵	۶۴٪

		۲- اطلاعات
۴۵۸	%۵۸	۳- آیندگان
۱۸۵	%۲۴	۴- جمهوری اسلامی
۱۰۳	%۱۳	۵- پیغام امروز
۴۴	%۶	۶- بامداد
۳۲	%۴	۷- آهنگر
۲۳	%۳	۸- انقلاب اسلامی
۱۳	%۲	۹- کار
۱۲	%۲	۱۰- امت
۱۱	%۱	۱۱- مردم
۹	%۱	۱۲- جنبش
۸	%۱	۱۳- جیغ و داد
۷	%۱	۱۴- سایر روزنامه
۲۶	%۳	۱۵- همه روزنامه‌ها
۱۰	%۱	۱۶- بدون جواب
۷	%۱	

با توجه به جدول بالا معلوم می‌شود که روزنامه‌های خبری عصر کیهان و اطلاعات بیش از سایر روزنامه‌ها خواننده دارد .

۳-۴-۲- میزان مطالعه روزنامه در رابطه با عوامل گوناگون

در بررسی ما از گروه مردان ۹۰٪ و زنان ۷۱٪ روزنامه می‌خوانند (باید توجه داشت که این ارقام قابل تعمیم به جامعه کل نیستند و تنها در جامعه نمونه ما که از خانوارهای تلویزیون‌دار می‌باشند صادق است) این امر نشان می‌دهد که اولاً " به علت سیاسی شدن جامعه احتمالاً " رغبت شدیدی به مطالعه روزنامه در مردم بوجود آمده است . (افزایش تیراژ روزنامه‌ها بعد از انقلاب خود گواه بر این امر است) و دوم اینکه مردان بیش از زنان علاقمند به سیاست و روزنامه هستند .

در رابطه با سن بررسی ما نشان می‌دهد که میزان مطالعه روزنامه در سنین ۱۹-۱۵ ساله ۸۷٪ و در سنین ۴۹-۴۵ ساله ۸۶٪ و در سنین ۴۹-۴۵ ساله ۷۱٪ و در سنین ۵۹-۵۵ ساله ۵۴٪ است. این داده‌ها نشان می‌دهد که میزان مطالعه روزنامه با افزایش سن کاهش پیدا می‌کند.

مطالعه روزنامه در رابطه با سطح تحصیلات نوعی همبستگی مثبت را نشان می‌دهد. میزان مطالعه روزنامه در سطح ابتدائی ۸۷٪ در سطح زیر دیپلم ۹۱٪ و در سطح دیپلم ۹۴٪ و در سطح زیر لیسانس ۹۵٪ و در سطح لیسانس به ۱۰۰٪ میرسد. بدین ترتیب بنظر می‌رسد که با افزایش سطح تحصیلات میزان مطالعه روزنامه افزایش پیدا می‌کند.

مطالعه روزنامه با منشاء روستائی و یا شهری افراد هم در رابطه است. بررسی ما نشان می‌دهد که افرادی که در روستا زاده شده‌اند ۵۳٪ روزنامه می‌خوانند و آنها که در شهرهای کوچک و بزرگ متولد شده‌اند ۷۷٪ و آنها که در تهران متولد شده‌اند ۸۷٪ این نشان می‌دهد که احتمالاً "محیطی که افراد در آن زاده شده و رشد پیدا کرده‌اند در میزان آگاهی سیاسی، سطح سواد و علاقمندی آنها به مسائل سیاسی موثر است.

آیا مطالعه روزنامه با تمایل مذهبی و گرایشهای سیاسی افراد همبستگی دارد. بررسی ما نشان می‌دهد که بین شدت تمایل مذهبی و میزان مطالعه روزنامه همبستگی معنی‌دار است. از بین کسانی که مرتباً "نماز می‌گزارند ۷۷٪ روزنامه می‌خوانند این رقم برای کسانی که گاهی و یا بندرت نماز می‌خوانند ۸۳٪ و برای کسانی که نماز

نمی‌خوانند ۹۳٪ . در نتیجه بروشنی دیده می‌شود که با کاهش تعایل مذهبی بر میزان مطالعه روزنامه افزوده می‌شود .

همین رابطه کم و بیش درباره میزان روزه‌گرفتن هم صادق است، از کسانی که مرتباً " روزه می‌گیرند ۷۵٪ گفته‌اند که روزنامه نمی‌خوانند ، این رقم برای کسانی که گاهی روزه می‌گیرند ۸۲٪ و کسانی که بندرت روزه می‌گیرند ۸۳٪ و کسانی که اصلاً " روزه نمی‌گیرند ۹۰٪ است .

همبستگی معنی‌داری باز بین میزان مطالعه روزنامه و طرز برخورد با موقعیت اجتماعی زن دیده می‌شود که بنوعی نمایشگر تعایل مذهبی است . از میان کسانی که موافق حجاب هستند ۷۶٪ روزنامه می‌خوانند در حالی که از بین مخالفین حجاب ۹۳٪ گفته‌اند که روزنامه می‌خوانند همین‌طور از بین کسانی که مخالف کارکردن زن در خارج از خانه هستند ۷۲٪ گفته‌اند که روزنامه می‌خوانند در حالی که این رقم برای کسانی که موافق کارکردن زن در محیط زنانه هستند ۸۲٪ و برای کسانی که موافق کارکردن زن هستند ۸۴٪ است .

میزان و مطالعه روزنامه با گرایشهای سیاسی خوانندگان روزنامه‌ها هم همبستگی دارد . در بررسی ما کسانی که دارای موضع سیاسی نیستند و تابع اکثریت هستند ۶۲٪ روزنامه می‌خوانند که کمترین میزان مطالعه روزنامه در بین گرایشهای مختلف سیاسی است . بعد از آن کسانی هستند که به کاندیداهای حزب جمهوری اسلامی رای می‌دهند آنها ۷۵٪ روزنامه‌خوان در مرحله بعد قرار گرفته‌اند . از بین کسانی که رای نمی‌دهند به هیچ‌کدام از کاندیداهای مذکور ۸۶٪ گفته‌اند روزنامه می‌خوانند و

این گروه از نظر میزان مطالعه روزنامه بعد از طرفداران حزب جمهوری اسلامی قرار دارند. گروههای لیبرال و چپ بیش از ۹۰٪ آنها روزنامه می‌خوانند و بیشتر در سایر گروهها به مطالعه روزنامه علاقمند هستند. در اینجا باز باید توجه داشت که شاید گرایش سیاسی عامل موثر نباشد بلکه عامل تحصیلات و سواد که در اینجا با عامل گرایش سیاسی بیشتر است مهم‌تر باشد.

۴-۴-۲- انتخاب روزنامه در رابطه با عوامل گوناگون

انتخاب روزنامه با چه عواملی ارتباط دارد؟ آیا سن، جنس، تحصیلات، گرایشهای سیاسی و یا تمایلات مذهبی در انتخاب روزنامه موثر است؟

همانطوری که بررسی ما نشان می‌دهد که بطور کلی مردها بیش از زنها روزنامه می‌خوانند. از بین کسانی که اطلاعات بعنوان روزنامه اول نام برده‌اند ۱۳٪ مرد و ۹٪ زن دیده می‌شوند و همینطور در مورد کیهان ۱۲٪ مرد و ۱۵٪ زن هستند.

خوانندگان روزنامه اطلاعات را بیشتر افراد مسن و میانسال تشکیل می‌دهند این روزنامه در بین افراد ۱۹-۱۵ ساله ۶٪ و در بین گروه سنی ۳۹-۳۰ ساله ۱۴٪ و در گروه سنی ۵۹-۵۰ ساله ۱۵٪ است کیهان برعکس در بین گروههای جوان‌تر بیشتر از افراد مسن طرفدار دارد. این روزنامه در گروههای سنی ۱۹-۱۵ ساله ۲۱٪ در گروه سنی ۳۹-۳۰ ساله ۱۲٪ و در گروه سنی ۵۹-۵۰ ساله ۶٪ خواننده دارد. آیندگان هم بنسبت کیهان در جوانها بیش از افراد مسن خواننده دارد. در گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله ۱۰٪ در گروه سنی ۴۹-۴۰ ساله ۴٪ و در گروه سنی ۵۹-۵۰ ساله ۱٪ خواننده دارد. خوانندگان

روزنامه جمهوری اسلامی در تمام گروههای سنی تقریباً " بیک اندازه است در گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله ۷٪ و در گروه سنی ۴۹-۴۰ ساله ۷٪ و در گروه سنی ۵۹-۵۰ ساله ۸٪ خواننده دارد .

در بررسی ما همچنین میان انتخاب روزنامه و سطح سواد همبستگی معنی داری بدست آمده است . خوانندگان روزنامه اطلاعات در تمام گروههای تحصیلی ابتدائی متوسطه و عالی تقریباً " بیک میزان است ، زیرا ۱۵٪ از ابتدائی و ۱۳٪ از افراد دیپلمه و ۱۴٪ از افراد لیسانس روزنامه مورد مطالعه خود را اطلاعات نام برده اند .

بررسی ما درباره روزنامه کیهان نشان می دهد که ۲۱٪ از گروه ابتدائی ۲۲٪ از گروه زیر دیپلم و ۱۸٪ از گروه دیپلمه و ۱۰٪ از گروه زیر لیسانس کیهان را به عنوان اولین روزنامه مورد علاقه خود نام برده اند این امر نشان می دهد که خوانندگان کیهان در گروههای پائین تحصیلی بیشتر از بالاست .

خوانندگان آیندگان برعکس بیشتر در بین سطوح تحصیلی از دیپلم ببالا و بویژه از لیسانس ببالا می باشد . در سطح زیر لیسانس ۱۳٪ و در سطح لیسانس ۴۶٪ و در سطح فوق لیسانس ۴۰٪ و در سطح دکترا ۲۴٪ اولین روزنامه مورد علاقه خود را آیندگان نام برده اند . خوانندگان روزنامه جمهوری اسلامی هم بیشتر در بین گروههای تحصیلی زیر دیپلم هستند و در سطوح تحصیلات عالی خوانندگان آن بسیار کم است .

بررسی ما درباره رابطه تمایل مذهبی و انتخاب روزنامه نشان می دهد از کسانی که مرتباً " نماز می گزارند ۷٪ روزنامه جمهوری اسلامی را می خوانند در حالی که این رقم در بین افرادی که گاهی و یا بندرت نماز می خوانند

۳٪ و آنها که شمار نمی‌خوانند ۲٪ است. از اینجهت می‌توان گفت که هرچه تمایل مذهبی شدت پیدا می‌کند علاقه به خرید روزنامه جمهوری اسلامی زیادتر می‌شود.

درباره آیندگان برعکس آنطور که بررسی ما نشان می‌دهد از بین کسانی که نماز خود را بطور مرتب می‌خوانند ۲٪ در بین کسانی که گاهی نماز می‌خوانند ۷٪ و کسانی که اصلاً نماز نمی‌خوانند ۳۸٪ این روزنامه را به عنوان اولین روزنامه مورد علاقه خود نام برده‌اند.

روزنامه‌های خبری مانند اطلاعات و کیهان همبستگی معنی‌داری با نمازگزاردن نشان نمی‌دهد. انتخاب روزنامه با میزان شرکت در نماز جماعت همبستگی نشان می‌دهد. از بین کسانی که بطور مرتب در نماز جماعت شرکت می‌کنند ۱۳٪ روزنامه جمهوری اسلامی را به عنوان اولین روزنامه نام برده‌اند در حالی که این درصد برای کسانی که گاهی در این مراسم شرکت می‌کنند ۱۰٪ و کسانی که بندرت شرکت می‌کنند ۶٪ و کسانی که اصلاً شرکت نمی‌کنند ۲٪ است. از بین کسانی که در نماز جماعت بطور مرتب شرکت می‌کنند کسی آیندگان را نمی‌خواند ولی در بین کسانی که گاهی شرکت می‌کنند ۱٪ و در بین کسانی که بندرت شرکت می‌کنند ۴٪ و در بین کسانی که هرگز شرکت نمی‌کنند ۱۴٪ این روزنامه را نام برده‌اند. در اینجا می‌توان گفت که همبستگی معکوس است. از بین شرکت‌کنندگان همیشگی نماز جماعت ۸٪ کیهان را به عنوان اولین روزنامه مورد علاقه خود نام برده‌اند، این رقم برای کسانی که گاهی در نماز جماعت شرکت می‌کنند ۲۰٪ و برای کسانی که بندرت شرکت

می‌کنند ۱۷٪ و آنها که اصلاً "شرکت نمی‌کنند ۱۷٪ است .
 بین میزان شرکت در نماز جماعت و خواندن روزنامه
 اطلاعات همبستگی معنی‌داری وجود ندارد .

۵-۴-۲- همبستگی گرایش سیاسی و انتخاب روزنامه

در بررسی ما نشان داده شده است که بین گرایش سیاسی
 و انتخاب روزنامه همبستگی معنی‌داری وجود دارد
 روزنامه جمهوری اسلامی در بین طرفداران حزب جمهوری
 اسلامی و کسانی که گرایش مشخصی سیاسی ندارند بیش از
 سایر گرایش‌ها خواننده دارد و در بین گرایش‌های چپ و
 لیبرال خواننده‌ای ندارد .

روزنامه آیندگان در بین ملی‌گراها و چپ‌گراها بیش از
 سایر گروه‌ها خواننده دارد .

طبیعی است که برخی از روزنامه‌ها با گرایش مشخصی
 سیاسی مانند کار و یا آهنگر همیشه بین چپ‌گراها
 خواننده دارد .

۵-۲- مجله

۱-۵-۲- میزان مطالعه مجله

میزان مطالعه بمراتب کمتر از روزنامه است . تنها ۴۶٪ از
 افراد مورد پرسش مجله می‌خوانند . بررسی سال ۵۳
 نشان می‌دهد که ۴۲٪ از افراد باسواد مجله می‌خواندند ،
 البته آنهم نه بصورت مستمر بلکه گاهگاه .
 بطور کلی می‌توان گفت که سیاسی‌شدن جامعه باعث شد
 توجه خوانندگان از مجله تاحدی کاسته و به روزنامه جلب
 شود .

۲-۵-۲- مجله‌های پرخواننده

در بررسی ما مجله‌های جوانان و زن‌روز و سپید و سیاه
 بیش از مجله‌های دیگر خواننده داشته است . چنانچه

بخواهیم مجله را از نظر میزان خواننده در جدولی به ترتیب میزان خواننده بیاوریم چنین می شود .

نام مجله	تعداد	درصد
۱- جوانان	۱۲۸	۲۸%
۲- زن روز	۱۱۶	۲۶%
۳- سپید و سیاه	۱۰۸	۲۴%
۴- تهران مصور	۴۶	۱۰%
۵- اطلاعات هفتگی	۴۴	۱۰%
۶- جوان	۳۴	۸%
۷- امید ایران	۲۸	۶%
۸- سروش	۱۸	۴%
۹- گزارش روز	۱۴	۳%
۱۰- اطلاعات بانوان	۱۳	۳%
۱۱- دانشمند	۱۲	۳%
۱۲- فردوسی	۱۰	۲%
۱۳- بهلول	۸	۲%
۱۴- خواندنیها	۷	۲%
۱۵- همه مجله ها	۱۰	۲%
۱۶- بدون جواب	۸	۲%

از جدول بالا چنین برمی آید که سه مجله جوانان ، زن روز و سپید و سیاه پرفروشترین مجله های هفتگی ایران هستند .

۳-۵-۲- مطالعه مجله و عوامل گوناگون

مطالعه مجله در بررسی ما با جنس خوانندگان همبستگی روشنی را نشان نمی دهد ولی با سن خوانندگان همبسته است . بدین صورت که در سنین جوان میزان مطالعه مجله ۵۶% در حالی که این میزان بتدریج با افزایش سن کاسته می شود ؛ در سنین بین ۲۰ تا ۲۹ سال ۵۱% در

سنین ۳۹ - ۳۰ سال ۴۴٪ و در سنین ۴۹ - ۴۰ سال به ۴۰٪ و در سنین ۵۹ - ۵۰ ساله به ۳۱٪ تقلیل پیدا می‌کند.

این دو بررسی نشان می‌دهد که خوانندگان مجله‌ها بیشتر در بین جوانان هستند.

مطالعه مجله با سطح تحصیلات همبستگی دارد. در میان افراد باسواد بدون مدرک ۲۹٪ مجله می‌خوانند و این رقم در بین افراد دارای تحصیلات ابتدائی به ۴۴٪ و در بین افراد دارای تحصیلات تا دیپلم ۵۶٪ و در بین دیپلمه‌ها ۵۹٪ و در بین افراد کمتر از لیسانس ۶۴٪ و در بین لیسانس‌ها ۶۸٪ و در فوق‌لیسانس ۴۷٪ و در گروه دکترا ۴۳٪ است. همانطور که ملاحظه می‌شود میزان مطالعه مجله همراه با سطح تحصیلات افزایش می‌یابد و تنها در سطح تحصیلات فوق‌لیسانس و دکترا است که تا حدی کاهش پیدا می‌کند.

آیا مطالعه مجله مانند سایر وسائل ارتباطی که تاکنون بررسی کرده‌ایم با عوامل دیگری مانند تمایلات مذهبی و یا گرایشهای سیاسی زندگی در محیط شهری یا روستائی همبستگی دارد؟

چنانچه بخواهیم رابطه بین میزان مطالعه مجله و محل زندگی خوانندگان در ۱۰ سال اول زندگی را مطالعه کنیم، می‌بینیم که آن دسته از خوانندگان که در محیط‌های روستائی زندگی کرده‌اند ۲۶٪ مجله می‌خوانند در حالی که دسته مشابه برای افرادی که در شهرهای کوچک متولد شده‌اند ۳۸٪ و برای افرادی که در شهرهای بزرگ متولد شده‌اند ۴۸٪ و برای افرادی که در تهران متولد و بزرگ شده‌اند ۵۲٪ است.

این ارقام نشان می‌دهد که با احتمال زیاد زندگی در محیط‌های شهری و بویژه شهرهای بزرگ (شاید بدین جهت که افراد دسترسی بیشتری به آموزش و وسائل ارتباط جمعی دارند) شوق و رغبت به مطالعه مجله را در افراد تشدید می‌کند . رابطه مطالعه مجله و تمایل مذهبی کمی پیچیده‌ترست بدین معنی که بین مطالعه مجله و میزان انجام مراسم مذهبی (نماز ، روزه ، نمازجماعت ، خمس و زکات) آنطور که بررسی ما نشان می‌دهد همبستگی وجود ندارد ولی بین میزان مطالعه مجله و طرز برخورد با زن همبستگی معنی‌دار است . بدین معنی که آن دسته از افرادی که با حجاب زن موافقند ۴۱٪ مجله می‌خوانند و از افرادی که با حجاب زن مخالفند ۵۸٪ . این نشان می‌دهد که تعداد خوانندگان مجله‌ها در بین گروههای مخالف حجاب بیشترند . بهمین ترتیب از بین کسانی که مخالف کارکردن زن هستند ۴۰٪ مجله می‌خوانند در حالی که رقم مشابه در بین موافقین کارکردن زنان ۵۲٪ است که بار دیگر بروشنی نشان داده می‌شود که طرز برخورد با زن در مطالعه مجله موثر است (شاید بدین جهت که در گروه دوم افراد تحصیل کرده بیشتر باشد) آیا میزان مطالعه مجله با گرایشهای سیاسی خوانندگان همبستگی دارد؟

بررسی ما نشان می‌دهد که درصد مجله‌خوان در بین افراد با تمایلات سیاسی چپ (فدائی) ۷۳٪ و در گروههای ملی‌گرا (جبهه ملی) ۷۳٪ و در گروههای لیبرال چپ (جبهه دمکراتیک) ۶۱٪ و در گروههای اسلامی (جمهوری اسلامی) ۴۳٪ و در گروههای طرفدار مجاهدین ۳۳٪ و در گروههای بدون عقیده سیاسی

شخصی ۲۵٪ است. آمار بالا نشان می‌دهد که در مجموع طرفداران تمایلات سیاسی چپ و ملی بیش از افراد دارای تمایلات سیاسی اسلامی مجله می‌خوانند و در این میان کمترین خوانندگان مجله در میان گروه‌های غیرسیاسی هستند.

۴-۵-۲- نوع مجله و عوامل گوناگون

آیا بین انتخاب مجله و عواملی مانند جنس، سن، تحصیلات، تمایلات مذهبی و سیاسی همبستگی وجود دارد؟

برای پاسخ باین پرسش این روابط را یک بیک مورد بررسی آماری قرار می‌دهیم در مورد جنس در جدولی که اولین مجله مورد علاقه نام برده شده است به جز مجلات خاص زنان مانند زن‌روز که نیز مجله زنان است و خوانندگان آن بیشتر زن هستند در بقیه موارد همبستگی معنی‌داری بین جنس خوانندگان و مجلات گوناگون پیدا نکردیم. زن‌روز در میان گروه مردان فقط ۵٪ بعنوان اولین مجله نام برده شده بود در حالی که در میان زنان ۱۴٪.

در حدود سن هم بیشتر در مورد مجله جوانان رابطه با سن دیده شده است بطوریکه خوانندگان آن بیشتر در بین جوانان هستند. این مجله گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله ۱۲٪ و در گروه سنی ۲۹-۲۵ ساله ۸٪ و در گروه سنی ۳۹-۳۵ ساله ۵٪ به عنوان اولین مجله نام برده شده بود. در گروه‌های سنی بالاتر این درصد ۱٪ و ۳٪ تنزل پیدا می‌کند. برای مطالعه رابطه میزان تحصیلات و انتخاب مجله ما چهار مجله جوانان، تهران‌مصور، سپید و سیاه و زن‌روز را که بیش از سایر مجله‌ها بعنوان اولین مجله نام برده‌اند انتخاب کرده‌ایم.

خوانندگان مجله جوانان در سطح ابتدائی ۷٪ در سطح زیر دیپلم ۳۱٪ و در سطح دیپلم ۷٪ است و در سطوح بالاتر داده‌های ما درصدی را نشان نمی‌دهد. این بدان معنی است که خوانندگان مجله جوانان بیشتر در سطح تحصیلی دبیرستانی هستند. مجله تهران مصور در سطح زیر دیپلم بوسیله ۵٪ بعنوان اولین مجله نام برده شده است، در سطح دیپلم ۶٪ در سطح زیر لیسانس ۱۰٪ و در سطح لیسانس ۱۴٪ و در سطح فوق‌لیسانس ۱۳٪. بدین ترتیب می‌بینیم که خوانندگان مجله تهران مصور بیشتر در بین افراد دارای تحصیلات عالی و دانشجویان است. مجله سپید و سیاه در سطح ابتدائی ۶٪ در سطح زیر دیپلم ۱۲٪ و در سطح دیپلم ۹٪ و در سطح زیر لیسانس ۱۰٪ و در سطح لیسانس ۱۸٪ و در سطح فوق لیسانس ۸٪ به عنوان اولین مجله مورد علاقه نام برده شده است خوانندگان این مجله بیشتر در بین دبیرستانی‌ها، دیپلمه‌ها و افراد تا سطح لیسانس است. بعبارت دیگر متوسط سطح تحصیلات خوانندگان این مجله بنظر می‌رسد از سطح تحصیلات مجله تهران مصور کمی پائین‌تر باشد ولی از سطح تحصیلات خوانندگان مجله جوانان بالاتر است.

در میان افراد دارای تحصیلات ابتدائی ۱۰٪ مجله زن روز را بعنوان اولین مجله نام برده‌اند. این رقم برای تحصیلات دیپلمه ۱۴٪ و در سطح زیر لیسانس ۵٪ و در سطح لیسانس و فوق ۷٪ است. در اینصورت بنظر می‌رسد که سطح تحصیلات خوانندگان این مجله بالاتر از مجله جوانان و پائین‌تر از مجله سپید و سیاه باشد.

آیا انتخاب مجله با تمایلات مذهبی و گرایشهای سیاسی

ارتباط دارد؟

بررسی ما نشان می‌دهد که انتخاب نوع مجله با تمایلات مذهبی تا حدی همبستگی دارد. برای مثال مجله تهران مصور از بین افرادی که مرتباً "نماز می‌خوانند" ۲٪ بعنوان اولین مجله مورد علاقه نام برده شده است این رقم برای افرادی که گاهی نماز می‌خوانند ۴٪ و برای کسانی که هرگز نماز نمی‌خوانند ۱۸٪ است. این داده‌ها نشان می‌دهد که خوانندگان این مجله در بین افراد غیرمذهبی بیشتر است. در مورد مجله جوانان از کسانی که مرتب نماز بخوانند ۸٪ این مجله را به عنوان اولین مجله انتخاب کرده‌اند در حالی که کسانی که گاهی نماز می‌خوانند ۷٪ که تفاوت معنی نباید باشد. به عبارت دیگر تمایلات مذهبی در انتخاب این مجله نقش مهمی ندارد.

از کسانی که نماز خود را مرتب می‌خوانند ۷٪ از مجله سپید و سیاه بعنوان اولین مجله نام برده‌اند، این رقم برای کسانی که گاهی نماز می‌خوانند ۱۳٪ و برای کسانی که بندرت نماز می‌خوانند ۱۵٪ و کسانی که اصلاً نماز نمی‌خوانند ۸٪ است که در مجموع می‌توان گفت کسانی که گرایش مذهبی معتدل دارند در بین خوانندگان این مجله تفوق دارند.

در مورد مجله زن‌روز در میان کسانی که نماز خود را مرتب می‌خوانند ۹٪ این مجله را به عنوان اولین مجله نام برده‌اند. و این رقم بین کسانی که گاهی نماز می‌خوانند ۷٪ و در بین کسانی که بندرت نماز می‌خوانند و یا نمی‌خوانند ۱۵٪ می‌باشد. زن‌روز گرچه قبل از انقلاب مجله زنانه تجدیدگرا بود و شاید بیشتر زنان متجدد و غیرمذهبی را جلب می‌کرد ولی بعد از انقلاب محتوای آن

تغییر کرده و بیشتر مذهبی شده است امروزه خوانندگان زن روز هم از مذهبی‌ها و هم غیرمذهبی تشکیل شده است و شاید هنوز هم افراد غیرمذهبی و تمایلات معتدل مذهبی بیش از افراد با تمایلات شدید مذهبی باشند .
 خوانندگان این مجله را در رابطه با شرکت در نماز جماعت شاید بشود بیشتر شناخت . از بین کسانی که مرتباً به نماز جماعت می‌روند ۴٪ این مجله را نام برده‌اند ، در حالی که در بین افرادی که گاهی و یا بندرت به نماز جماعت می‌روند ۷٪ و در بین کسانی که اصلاً نمی‌روند ۱۲٪ است که می‌توان گفت زنان که به نماز جماعت نمی‌روند بیش از سایر گروه‌ها جزء خواننده این مجله هستند .

داده‌هایی که در مورد مجله سپید و سیاه بدست آمده در رابطه با نماز جماعت نتایجی شبیه به زن‌روز دارد . از بین کسانی که مرتب به نماز جماعت می‌روند ۲٪ سپید و سیاه را به عنوان اولین مجله نام برده‌اند در حالی که در گروه‌هایی که به نماز جماعت نمی‌روند این رقم ۱۰٪ است .

انتخاب نوع مجله با برخورد با حجاب هم همبستگی دارد . در بررسی ما از بین طرفداران حجاب ۸٪ مجله جوانان را بعنوان اولین مجله نام برده‌اند این رقم برای کسانی که مخالف حجاب هستند ۴٪ است . در اینصورت خوانندگان مجله جوانان بیشتر در بین کسانی هستند که احتمالاً " تمایلات مذهبی بیشتری دارند .

در مورد مجله تهران مصور برعکس مخالفین حجاب ۱۲٪ و موافقین حجاب ۱٪ هستند که می‌توان گفت خوانندگان آن در بین افراد غیرمذهبی بیشتر از مذهبی است .

در مورد مجله سپید و سیاه و زن روز هم کم و بیش پیمایش وضع است. از میان موافقین حجاب ۶٪ مجله سپید و سیاه را بعنوان اولین مجله نام برده‌اند و این رقم در میان مخالفین حجاب ۹٪ است و از میان موافقین حجاب ۸٪ مجله زن روز را بعنوان اولین مجله نام برده‌اند در حالی که این رقم برای مخالفین حجاب ۱۵٪ است. در هر دو مورد بنظر می‌رسد که خوانندگان مخالف حجاب و احتمالاً "کمتر مذهبی" تفوق بیشتری دارند.

در اینجا باید توجه داشت که علی‌رغم این داده‌ها همبستگی بین تمایل مذهبی و نوع مجله ممکن است همبستگی واقعی نبوده بلکه عامل مهم همان سواد باشد. در تکمیل مبحث همبستگی تمایل مذهبی و انتخاب مجله در بررسی ما همبستگی بین انتخاب و نوع مجله و شاخص مذهبی بودن محاسبه شده است. جدول متقاطع شاخص مذهبی بودن و نوع مجله مورد علاقه نشان می‌دهد که بیشترین خوانندگان مجله جوانان (۵۳٪) دارای تمایل مذهبی متعدلی هستند، در حالی که ۲۰٪ از کسانی که جوانان را بعنوان اولین مجله مورد علاقه خود نام برده‌اند دارای تمایل مذهبی کم و ۲۰٪ دارای تمایل مذهبی شدید بوده‌اند.

در مورد مجله تهران‌مصور ۹۱٪ از کسانی که این مجله را به عنوان اولین مجله مورد علاقه نام برده‌اند دارای تمایل مذهبی کمی هستند و از کسانی که تمایل مذهبی معتدل بوده‌اند ۱۲٪ این مجله را نام برده‌اند و از افرادی که تمایل شدید مذهبی بوده‌اند فقط ۲/۵٪، پس

خوانندگان این مجله اکثراً "تمایل مذهبی کمی" دارند. از کسانی که تمایل مذهبی کمی داشته‌اند ۵۶٪ مجله سپید و

سیاه را به عنوان اولین مجله مورد علاقه نام برده‌اند در حالی که اس درصد برای کسانی که تمایل مذهبی معتدل بوده‌اند ۵۳٪ و برای کسانی که تمایل مذهبی شدید داشته‌اند ۳۸٪ است . پس خوانندگان مجله سپید و سیاه غالباً " یا تمایل مذهبی کمی دارند و یا با تمایل معتدل مذهبی می‌باشند .

درباره مجله زن‌روز می‌توان گفت که از بین افرادی که تمایل کم مذهبی دارند ۴۱٪ این مجله را به عنوان اولین مجله مورد علاقه خود نام برده‌اند در حالی که این درصد در گروه دارای تمایل معتدل مذهبی ۶۲٪ و در گروه دارای تمایل شدید مذهبی ۳۱٪ است . پس خوانندگان این مجله غالباً " دارای تمایل مذهبی معتدل هستند

۲-۶- کتاب

۱-۲-۶- مطالعه کتاب

در بررسی ما ۶۱ درصد از پاسخگویان ادعا کرده‌اند که کتاب می‌خوانند البته این بدان معنی نیست که مرتباً " و منظملاً " مطالعه می‌کنند ، بلکه منظور اینست که گاه و بیگاه کتاب هم مطالعه می‌کنند . باتوجه به نبود عادت مطالعه در ایران ، رقم فوق تاحدی غیرعادی جلوه می‌کند ، ولی اگر به نوع کتابهایی که خوانده می‌شود نظری بیافکنیم شاید این رقم باورپذیرتر جلوه کند ، چرا که در اینجا هر نوع کتابی حتی کتب مذهبی هم که خواندن آن تکلیف دینی محسوب می‌شود بحساب آمده است . معهذا باتوجه به بررسی سال ۱۳۵۳ که در آن ۵۱٪ از باسوادان گاه و بیگاه کتاب می‌خواندند ، آمار

بررسی حاضر حاکی از افزایش چشم گیر میزان علاقه‌مندان به کتاب است . افزایش تیراژ کتاب هم گواهی است براین مدعا ، منتهی باید پرسید که آیا این اشتیاق به مطالعه شامل تمام انواع کتب بوده یا نوع خاصی مورد توجه قرار داشته است . بررسی ما نشان می‌دهد که این تنها شامل کتب ایده‌ئولوژیکی و مذهبی بوده است .

۲-۶-۲- نوع کتاب‌های مورد مطالعه

در بررسی ما کتب دکتر علی شریعتی و کتب مذهبی مانند قرآن ، نهج‌البلاغه و رساله‌های آیت‌اله خمینی بیش از سایر انواع کتب نام برده شده‌اند . چنانچه بخواهیم کتب مورد مطالعه را از نظر میزان خواننده دسته‌بندی و مرتب کنیم به طبقه‌بندی جدول شماره ۷ دست می‌یابیم .

جدول شماره ۷
نوع درصد انواع کتاب‌های مورد مطالعه

کتاب مورد مطالعه	درصد
دکتر علی شریعتی	۱۷/۲
مذهبی (قرآن ، نهج البلاغه ، رسالات آیت‌اله خمینی . . .)	۱۶/۹
درسی و علمی (دانشگاهی ، دبیرستانی)	۱۰/۲
رمان - سیاسی (مانند سقوط ۷۹)	۹/۱
ایده‌ولوژیکی - فلسفی	۵/۵
داستانی	۴/۱
انقلابی	۳/۸
کتاب مطهری	۲/-
اقتصادی - ایده‌ولوژیکی	۲/-
ادبی و رمان	۲/-
تاریخی	۰/۶/-
سایر کتب	۵/-

همانطوریکه جدول بالا نشان می‌دهد کتاب‌های مذهبی - ایده‌ولوژیکی مانند کتاب‌های دکتر علی شریعتی بیش از هر نوع کتاب دیگری خواننده داشته است .

۳-۶-۲- مسئله کتاب در رابطه عوامل گوناگون

بررسی ما نشان می‌دهد که مردان در مجموع بیش از زنان کتاب می‌خوانند همینطور میزان کتاب خواندن با سن همبستگی معکوس دارد ، یعنی با افزایش سن از میزان مطالعه کتاب کاسته می‌شود . البته باید توجه داشت که این بررسی در شرائط خاصی از تحول جامعه ایران انجام شده است که در آن جامعه بشدت سیاسی شده است و کتابهای سیاسی - ایده‌ولوژیکی خوانندگان زیادی پیدا کرده است . از اینجهت طبیعی است که جوانان اهمیت بیشتری به مطالعه این نوع کتاب از خود نشان می‌دهند .

مطالعه کتاب با سطح تحصیلات همبستگی مستقیمی از خود نشان می‌دهد ، بدین معنی که با افزایش تحصیلات میزان مطالعه کتاب هم‌افزایش پیدا می‌کند . مطالعه کتاب با محیط اولیه زندگی هم همبستگی دارد باین ترتیب که افرادی که ۱۰ سال از عمر خود را در شهرهای بزرگ بویژه تهران گذرانده‌اند بمراتب بیش از افراد متولد شده در روستاها و یا شهرهای کوچک به مطالعه کتاب رغبت نشان می‌دهند . میزان مطالعه کتاب در رابطه با تمایلات مذهبی هم همبستگی نشان می‌دهد . در بررسی ما از میان کسانی که نماز خود را بطور مرتب می‌خوانند ۵۹٪ کتاب می‌خوانند در حالی که این رقم برای کسانی که گاهگاه نماز می‌خوانند ۶۵٪ و برای کسانی که نماز نمی‌خوانند و یا بندرت نماز می‌خوانند ۸۱٪ است . این امر نشان می‌دهد که میزان مطالعه کتاب همبستگی معکوس را با شدت تمایلات مذهبی نشان می‌دهد . البته باید توجه داشت که معلوم نیست رابطه حقیقی با سن این دو عامل وجود داشته باشد ، و شاید این همبستگی یک همبستگی ظاهری باشد و در این میان تحصیلات نقش اساسی را ایفا کند . بدین معنی از آنجا که میزان بی‌سوادان و کم‌سوادان در میان افراد با تمایلات مذهبی شدید ، بیشتر است بعید نیست که وجود همین افراد باعث شده است تا میزان مطالعه کتاب در بین گروه با تمایلات مذهبی شدید کمتر باشد .

همین همبستگی معکوس بین میزان مطالعه و شرکت در نماز جماعت بچشم می‌خورد . از کسانی که مرتباً در نماز جماعت شرکت می‌کنند ۴۶٪ کتاب مطالعه می‌کنند در حالی که در بین افرادی که گاهی به نماز جمعه می‌روند

۶۸٪ و از سن کسانی که بندرت نماز می‌خوانند و یا نماز نمی‌خوانند ۶۱٪.

میزان مطالعه کتاب با نگرش افراد به موقعیت زن در جامعه هم همبستگی نشان می‌دهد. در بررسی ما از بین کسانی که موافق با حجاب زن هستند ۵۶٪ کتاب می‌خوانند در حالی که از کسانی که مخالف حجاب هستند ۷۴٪. بدین ترتیب بنظر میرسد که در اینجا هم افراد با تمایلات مذهبی کمتر کتاب می‌خوانند. همین همبستگی در پرسش مربوط به کارکردن زن در خارج از خانه هم دیده می‌شود. از بین کسانی که مخالف کارکردن زن در خارج از خانه هستند ۵۰٪ کتاب می‌خوانند، در حالی که از بین افرادی که فقط با کارکردن زن در محیط‌های زنانه موافق هستند ۵۴٪ و در بین افرادی که موافق کار کردن زن هستند ۶۸٪ می‌باشد.

۴-۶-۲- نوع کتاب در رابطه با عوامل گوناگون

در بررسی ما بین انتخاب نوع کتاب و سن همبستگی وجود دارد. کتابهای دکتر شریعتی در بین جوانان ۱۹-۱۵ ساله ۲۲٪ در حالی که این رقم در بین افراد ۲۹-۲۰ ساله ۱۳٪ و در بین افراد ۳۹-۳۰ ساله ۱۳٪ و در بین افراد ۴۹-۴۰ ساله ۱۱٪ و در میان گروه سنی ۵۹-۵۰ ساله ۶٪ خواننده دارد. پس بروشنی دیده می‌شود که خوانندگان کتابهای شریعتی بیشتر در بین جوانان است. کتابهای سیاسی مانند سقوط ۷۹ هم باز بیشتر در بین جوانان خواننده دارد. در بین گروههای سنی ۱۹-۵۰ ساله خوانندگان این نوع کتابها ۱۵٪ در حالی که در گروههای سنی ۲۹-۲۰ ساله ۸٪ و در گروههای ۳۹-۳۰ ساله ۵٪ و در گروههای ۴۹-۴۰ ساله ۲٪ است.

کتابهای مذهبی در تمام گروههای سنی با کمی اختلاف تقریباً " به یک میزان خواننده دارد در گروههای سنی ۱۹-۱۵ ساله ۱۲% و در گروههای سنی میانه ۱۳% و در گروه سنی ۵۹-۵۰ ساله ۱۷% است . بدین ترتیب در گروههای سنی بالا خواننده آن کمی بیشتر از گروههای جوانتر است . مطالعه کتاب در رابطه با تحصیلات هم همبستگی دارد . کتابهای دکتر شریعتی در بین افراد دارای تحصیلات ابتدائی ۱۲% در بین افراد دارای تحصیلات زیر دیپلم ۱۶% و در بین افراد دیپلمه ۲۴% و در بین افراد زیر لیسانس ۲۳% و افراد لیسانس ۱۴% خواننده دارد . این بدان معنی است که خوانندگان کتابهای شریعتی بیشتر در سطوح تحصیلی افراد دیپلمه و دانشجوی هست . در مورد کتابهای سیاسی از بین افراد دارای تحصیلات ابتدائی ۳% و در گروههای زیر دیپلم ۱۰% و در گروه با تحصیلات دیپلم ۶% و در گروه با تحصیلات زیر لیسانس ۱۱% و در گروه لیسانس ۷% در گروه فوق لیسانس ۲۷% و در گروه دکتر ۱۴% خواننده دارد .

بدین ترتیب کتابهای سیاسی در گروه با تحصیلات عالی بیش از سایر گروهها خواننده دارد .

کتابهای مذهبی در گروه با تحصیلات ابتدائی ۲۲% در گروه با تحصیلات زیر دیپلم ۱۴% و دیپلمه ۱۰% و دانشجویان ۸% و لیسانس ۱۱% و فوق لیسانس ۱۳% خواننده دارد . بدین ترتیب ملاحظه می شود که کتب مذهبی بیشتر در بین افراد دارای تحصیلات ابتدائی و تاحدی هم در بین افراد دارای تحصیلات عالی خواننده دارد .

نوع کتاب با منشأ روستائی و شهری خوانندگان

هم همبستگی دارد . از بین کسانی که در روسا متولد شده‌اند ۳/۴٪ کتابهای شریعتی را می‌خوانند در حالی که این رقم برای کسانی که در شهرهای بزرگ و مراکز استان متولد شده‌اند ۱۲٪ و برای کسانی که در تهران متولد شده‌اند ۱۷٪ است . پس افرادی که از شهرهای بزرگ بویژه شهر تهران متولد شده‌اند بیشتر به کتابهای شریعتی ابراز علاقه کرده‌اند .

در مورد کتابهای سیاسی هم همین وضع صادق است . در بین روستازادگان ۲٪ از کتابهای سیاسی نام برده‌اند این رقم برای کسانی که در شهرهای کوچک زاده شده‌اند ۴٪ و کسانی که در شهرهای بزرگ متولد شده‌اند ۴٪ و کسانی که در تهران متولد شده‌اند ۹٪ است .

از کتابهای مذهبی در بین روستازادگان ۲۳٪ نام برده شده است در حالی که این رقم برای گروه دوم ۸٪ برای گروه سوم ۹٪ و برای گروه چهارم یعنی کسانی که در تهران متولد شده‌اند ۱۴٪ است که در اینصورت روستازادگان بیش از سایرین به کتابهای مذهبی علاقه نشان داده‌اند . آیا بین تمایلات مذهبی و انتخاب نوع کتاب رابطه‌ای وجود دارد؟

بررسی ما نشان می‌دهد که چنین رابطه‌ای وجود دارد . از بین کسانی که مرتباً " نماز می‌گذارند ۱۵٪ کتابهای شریعتی را مطالعه می‌کنند . در حالی که این رقم برای افرادی که گاهی نماز می‌خوانند ۲۳٪ و برای کسانی که بندرت نماز می‌خوانند ۳٪ و برای کسانی که اصلاً " نماز نمی‌خوانند ۹٪ است . پس در مجموع کسانی که تمایلات مذهبی دارند بیش از آنها که تمایلات مذهبی ندارند به کتابهای شریعتی علاقه نشان می‌دهند ولی باید توجه

داشت آن دسته که تمایلات مذهبی دارند کمتر از آن گروه که تمایلات ضعیف مذهبی دارند به کتابهای شریعتی علاقمند هستند ، به عبارت دیگر بیشتر خوانندگان کتابهای شریعتی را افراد مذهبی تشکیل می‌دهند که دارای گرایش شدید نیستند و اعمال مذهبی را بطور مرتب انجام نمی‌دهند .

کتابهای سیاسی را از افرادی که مرتباً " نماز می‌گذارند ۴٪ و از افرادی که گاهی نماز می‌گذارند ۷٪ و از کسانی که بندرت نماز می‌گذارند ۱۴٪ و از گروهی که نماز نمی‌گذارند ۱۶٪ نام برده‌اند . در اینصورت افراد دارای تمایلات مذهبی نیز به این نوع کتابها علاقه نشان می‌دهند .

برعکس مطالعه کتابهای مذهبی با شدت تمایلات مذهبی همبستگی دارد . افرادی که مرتباً " نماز می‌خوانند ۱۸٪ و کسانی که گاهی نماز می‌خوانند ۷٪ و کسانی که بندرت نماز می‌خوانند ۱۰٪ و کسانی که نماز نمی‌خوانند ۳٪ کتابهای مذهبی مطالعه می‌کنند .

در مورد میزان شرکت در نماز جماعت و انتخاب کتاب همبستگی وجود دارد . از میان افرادی که مرتباً " در نماز جماعت شرکت می‌کنند ۱۱٪ کتابهای شریعتی را می‌خوانند این رقم برای کسانی که گاهی در این مراسم شرکت می‌کنند ۱۸٪ و برای کسانی که بندرت شرکت می‌کنند ۱۸٪ و برای کسانی که اصلاً " شرکت نمی‌کنند ۱۳٪ است . در اینصورت خوانندگان کتابهای شریعتی در میان افرادی که در نماز جماعت شرکت می‌کنند بیشتر از آنهاست که شرکت نمی‌کنند ولی گروههای با تمایلات مذهبی شدید (که مرتباً " در نماز جماعت شرکت می‌کنند)

کمتر از آن دسته که گاهگاه شرکت می‌کنند (با تمایلات مذهبی معتدل) و از کتابهای شریعتی استقبال می‌کنند . کتابهای مذهبی در گروههایی که مرتبا " در نماز جماعت شرکت می‌کنند ۲۵٪ خواننده دارد ولی این رقم در گروه دوم ۲۲٪ در گروه سوم ۱۳٪ و در گروه چهارم که در نماز جماعت شرکت نمی‌کنند ۹٪ است .

تقریبا " مشابه رابطه‌ای که بین نمازگزاری و انتخاب نوع کتاب وجود داشت در مورد روزه گرفتن هم بچشم می‌خورد . از بین کسانی که مرتبا " روزه می‌گیرند ۱۵٪ کتابهای شریعتی را انتخاب کرده‌اند در حالی که این رقم برای کسانی که گاهی نماز می‌خوانند ۱۷٪ و کسانی که بندرت نماز می‌گذارند ۱۵٪ و آنها که نماز نمی‌گذارند ۱۱٪ است .

از طرف دیگر انتخاب کتاب با برخورد با موقعیت زن در جامعه هم همبستگی دارد . در بررسی ما آن دسته که با حجاب زن موافقند ۱۵٪ خواننده دارد و در میان مخالفین با حجاب ۱۲٪ و در کسانی که بی‌تفاوت هستند ۱۱٪ است . از این جهت بنظر می‌رسد که گروه اول بیشتر به کتابهای شریعتی رغبت دارند .

در بین موافقین با حجاب کتابهای سیاسی ۵٪ خواننده دارد . در حالی که میان مخالفین با حجاب ۱۲٪ و بی‌تفاوتها ۶٪ که در اینصورت بنظر می‌رسد که مخالفین حجاب به کتب سیاسی علاقمند هستند .

برعکس در مورد کتب مذهبی طرفداران حجاب ۱۷٪ از آن نام برده‌اند این رقم برای مخالفین حجاب ۵٪ و بی‌تفاوتها ۹٪ است .

چنانچه بخواهیم همبستگی میان شاخص مذهبی بدان را

با انتخاب کتاب بررسی کنیم ، پژوهش ما نشان می‌دهد که بیشترین درصد خوانندگان کتابهای شریعتی در بین کسانی هستند که شاخص مذهبی بودن آنها بین ۱۲ تا ۸٪ (با تمایل مذهبی معتدل) بیشترین درصد خوانندگان کتابهای مذهبی در بین افرادی است که شاخص مذهبی آنها بین ۱۸ تا ۲۴ (با تمایل مذهبی شدید) است . و بیشترین خوانندگان کتابهای سیاسی و علمی در بین ۶ تا ۱۱ (با تمایل مذهبی ضعیف) است .

درباره همبستگی میان گرایشهای سیاسی و انتخاب کتاب آنچه بررسی ما نشان می‌دهد آنست که کتابهای شریعتی در بین طرفداران حزب جمهوری اسلامی با ۱۷٪ بیش از سایر گروههاست ، این کتابها تاحدی بین گروههای ملی‌گرا (جبهه ملی ، جبهه دمکراتیک) هم خواننده دارد کتابهای سیاسی در بین طرفداران جبهه دمکراتیک ۲۷٪ و در بین سوسیالیستها ۲۳٪ و فدائی‌ها ۲۰٪ به ترتیب خوانندگان بیشتری از سایر گروهها دارد . کتب مذهبی هم بین مجاهدین و طرفداران حزب جمهوری اسلامی بیش از سایر گروهها خواننده دارد .

رضایت اجتماعی

رضایت اجتماعی از مفاهیم بسیار پیچیده است که مرکب از عوامل بسیار متنوعی است و مشکل اساسی بررسی در آن یافتن ضابطه‌های دقیقی است که در جامعه، شخصی از حداقل روائی برخوردار باشد. با توجه به اینکه انجام مطالعات تجربی در این زمینه در کشور ما حداقل بسیار کم سابقه است در بررسی حاضر سعی ما بر آن بود که در این زمینه دست به تجربه بزنیم، هر قدر که این بررسی حالت مقدماتی و احتمالا "نادقیق" داشته باشد. اشکال عمده، شاخصهایی که در این زمینه غالبا "مورد استفاده می‌باشد این است که در اکثر موارد با پاسخهای قالبی و به اغلب احتمال محافظه کارانه و یا جهت دار پاسخگویان همراه است و این امر سبب می‌شود که از قاطعیت یافته‌های علمی در این زمینه کاسته شود. با توجه به این مسائل رضایت اجتماعی را از دو طریق مورد بررسی قرار دادیم که یکی از آنها طرح سئوالات شخصی در زمینه رضایت نسبت به ابعاد مختلف زندگی اجتماعی بود، و دیگری ساختن شاخص رضایت اجتماعی با ترکیب میزان رضایت اجتماعی در چند زمینه از حیات اجتماعی (درآمد، شغل و ...).

۱-۳- سطح کلی رضایت: با توجه به اینکه شاخص رضایت بر اساس ضابطه تعیین شده می‌تواند بین ۶ (نارضایی) تا ۱۸ (رضایت) در نوسان باشد اطلاعات ما حاکی از وجود میانگین رضایت برابر با ۱۴/۹۴ (انحراف معیار برابر با ۳/۱۰۱) و میانه ۱۵/۸۰ می‌باشد که ظاهرا "حاکی از رضایت کلی بالنسبه قابل توجهی است. توجه مختصری به این شاخص در رابطه با جنس پاسخگویان واقعیت است که در سطوح رضایت نسبی (تا میزان حداکثر ۶= شاخص رضایت) مردان اکثریت دارند، لکن در سطوح بالاتر (۱۸ بخصوص) نسبت زنان افزایش قابل ملاحظه‌ای پیدا می‌کند. به عنوان مثال در حالی که

شاخص رضایت ۱/۲۶٪ از مردان ۱۸ است ، این نسبت در میان زنان برابر با ۳۳٪ می باشد . رضایت اجتماعی در گروههای جوان و میان سال کمتر از گروه سالمند و بزرگسال است . رضایت اجتماعی کمتر در گروه جوان را احتمالا " با شرایط خاص این گروه در حال حاضر و بحران بیکاری باید در رابطه قرار داد . میزان رضایت رابطه معکوسی با سطح تحصیلات دارد . به موازات افزایش سطح تحصیلات از میزان رضایت اجتماعی کاسته می شود . به عنوان مثال ۷/۴۲٪ از کسانی که دارای بالاترین میزان رضایت هستند حداکثر دارای مدرک ششم ابتدایی هستند و حال آنکه فقط ۳/۶٪ از این گروه دارای تحصیلات در سطح لیسانس هستند . رابطه معنی داری در جهت معکوس میان رضایت و تعداد اطاقهایی که در اختیار خانوار است (به عنوان بازتابی از وضع اقتصادی) وجود دارد (ضریب گاما = ۱۷۸/۵) . هرچند که علی الاصول باید رابطه میان تعداد اطاق و تعداد افراد خانوار را نیز در نظر داشت ، برخلاف انتظار ، بررسی ما رابطه‌ای را میان سطح رضایت اجتماعی با سطح درآمد نشان نمی دهد ، چرا که شاخص رضایت مرکب از عوامل مختلفی است که رضایت از درآمد فقط یکی از ابعاد آن است . از طرف دیگر در این مورد مشاهده می کنیم که رضایت اجتماعی کمتر را بیشتر باید در خانواده‌های با ابعاد وسیع تر (که تعداد فرزندان به طور قطع مهمترین جنبه آن است) سراغ گرفت .

به منظور اصلاح ایراداتی که ممکن است از طریق پرسش مستقیم درباره جنبه‌های مختلف رضایت نتیجه شود (از طریق به دست آوردن پاسخهای قالبی) موضوع را به شکل دیگری مطرح کردیم و با طرح این سؤال که : " اگر به فرض محال امکان داشت زندگی را دوباره شروع کنید آیا همین راهی را که تا به حال رفته‌اید طی می کردید یا راه دیگری را برای زندگی کردن انتخاب می کردید ؟ " به این واقعیت برخوردیم که افراد در دو گروه بالنسبه مساوی تقسیم شدند . با

اینکه ۴۵/۹٪ از پاسخگویان اظهار داشتند که به همین راه ادامه خواهند داد اما اندکی کمتر از این گروه که برابر با ۴۴/۵٪ است با توجه به وضع فعلی خود اعلام کردند که ترجیح می‌دادند به راه دیگری می‌رفتند (که با اندک مسامحه‌ای می‌توان آنها را در حکم گروه ناراضی تلقی کرد) . نسبت زنانی که از وضع خود ابراز رضایت می‌کردند از مردان بیشتر است ، که احتمالاً " چنانچه متغیرهایی نظیر شغل و یا میزان سواد به عنوان متغیر واسطه بر این رابطه افزوده شوند ممکن است نتیجه تا حدودی عوض شود . با توجه به احتمال دخالت عامل سن در نوع پاسخها بررسی ما حاکی از این است که رابطهای میان این دو متغیر وجود ندارد . با افزایش سطح تحصیلات بر نسبت کسانی که ترجیح می‌دادند که راه دیگری را برای زندگی انتخاب می‌کردند افزایش می‌یابد .

۲-۳- رضایت از درآمد : حدود نیمی از جمعیت مورد مراجعه ، (۵۰/۶٪) از وضع درآمد خود و یا خانوارشان اظهار رضایت کردند ، و در مقابل نسبت دو گروه دیگری که یا چندان رضایتی نداشتند و یا اصولاً " ناراضی بودند به ترتیب برابر با ۲۲٪ و ۲۱/۲٪ بود . البته در این مورد باید توجه داشت که ما فقط میزان درآمد را مورد پرسش قرار داده بودیم و به رابطه آن با هزینه‌ها توجه نکردیم . بدیهی است که نسبت ناراضیان در میان مردها به علت مسئولیت‌های خاص آنان بیشتر باشد (و با در نظر گرفتن بالاتر بودن میزان اشتغال آنها) با توجه به افزایش سن و درگیری بیشتر با مسائل خاص اداره خانواده ، نسبت عدم رضایت و یا رضایت نسبی در میان گروههای بزرگسال بیشتر از جوانان است که احتمالاً " نسبت قابل توجهی از آنان در حالت اشتغال نیستند و به طور غیر مستقیم دست به داوری زده‌اند . با توجه به عدم توازن کلی موجود در سطح کشور در زمینه سطح سواد و درآمد مشاهده می‌کنیم که نسبت رضایت از درآمد در گروههایی که بی سواد و یا کم سواد هستند و نیز در گروههای

بالا تر از لیسانس در مقایسه با سایر گروهها (حد تحصیلی میان این دو) کمتر است ، و رابطه معنی داری میان دو متغیر وجود دارد ($0/05$)^۱ . بالاترین میزان عدم رضایت را در میان کارمندان متوسط (که اغلب آنها احتمالا " در استخدام دولت هستند) مشاهده می کنیم و در مرتبه بعد از آنها کارگران قرار دارند . با اینکه سطح درآمد کارگران به طور کلی از کارمندان کمتر است ولی به علت تفاوت کلی در شیوه زندگی این دو گروه عدم رضایت در میان کارمندان متوسط بیشتر جلوه گر می شود . باید اضافه کنیم که وجود رابطه آماری ($0/001$) میان میزان ماهانه درآمد خانوار و میزان رضایت فردی از درآمد مبین روائی نسبی اطلاعات ما در این زمینه است .

۳-۳- رضایت شغلی : نسبت کسانی که اظهار داشتند از وضع شغلی خود رضایت دارند برابر با $61/6\%$ است و بقیه در مراتب بعدی از نارضایتی قرار دارند . میزان نارضایتی به علل گوناگونی در میان مردان شدت بیشتری دارد . آزمون آماری فرض وجود رابطه میان سطح تحصیلات و رضایت از کار را تأیید می کند به نحوی که در گروههای با تحصیلات بالاتر به طور کلی سطح نارضایتی بیشتر است . در شرایطی که در گروههای بی سواد و با تحصیلات حداکثر تا ششم ابتدایی نسبت نارضایتی حدود 12% است در گروهی که تحصیلات در سطح فوق لیسانس است این نسبت به 40% می رسد . احتمالا " تاثیرات همین نوع رابطه است که در مورد وضع شغلی نیز مشهود است . نسبت عدم رضایت شغلی کارگران برابر با $13/6\%$ است و حال آنکه در میان کارمندان این نسبت به $16/6\%$ افزایش می یابد . از سوی دیگر رضایت از کار در گروههای متوسط درآمد از سایر گروهها بیشتر است .

۱- سطح احتمال معنی دار بودن در آزمون ، یا به عبارت ساده تر یعنی اگر رابطه بین دو متغیر مورد نظر در سطح 5% مورد آزمون قرار گیرد رابطه معنی دار می باشد .

۳-۴- رضایت خانوادگی : در مقایسه با سایر ابعاد رضایت اجتماعی ، رضایت از خانواده در سطح بالاتری قرار دارد و بر اساس اطلاعات ما ۸۵/۵٪ از پاسخگویان از خانواده خود ابراز رضایت کرده‌اند . گروه کاملاً " ناراضی بالنسبه اندک است و ۵٪ از پاسخگویان را شامل می‌شود و بقیه در حد میانی از رضایت قرار دارند . ناراضایی از شرایط خانواده در میان زنان آشکارا از مردها بیشتر است که این مسئله با شرایط خاص زنان در جامعه در ارتباط است . در گروههای بی‌سواد و کم‌سواد ، از سویی و گروههای در سطح تحصیلات عالی از سوی دیگر (به علت شرایط خاصی که بر خانواده هر گروه حاکم است) نسبت عدم رضایت به نحو محسوسی از گروههایی که در حد میانی از نظر تحصیلات قرار دارند (حدود دیپلم و لیسانس) بیشتر است .

۳-۵- رضایت از وضع تندرستی : در این زمینه نیز رضایت در حد قابل توجهی است و به حدود ۸۵/۹٪ می‌رسد و نسبت گروه ناراضی و تا حدودی ناراضی برابر با ۸۱/۷٪ است که در برگیرنده بیماران و افراد نیمه بیمار است . رضایت از وضع تندرستی احتمالاً " به علت غلبه گرایشهای مرد سالارانه در جامعه و برخورداری بیشتر از بهداشت و درمان در میان آنها بیشتر است و رابطه آماری در این مورد (جنس و رضایت از تندرستی) معنی‌دار است ($P < 0/01$) . طبیعی است که همراه با افزایش سن از میزان رضایت از تندرستی کاسته می‌شود ، خاصه در شرایطی که می‌دانیم عدم تساوی شرایط اقتصادی در برخورداری از امکانات بهداشتی و درمانی اثرگذار است . در این مورد رابطه خیلی مشخصی میان روند افزایش سطح تحصیلات و میزان رضایت از وضع تندرستی مشاهده نمی‌شود ، اما فعالیت شغلی عامل خیلی مهمی است . کارگران به طور کلی از سطح کمتری از استانداردهای تندرستی برخوردارند و گروه بازنشسته به علت موقعیت خاص سنی و اضافه شدن نارسایی‌های اقتصادی در شرایط نامناسب‌تری قرار دارند . به جهت اهمیت عوامل اقتصادی است که مشاهده می‌شود

در گروههایی که سطح درآمد خانوار بیشتر است اظهار عدم رضایت از وضع تندرستی به مراتب کمتر است .

بخش چهارم

ارزشها و هنجارهای اجتماعی

نظر به اهمیت دگرگونی ارزشهای اجتماعی و تأثیر آن در ساخت اقتصادی و اجتماعی جامعه، چند جنبه خاص را که در جامعه کنونی ما دارای اهمیت هستند - در رابطه با محیط اجتماعی (خرد و کلان) و از دیدگاه انعکاس تأثیرات جمعی در رفتارها و نگرشهای فردی - مورد بررسی قرار دادیم. با توجه به اینکه ارزشها و هنجارها در ذهنیت فرد و نیز در رابطه با ارتباط او با دیگران تجلی می‌یابد پرسشها به نحوی تدوین گردید که حتی‌المکان به نحوی غیر مستقیم بازگو کننده این ابعاد باشد.

۱-۴- ارزشهای اجتماعی و زندگی فردی: به هنگامی که سؤال کردیم "از میان موارد زیر (سلامتی، فرزند، خشنودی، ثروت، زیبایی، داشتن همسر) کدامیک برای شما مهمتر است؟" و در حالی که افراد می‌بایستی فقط یکی از این موارد را تعیین کنند، تندرستی به عنوان مهمترین مورد توسط ۸۳/۹٪ از افراد انتخاب شد، و بقیه موارد با اختلاف بسیار فاحشی به ترتیب اهمیت نسبی عبارت بودند از داشتن فرزند، داشتن همسر و احساس خشنودی. نسبت کسانی که بر اهمیت سایر ارزشها تکیه کردند برابر با ۵/۸٪ گردید. در مجموع تکیه زنان بر تندرستی و داشتن فرزند بیشتر است و در مورد بقیه ارزشهای مذکور در فوق تفاوت قابل توجهی میان آنان دیده نمی‌شود (به علت گرایش اکثریت قابل توجه گروه مورد بررسی به تندرستی). به موازات افزایش سن، بر اهمیت فرزند داشتن افزوده می‌گردد، که بی‌شک با نقش اجتماعی و اقتصادی فرزند در جامعه ایرانی در رابطه است. در مورد تندرستی رابطه خیلی زیادی با سن پاسخگو مشهود نیست و همه گروههای سنی برای آن اهمیت زیاد قائل هستند. بررسی انجام شده توسط پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران^۱

۱- اسدی، علی و همکاران. گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران. تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، ۱۳۵۶، ص ۱۲۸-۱۲۴.

در سال ۱۳۵۳ در سطح مناطق روستایی و شهری کشور (۲۳ شهر و ۵۲ روستا) نشان می‌دهد که مواردی مانند سلامتی ، خانواده خوب ، و ثروت به ترتیب ۷۲٪ ، ۳۰٪ و ۲۷٪ از پاسخها را به خود اختصاص داده‌اند ، که همگی ابعاد کاملاً " فردی دارند . با اینکه به علت تفاوت محتوای سؤال مورد بحث با پرسش ما در بررسی حاضر ، تفاوت‌های قابل توجهی موجود است و امکان مقایسه کامل این دو نتیجه فراهم نیست ، اما در عین حال ترکیب اصلی گرایشها شباهت بسیاری دارد ، در هر دو بررسی زنان اهمیت بیشتری به خانواده و فرزند می‌دهند . اشاره‌ای به بررسی مشابهی که در سال ۱۹۷۳ در کشور ژاپن انجام گرفته است^۲ در این زمینه می‌تواند سودمند باشد . در ژاپن موارد مورد توجه افراد به ترتیب اهمیت عبارت بودند از : سلامتی و خانواده دارای یک میزان اهمیت ، خشنودی ، ثروت و فرزند . با این که در این بررسی نیز سلامتی و خانواده در ردیف اول قرار دارند معذک نسبت کسانی که به آن دو اهمیت داده‌اند فقط ۲۰٪ است و فرزند در ردیف آخر (نسبت ۸٪) قرار می‌گیرد . در این مقایسه البته باید به شرایط خاص این دو جامعه از نظر تندرستی عمومی و در دسترس بودن خدمات پزشکی و بهداشتی در ژاپن و کمبودهای آن در ایران (که به ویژه با خاطرات ناخوشایندی همراه است) توجه داشت .

در همین زمینه ضمن ارائه یک سؤال ارزشهای مادی و معنوی را در مقابل هم قرار دادیم و پرسیدیم به نظر شما مردم امروز جامعه ما بیشتر به دنبال مادیات هستند یا معنویات . با اینکه در این سؤال تضاد به شخص ثالثی بازمی‌گردد ، اما احتمالاً " تمایلات شخصی فرد را نیز می‌توان تا حدودی در آن مشاهده کرد . در این مورد

اکثریت (۷۲/۴٪) اعتقاد داشتند که غلبه با ارزشهای مادی است .
 به عبارات افرايش سن از تکیه بر غلبه ارزشهای مادی کاسته می شود .
 و این تفاوت با شرایط خاص ذهنی بزرگسالان و سالخوردگان و توجه
 بیشتر به ارزشهای معنوی در این سنین در رابطه است . میان سطح
 تحصیلات و انتخاب ارزشهای مادی و معنوی رابطه معنی داری مشاهده
 می شود . کسانی که در مراتب بالاتری از نظر سطح تحصیلی قرار
 دارند در مقایسه با گروه کم سواد گرایش بیشتری به ارزشهای مادی
 دارند . در حالی که ۵۶/۲٪ از بی سوادان اعتقاد دارند در زمان
 ما توجه به مادیات بیشتر شده است . این نسبت در میان کسانی که
 تحصیلات آنان در سطح لیسانس است به ۸۵/۶٪ می رسد . از طرف
 دیگر رابطه ای نیز میان سطح درآمد خانوار با نظر افراد در این مورد
 مشهود است . کسانی که خانوار آنها از سطح بالاتری از درآمد
 برخوردار است با شدت خیلی بیشتری بر غلبه ارزشهای مادی تکیه
 می کنند . در خانوارهایی که درآمد ماهانه حدود ۳۰ هزار ریال
 است ۳۷٪ اعتقاد داشتند که توجه به ارزشهای معنوی در زمان ما
 بیشتر شده است . در حالی که در خانوارهایی که سطح درآمد ماهانه
 میان ۹ تا ۱۰ هزار تومان است این نسبت به ۸٪ تنزل پیدا می کند .

۲-۴- جبر گرایشی : بررسیهای قبلی در مناطق مختلف
 ایران و به ویژه در نقاط روستایی حاکی از تسلط گرایشهای جبرگرایانه
 است . و از این رو این مسئله انگیزه ای برای بررسی در این مورد در
 تهران قرار گرفت . بدین منظور ۴ سؤال ویژه را که از ابعاد مختلفی
 به مسئله توجه می کرد در پرسشنامه منظور کردیم . که به ترتیب نتایج
 حاصله در زیر ارائه می شود . وقتی نظر پاسخگویان را در مورد این که
 می گویند " سرنوشت هرکس از قبل تعیین شده است " جویا شدیم و
 خواستیم که بگویند با این موضوع موافق ، مخالف و یا بی نظیر
 هستند ، کمی بیش از نیمی از افراد (۵۱٪) با آن اعلام موافقت
 کردند ، و نسبت گروههای مخالف و بی نظر به ترتیب ۴۰/۱٪ و

۸/۵٪ بود ، که حاکی از اهمیت اندیشه‌های جبرگرایانه در میان قشر وسیعی از جامعه است . به هنگامی که این سؤال را با سؤال دیگری (سؤال شماره ۴۹) که مبتنی بر اعتقاد به وجود جن است در رابطه قرار دادیم رابطه بسیار قوی میان این دو سؤال مشاهده شد ($P. < 0/001$) . به عبارت دیگر کسانی که به وجود جن اعتقاد دارند سرنوشت انسان را هم از قبل تعیین شده می‌بینند . از سوی دیگر مشاهده کردیم اعتقاد به مشخص بودن سرنوشت انسان از قبل تعیین شده می‌بینند . از سوی دیگر مشاهده کردیم اعتقاد به مشخص بودن سرنوشت انسان از قبل با توسل به نذر و نیاز برای برطرف شدن گرفتاریها و مشکلات گوناگون (سؤال شماره ۵۰) نیز در رابطه است و آزمون آماری پیوند بسیار زیادی را میان این دو سؤال نشان می‌دهد ($P. < 0/001$) . نسبت کسانی که در عین اعتقاد به سرنوشت مبادرت به نذر و نیاز هم می‌کنند برابر با ۷۷/۲٪ است . این اطلاعات حاکی از وجود گونه‌هایی خاص از افراد است که از نظام اندیشه مشخصی تبعیت می‌کنند و از طریق رفتارهای خاصی می‌توان آنها را مشخص کرد . در میان زنان اعتقاد به سرنوشت عمومیت بیشتری دارد (۵۸/۵٪ در مقابل ۴۳/۸٪) و به طور کلی رابطه میان جنس و اعتقاد به مشخص بودن سرنوشت از قبل از نظر آماری معنی‌دار است ($P. < 1/01$) . در شرایطی چون ایران طبیعی است که مشاهده می‌کنیم به موازات افزایش سن بر نسبت معتقدین به سرنوشت افزوده می‌شود (هرچند این افزایش خیلی حالت منظمی ندارد) . به عنوان مثال در حالی که ۴۶/۷٪ از افراد ۱۹ - ۱۵ ساله به سرنوشت اعتقاد دارند این نسبت در میان ۵۹ - ۵۰ ساله‌ها به ۶۷/۲٪ افزایش می‌یابد . رابطه میان سطح تحصیلات با سرنوشت گرایی خالت بسیار منظمی دارد و صرفنظر از معنی‌دار بودن آن ($P. < 0/001$) به موازات افزایش سطح تحصیل از شدت اعتقاد به جبرگرایی کاسته می‌شود . به عنوان مثال در حالی که ۷۴/۶٪ از

بی سوادان به سرنوشت معتقد هستند این نسبت در میان کسانی که دارای دیپلم متوسطه هستند به ۲۲٪ می رسد و از آن پس کاهش منظمی مشهود است . شرایطی نظیر آنچه که در مورد سواد مطرح شد ، در مورد سطح درآمد خانوار هم (لکن با نظم و هماهنگی کمتری) دیده می شود ($P < 0/001$) . در حالی که ۳۰٪ از کسانی که درآمد ماهانه آنها به ۳ الی ۴ هزار تومان است به سرنوشت اعتقاد ندارند ، این نسبت در میان کسانی که خانوار آنها دارای درآمدی بین ۷ تا ۸ هزار تومان است به ۶۷/۹٪ تنزل می یابد .

در زمینه جبرگرایی به نکته دیگری توجه کردیم و با طرح ضرب المثل قدیمی "روزی هرکس به قدر قسمت اوست" نظر پاسخگویان را جویا شدیم . در این مورد تعداد موافقین در مقایسه با سؤال قبل افزایش یافت و به حدود ۵۸/۱٪ رسید . رابطه ای بسیار قوی میان این سؤال و سؤال مربوط به انجام نذر و نیاز برای برطرف شدن مسائل وجود دارد ($P < 0/001$) ، به این ترتیب که نسبت کسانی که به هر دو سؤال پاسخ مثبت داده اند به حدود ۷۳٪ می رسد . اعتقاد زنان به ضرب المثل فوق به مراتب از مردان بیشتر است (۶۹/۳٪ در مقابل ۴۶/۹٪) و رابطه آماری میان جنس و نظر افراد در زمینه مورد بحث معنی دار است . سن افراد در این مورد نقش قابل توجهی ندارد ، اما سطح سواد عامل تعیین کننده ای است ، چرا که به موازات افزایش سطح سواد از میزان موافقین با نظر فوق کاسته می شود .

در حالی که ۸۲/۸٪ از بی سوادان اعتقاد دارند که روزی هرکس به قدر قسمت اوست این نسبت در میان لیسانسیه ها به ۲۵٪ تنزل می یابد ($P < 0/001$) . عامل دیگر یعنی درآمد خانوار نیز عملکردی در جهت معکوس دارد بدین ترتیب که با افزایش سطح درآمد از تعداد پاسخهای مثبت به این پرسش کاسته می شود و بالعکس این رابطه از نظر آماری نیز کاملاً معنی دار است ($P < 0/001$) .

بالاخره در همین زمینه نکته دیگری را به کمک پرسش موافقت یا

مخالفت افراد با ضرب المثل " خدا به قدر قلب هرکس به او روزی می دهد " مورد بررسی قرار دادیم . نسبت موافقان با این نظر از تمامی موارد دیگر بیشتر است و به $67/4\%$ می رسد . این پرسش با یکی دیگر از رفتارهای مذهبی (توسل به نذر و نیاز) که پیش از این نیز به آن اشاره کردیم در رابطه است ($P < 0/001$) . به این ترتیب که $76/8\%$ از موافقان نظر فوق در وقت بروز گرفتاریها دست به نذر و نیاز می زنند . زنان در مقایسه با مردان به نسبت بیشتری به این نظر اعتقاد دارند و عامل سن در این مورد نقش قابل ذکری ایفا نمی کند . همانند سایر موارد مذکور در فوق با افزایش سطح تحصیلات از نسبت معتقدین به این عقیده کاسته می شود و آزمون آماری فرض وجود رابطه میان دو متغیر مورد بررسی (سطح سواد و اعتقاد به پرسش مورد بحث) را تأیید کرد ($P < 0/001$) . علاوه بر این رابطه معکوسی نیز میان درآمد خانوار و نسبت معتقدین به عقیده فوق وجود دارد ، در حالی که 76% از کسانی که درآمد خانوار آنها کمتر از ۳ هزار تومان است به پرسش فوق پاسخ مثبت داده اند این نسبت در میان کسانی که سطح درآمد ماهانه خانوار آنها میان ۸ تا ۹ هزار تومان است به $35/7\%$ تنزل می کند . با اینکه این متغیر همانند سطح سواد تنزل کاملاً " یکنواختی را در نسبت معتقدین ، به موازات افزایش سطح درآمد نشان نمی دهد اما حاکی از رابطه آماری معنی دار میان این دو متغیر است .

۳-۴- نظام ارزشها و روابط اجتماعی : ارزشهای اجتماعی حاکم بر جامعه به طور مستقیم و یا غیرمستقیم بر روابط میان افراد و به ویژه در رابطه با گروههای اجتماعی (مثلاً " نخستین و ثانوی) مؤثر می افتد ، و با توجه به عوامل و شرایط حاکم بر روابط اجتماعی عملها و عکس العملهای متفاوتی را موجب می شود . به منظور شناخت این تاءثیر و تاءثرات پرسشهای متعددی مطرح شد که پاسخ هر کدام می تواند روشن کننده برخی از این ابعاد باشد .

در پاسخ به این سؤال که : "به نظر شما اگر انسان از درستی انجام کاری محسوس باشد ولی در انجام آن با مخالفت دیگران روبرو شود ، آیا بازهم باید آن کار را انجام دهد ؟" اکثریت پاسخگویان (۶۵/۹٪) پاسخ مثبت دادند . نسبت کسانی که حالت مخالف را انتخاب کردند برابر با ۱۳/۳٪ است و ۱۶/۳٪ اظهار داشتند که این مسئله بستگی به شرایط دارد . به این اعتبار به نظر می رسد که نسبت زیادی از جمعیت دارای روحیه ثبات در رفتار و تأثیر ناپذیری از جمع است ، البته با این شرایط که پاسخ مثبت را نوعی جبهه گیری در مقابل حالت غیر ایده آلی (تحت تأثیر اراده دیگران واقع شدن) به حساب نیاوریم . موارد پاسخ مثبت به سؤال فوق اندکی در میان مردان بیشتر است (و در مقابل پاسخ منفی زنان بیشتر است) . به نظر نمی رسد که سن افراد عامل مؤثری در نوع جبهه گیری آنان در این مورد باشد . به موازات افزایش سطح تحصیلات بر نسبت کسانی که اظهار داشتند در رابطه با شرایط موجود می توان در این موارد (و به عبارت دیگر در هر مورد مشخص) تصمیم گرفت افزود میشود . که در این حالت احتمالاً " بر بعد عقلانی تصمیمات افزوده می شود . بنابراین احتمالاً " افراد را می توان در دو گونه عاطفی (اکثریت) و عقلانی (اعم از کسانی که پاسخ مثبت داده اند و یا اظهار داشته اند که در رابطه با شرایط تصمیم می گیرند - اقلیت) قرار دارد . اطلاعاتی که در این زمینه از یک بررسی که در ژاپن انجام شده است^۱ درست داریم نشان می دهد که نسبت گروهی که بدون توجه به مخالفت دیگران کار خود را انجام می دهد در طی سالهای ۷۳ - ۱۹۵۳ از ۴۱٪ متدرجاً به ۳۶٪ تنزل یافته است . و در مقابل نسبت کسانی که اظهار داشته اند این مسئله بستگی به شرایط دارد از ۱۹٪ به ۲۹٪ فزونی یافته است . در مقایسه با اطلاعات ما در شهر تهران احتمالاً

می باید غلبه گرایشهای فردگرایانه را در تهران نتیجه بگیریم .
 به هنگامی که سؤال کردیم : " به نظر شما آیا بهتر است که هرکس
 به فکر کار و زندگی خویش باشد و سعی کند رفتار خودش را اصلاح
 نماید و کاری به دیگران نداشته باشد ، و یا اینکه بهتر است اشتباهات
 دیگران را به آنها گوشزد نموده و آنها را وادار به اصلاح نماید؟ "
 (احساس مسئولیت فردی در مقابل احساس مسئولیت جمعی) ، حدود
 ۶۳/۶٪ از پاسخگویان اعتقاد داشتند که هرکس باید رفتار خودش
 را اصلاح کند و به دیگران کار نداشته باشد . در مقابل این اکثریت
 قابل توجه ۲۹/۲٪ اظهار داشتند که هرکس باید اشتباهات دیگران
 را هم گوشزد نماید ، که به این ترتیب غلبه با احساس مسئولیت فردی
 است . از این نظر اختلافی میان زن و مرد مشاهده نشد و از نظر
 پایه تحصیلی با اینکه اختلافاتی میان نظر افرادی که در سطوح
 مختلف هستند مشاهده می شود ، اما این اختلافات روند چندان
 مشخصی ندارد .

در همین رابطه که مسئله احساس مسئولیت نسبت به دیگران مطرح
 می شود ، اگر عامل رابطه گروهی را نیز دخالت دهیم واقعیت حالت
 دیگری پیدا می کند . در پاسخ به این پرسش که : " فرض کنیم که
 شما بچه ای داشته باشید و برای اولین دفعه دروغی بگوید ، شما در این
 مورد چکار می کنید؟ " ۱۱/۹٪ اظهار داشتند که او را تنبیه می کنم ،
 ۸/۱٪ اظهار داشتند که به روی خودم نمی آورم ، و بالاخره اکثریت
 افراد (۷۵/۹٪) اظهار داشتند که به او می فهمانیم که دروغ بد
 است . از میان متغیرهای مؤثر بر نوع جبهه گیری افراد ، سن پاسخگو
 عامل مؤثری به نظر نمی رسد ، در حالی که سطح تحصیلات عامل
 بسیار مهمی است . در صورتی که ۲۷/۶٪ از پاسخگویان اعتقاد به
 تنبیه کودک در حالت دروغگویی دارند این نسبت در میان دیپلماتها
 به ۹/۶٪ تنزل پیدا می کند . در همین رابطه باید افزود که گرایش به
 اصلاح و تربیت کودک (به جای تنبیه) به موازات افزایش سطح

تحصیلات ازونی می‌گیرد و رابطه آماری در این مورد معنی‌دار است ($0.001/0.05$) . رابطه اجتماعی با دیگران حالات متفاوتی می‌تواند به خود گیرد که یکی از آنها اعمال زور و فشار به دلایل مختلفی است . در این حالت عکس‌العمل متقابل ممکن است به عمل مشابهی منجر شود و یا فرد راههای دیگری را انتخاب کند . به این منظور از پاسخگویان خواستیم موافقت یا مخالفت خود را با این ضرب‌المثل قدیمی که " جواب زور را باید با زور داد " بیان کنند ، و نسبت کسانی که با این موضوع موافقت داشتند به $54/2\%$ رسید و در مقابل $40/1\%$ با آن مخالفت کردند . موافقت با همنوایی

یا گروه موافق در میان مردان اندکی بیشتر از زنان است ($56/2\%$ در مقابل $52/1\%$) و به موازات افزایش سن بر شدت این گرایش افزوده می‌شود . در رابطه با تغییر در سطح سواد و میزان درآمد تغییر قابل توجهی مشاهده نمی‌شود .

در جامعه‌ای که روابط اجتماعی روز بروز ابعاد گسترده‌تری پیدا می‌کند همکاری با دیگران از ضروریات است و در اینجا است که مسئله "اعتماد متقابل" مطرح می‌شود . نسبت کسانی که در میان پاسخگویان مادر اعلام موافقت یا مخالفت به جمله "متداول در زبان فارسی که : "به هیچکس نمی‌توان اعتماد کرد" نظر موافق دادند برابر با 48% است که اندکی از گروه مخالف ($45/6\%$) بیشتر است . عدم اطمینان به دیگران در میان زنان عمومیت بیشتری دارد ($52/7\%$ در مقابل $43/3\%$) . با افزایش سن بر میزان عدم اعتماد افزوده می‌شود . در حالی که $46/7\%$ از ۱۹ - ۱۵ ساله‌ها با موضوع بالا اعلام موافقت کرده‌اند این نسبت در میان ۵۹ - ۵۰ ساله‌ها به $66/2\%$ می‌رسد . کسانی که از نظر سواد در سطوح پایین‌تری قرار دارند عدم اطمینان نسبت به دیگران در میان آنها عمومیت بیشتری دارد . در رابطه با درآمد ، کسانی که در گروههای متوسط درآمد قرار دارند به دیگران اطمینان بیشتری (در مقایسه با گروههای پردرآمد و کم درآمد)

دارند ، که این حالت با شرایط خاص روانی طبقات مختلف اجتماعی در ایران در رابطه است .

وقتی رابطه اجتماعی را در مورد مشخصی مطرح کردیم و پرسیدیم که : " اگر برای انجام دادن کار مهمی دارید از خانه خارج می‌شوید و در همین موقع میهمانی به خانه شما بیاید چکار می‌کنید ؟ " ۵۱/۸٪ از پاسخگویان اظهار داشتند که از انجام کار صرفنظر می‌کنند و در مقابل ۳۹/۱٪ اعلام کردند که از میهمان خواهش می‌کنم که وقت دیگر بیاید . با این پاسخها می‌توان غلبه گرایش عاطفی را در این زمینه نتیجه گرفت . رابطه معنی‌داری از این نظر میان این متغیر و جنس پاسخگویان وجود دارد ($P < ۰/۰۰۱$) . به این ترتیب که زنان در رابطه با مسئله فوق گرایش عاطفی‌تری دارند (۶۱/۶٪ از زنان از انجام کار صرفنظر می‌کنند و حال آنکه این نسبت در میان مردان ۲۲/۴٪ است) . نحوه برخورد افراد با مسئله مورد بحث رابطه بسیار زیادی با سطح سواد دارد ($P < ۰/۰۰۱$) . به موازات افزایش سطح سواد از گرایش عاطفی کاسته می‌شود و نگرش عقلانی و منطقی جای آن را می‌گیرد . نسبت بی‌سوادانی که به خاطر پذیرایی از میهمان از انجام کار خود صرفنظر می‌کنند ۷۰/۱٪ است حال آن که این نسبت در میان کسانی که دارای مدرک لیسانس هستند به ۳۵/۷٪ تنزل می‌یابد که حاکی از تسلط دو فرهنگ با محتوای متفاوت بر این دو گروه است . به موازات ارتقاء پایگاه شغلی از شدت گرایش عاطفی کاسته می‌شود . در حالی که ۵۲/۵٪ از کارگران پذیرایی از میهمان را بر انجام کار ترجیح می‌دهند این نسبت در میان کارمندان به حدود ۲۲/۸٪ می‌رسد . به هنگامی که شاخص میزان مذهبی بودن را با جهت گیری افراد در مقابل مسئله فوق در رابطه قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که با افزایش درجه مذهبی بودن بر گرایش عاطفی افراد افزوده می‌شود و نسبت بیشتری از آنها تمایل پیدا می‌کنند که انجام کار خود را فدای پذیرایی از میهمان نمایند .

بخش پنجم

رفتارها و گرایشهای خانواده‌گی

۱-۵- انتخاب همسر: جامعه‌داران درین ساخت فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی به صور مختلفی بر امر همسرگزینی مؤثر می‌افزند، و خود این پدیده نیز ابعاد گوناگونی می‌تواند داشته باشد، از جمله مواردی که در طی چند دهه اخیر در ایران مورد توجه قرار گرفته است و در مقابل آن جهت‌گیریهای متفاوتی شده است معاشرت قبل از ازدواج است. در این بررسی ضمن یکی از سئوالات پرسشنامه نظر پاسخگویان را به این ترتیب جویا شدیم که از آنها سؤال کردیم: "آیا با معاشرت دختر و پسر قبل از ازدواج موافقت می‌کنید؟" و از کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده بودند مجدداً در مورد چگونگی این معاشرت سؤال کردیم. مشاهده می‌کنیم که اکثریت جامعه آماری ما (یعنی ۵۷/۵٪) به آن پاسخ مثبت داده‌اند، در عین حال که نسبت قابل توجهی از افراد هم (۴۱/۴٪) با آن مخالف هستند. نسبت موافقت با معاشرت قبل از ازدواج در میان مردان به مراتب بیشتر از زنان است (۶۵/۴٪ در مقابل ۴۹/۶٪) و به نسبتی که سن پاسخگویان افزایش می‌یابد از نسبت گروه موافق کاسته می‌شود و بر مخالفین افزوده می‌شود ($P < 0/001$). به ویژه وقتی که عوامل سن و جنس را در ارتباط با یکدیگر قرار داده و به موضوع مورد بحث نگاه کنیم، انعکاس شرایط اجتماعی - فرهنگی را بر دو جنس و در مقاطع مختلف سنی به وضوح مشاهده می‌کنیم. نقش تحصیلات به مراتب از این دو عامل بیشتر و رابطه آماری معنی داری میان پاسخها و عامل سطح تحصیلی وجود دارد ($P < 0/001$). به عنوان مثال ۳۵/۶٪ از بی‌سوادان با معاشرت قبل از ازدواج موافقت دارند؛ که در حد خود بسیار قابل توجه است (و در مورد لیسانسیه‌ها این نسبت به ۹۲/۹٪ می‌رسد. احتمالاً چنانچه به این مورد نیز (سطح تحصیلات) عامل سن را اضافه کنیم به جزئیات دقیق‌تری دست

خواهیم یافت . بررسی آماری ما در مورد رابطه شاخص میزان مذهبی بودن با پاسخ افراد در این زمینه نشان دهنده رابطه آماری معنی داری است ($P < 0/001$) و با ضریب توافق ۴۲۸٪ که قابل توجه است () . با افزایش انجام رفتارهای مذهبی بر مخالفت با معاشرت قبل از ازدواج افزوده می شود . اکثر کسانی که هیچکدام از رفتارهای مذهبی را انجام نمی دهند با معاشرت قبل از ازدواج موافقت می کنند . و حال آن که در میان کسانی که تمامی رفتارهای مذهبی را انجام می دهند (شاخص مذهبی بودن = ۲۴) این نسبت تنزل می یابد . شاخص در اختیار داشتن وسایل ارتباط جمعی در این مورد نقشی در جهت معکوس دارد . از کسانی که فقط از یک وسیله ارتباطی استفاده می کنند فقط ۳۰٪ به سؤال مورد بحث پاسخ مثبت داده اند و حال آنکه ۶۶/۷٪ از کسانی که از ۵ وسیله ارتباطی استفاده می کنند اعلام موافقت کرده اند . باید توجه داشت که موافقین با معاشرت قبل از ازدواج نیز آن را به نحوی کاملاً "آزاد و بی قید و شرط قبول ندارند . اطلاعات ما در این زمینه نشان می دهد که اکثریت پاسخگویان اعتقاد دارند که این معاشرت باید در حدود دولتی ساده و سالم باشد . نظر کلی اینست که معاشرت باید دارای نقشی در جهت آشنایی با اخلاق و رفتار هر کدام و علی الاصول با نظارت مستقیم و غیر مستقیم پدر و مادر یا سایر اعضای خانواده همراه باشد . به عبارت دیگر معاشرتهای کاملاً "آزاد و مخفیانه مورد تأیید پاسخگویان نیست . در بحث از شبکه انتخاب همسر از جمله موارد پراهمیت (به ویژه در ایران) ازدواج با خویشاوندان و یا سایرین است . با اینک ازدواج با خویشاوندان به دلایل گوناگون در روستاها بسیار مورد توجه و علاقه افراد است ، در جامعه شهری (به ویژه در شهرهای بزرگ) وضع تا حدودی متفاوت است . بررسی ما در این مورد حکایت از این می کند که اکثریت قاطعی از پاسخگویان که نسبت آنها برابر با ۶۶/۳٪ است ، ازدواج با افراد غریبه را - که در نهایت موجب گستردگی شبکه روابط اجتماعی آنها نیز می شود - ترجیح می دهند و گروه

موافق با ازدواج با خویشاوندان فقط ۱۳/۳٪ است . در عین حال باید اضافه کنیم که ۱۸/۱٪ نیز اظهار داشتند ازدواج با قوم و خویش و یا غریبه تفاوتی ندارد و در حقیقت برای آنها عوامل دیگری مطرح بوده است . با اینکه تمایل به ازدواج با افراد غریبه در میان زنان اندکی بیش از مردان است ، با این حال رابطۀ معنی داری میان دو متغیر فوق وجود ندارد . در گروههای سنی بالاتر (که بیشتر تحت تأثیر فرهنگ سنتی ایران هستند) تمایل به ازدواج با اقربا خویشاوند بیشتر است و حال آنکه جوان ترها بیشتر به ازدواج با افراد غریبه گرایش دارند . به عنوان مثال ۷۳/۳٪ از جوانان ۱۹ - ۱۵ ساله ازدواج با افراد غریبه را ترجیح می دهند و حال آنکه در گروه سنی ۵۹ - ۵۰ ساله این نسبت به ۵۰٪ تنزل پیدا می کند . سطح سواد افراد در این میان عامل بسیار مؤثری است . وقتی که سطح سواد حداکثر تا حدود ابتدایی است (از بی سواد تا ششم ابتدایی) عقاید تا حدودی شبیه است و موافقت با ازدواج با خویشاوند بالنسبه قابل توجه است ، اما از این سطح تحصیلی به بعد متدرجا " از میزان افراد موافق کاسته می شود . نتایج فوق کم و بیش با اطلاعاتی که در این زمینه از سایر بررسی ها به دست آمده است مطابقت دارد . مثلاً " بررسی انجام شده توسط پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران^۱ در سال ۱۳۵۳ در سطح مناطق روستایی و شهری کشور نشان می دهد که ۴۰٪ از پاسخگویان ازدواج با خویشاوندان را ترجیح می دهند و گرایش به این نوع ازدواج در میان جوانان در مقایسه با بزرگسالان به مراتب ضعیف تر است . این مطالعه نشان می دهد که همراه با افزایش سطح سواد از میزان تمایل به ازدواج با

۱ - اسدی ، علی و همکاران . گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران . تهران : پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران . ۱۳۵۶ .
ص : ۱۴۶ - ۱۴۵ .

خویشاوندان . . که در حقیقت جلوه‌ای از ساخت سنتی ازدواج در ایران است - کاسته می‌شود . به همین علت است که مشاهده شده است این نوع از ازدواج‌ها در میان روستائینان به مراتب بیش از شهرنشینان طرفدار دارد (۵۴٪ در مقابل ۲۴٪) .

در جامعه‌ای نظیر ایران ، از آنجا که ازدواج علی‌الاصول می‌باید با موافقت پدر و مادر صورت گیرد ، تضاد عقیده میان پدر و مادر و فرزند غالباً " مسئله آفرین است . برای بررسی این مسئله از پاسخگویان سؤال کردیم : " فرض کنیم در سن ازدواج کردن باشید و بخواهید با شخصی که مورد علاقه‌تان است ازدواج کنید ولی خانواده شما با این ازدواج مخالف باشد ، در این مورد چه تصمیمی می‌گیرید ؟ " . با اینکه اکثریت افراد یعنی ۴۰/۴٪ اظهار داشتند که در این مورد از رأی خانواده پیروی می‌کنند ، با این حال نسبت افرادی نیز که اعلام کردند علیرغم نظر خانواده دست به ازدواج می‌زنند در حد کاملاً قابل توجهی است و به ۳۸/۴٪ می‌رسد . در همین حال ۱۳/۹٪ نیز اظهار کردند که در رابطه با در نظر گرفتن سایر شرایط باید تصمیم گرفت . به این اعتبار جمعیت مورد مطالعه را باید در دو گروه با گرایش‌های کم و بیش متفاوت طبقه بندی کرد ، تبعیت از نظر خانواده در میان زنان عمومیت بسیار زیادی دارد و رابطه آماری معنی‌داری ($P < 0/001$) میان این سؤال و عامل جنس وجود دارد . در حالی که ۴۶/۶٪ از مردان علیرغم نظر منفی خانواده دست به ازدواج می‌زنند ، این نسبت در میان زنان به ۲۹/۸٪ تنزل می‌یابد . در میان افرادی که از نظر پایه تحصیلی در مراتب پایین‌تری قرار دارند پذیرش نظر خانواده عمومیت بیشتری دارد . این نسبت در میان بی‌سوادان ۵۶/۲٪ است و در بین دارندگان درجه لیسانس به میزان ۲۱/۴٪ می‌رسد ، و رابطه معنی‌داری میان متغیر سطح سواد و گرایش در زمینه مورد بحث وجود دارد . بررسی رابطه مسئله فوق با شاخص میزان مذهبی بودن

حکایت از این می‌کند که به موارد افزایش مدرجی میزان انجام رفتارهای مذهبی بر گرایش به تبعیت از خانواده در هنگام ازدواج افزوده می‌شود. در گروههایی که رفتارهای مذهبی چندان مورد توجه نیست (گرایش کم و یا متوسط به رفتارهای مذهبی) نسبت کسانی که علیرغم تمایلات خانواده دست به ازدواج می‌زنند و یا اظهار می‌دارند با در نظر گرفتن سایر شرایط در این مورد تصمیم می‌گیرند بیشتر است.

۲-۵- ازدواج: ازدواج دارای ابعاد متفاوتی است که شرایط ایجاد و کیفیت روابط اجتماعی درون آن شاید از مهمترین این جنبه‌ها باشد. به این اعتبار در بررسی حاضر چند جنبه خاص از آن یعنی مهریه و میزان آن، مراسم ازدواج و مسئله چند زنی را مورد توجه قرار دادیم.

در پاسخ به این سؤال که: "آیا شما اصولاً با مهریه موافقت می‌کنید؟" اکثریت پاسخگویان یعنی ۵۳/۴٪ اعلام مخالفت کردند و نسبت گروه موافق که در مرتبه بعد قرار می‌گیرد برابر با ۴۳/۵٪ است. با توجه به این بررسی و مقایسه آن با نتایج سایر بررسیها در این زمینه در سطح شهرهای بزرگ ایران (به ویژه تهران) به نظر می‌رسد که در طی چند دهه گذشته از میزان موافقت با مهریه و به ویژه تأیید ضرورت آن برای ازدواج کاسته شده باشد. با این که بررسی ما نشان می‌دهد که نسبت موافقت زنان با مهریه اندکی بیشتر از مردان است ولی رابطه‌ای از نظر آماری میان دو متغیر جنس و نظر در مورد مهریه مشاهده نمی‌شود. نسبت مردانی که بر ضرورت مهریه تکیه می‌کنند حدود ۴۲/۴٪ است و حال آن که همین نسبت در مورد زنان به نسبت اندکی اختلاف به ۴۵/۶٪ می‌رسد. اثر شرایط فرهنگی جامعه را بیشتر در رابطه با سن مشاهده می‌کنیم. به موازات افزایش سن، به خصوص زنان موافقان با مهریه افزوده می‌شود. در میان افرادی که در گروه سنی ۱۹-۱۵ سال قرار دارند نسبت کسانی که بر ضرورت مهریه تکیه

می‌کنند برابر با $۳۹/۳\%$ است و در مقابل در گروه سنی ۵۹ - ۵۰ سال این نسبت به $۶۶/۲\%$ می‌رسد که حاکی از اختلاف کاملاً قابل توجهی است. تفاوتها در این زمینه در رابطه با سطح آموزش و پرورش نیز کاملاً قابل توجه است. همراه با افزایش سطح سواد که نتیجه گسترده‌تر شدن سطح آگاهی‌های اجتماعی است از میزان موافقت با مهریه کاسته می‌شود و بالعکس. به عنوان مثال، در حالی که $۳۷/۹\%$ از بی‌سوادان با مهریه مخالف بوده‌اند، این نسبت در میان دارندگان درجه لیسانس به $۵۷/۱\%$ می‌رسد. به هنگامی که موضوع مهریه را با وضع تاءهل پاسخگویان در رابطه قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که متاهلین آشکارا موافقت بیشتری با مهریه دارند تا مجردین که علت آن احتمالاً "می‌تواند شرایط سنی متفاوت و یا تجربه خاص باشد. موافقت یا مخالفت با مهریه رابطه زیادی با شاخص مذهبی بودن دارد. در میان کسانی که در بالاترین حد از انجام رفتارهای مذهبی هستند (شاخص مذهبی = ۲۴) بالاترین میزان موافقت با وجود مهریه را مشاهده می‌کنیم و حال در گروه مقابل (شاخص مذهبی = ۶) موافقت با مهریه به حداقل می‌رسد. اطلاعات حاصل از بررسی دیگری که پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران^۱ در سال ۱۳۵۳ در سطح کشور به انجام رسانید مؤید اهمیت بیشتر مهریه در آن زمان در رابطه با آن جمعیت (اعم از شهری و روستایی) است. بررسی مزبور حکایت از این می‌کند که مهریه به عنوان یکی از تضمین‌های ازدواج به کار می‌رود و نسبت موافقین آن در حدود ۷۵% بوده است. در ارتباط با متغیرهایی مانند جنس، سطح سواد، و سن نتایج به دست آمده کم و بیش با نتایج بررسی کنونی مطابقت دارد. در این بررسی از کسانی که با وجود مهریه موافق بودند خواستیم

۱ - اسدی، علی و همکاران. گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران. ص: ۱۵۲.

میزان آن را تعیین کنند . عده‌ای برابر با $۱۲/۲\%$ اعلام داشتند که بهتر است مهریه عبارت باشد از یک جلد کلام الله مجید . نسبت کسانی که میزان آن را تا مبلغ ۵۰ هزار تومان اعلام کردند حدود ۲۰% بودند و نسبت کسانی که به مهریه‌های بیش از ۵۰ هزار تومان گرایش داشتند به حدود ۱۱% می‌رسد . زنان در مقایسه با مردان مبلغ بیشتری را برای مهریه ذکر می‌کنند . به عنوان مثال در حالی که فقط $۱۸/۴\%$ از مردان اعتقاد به وجود مهریه بیش از ۱۰۰ هزار تومان داشتند این نسبت در میان زنان افزایش بسیار زیادی پیدا می‌کند و به $۸۱/۶\%$ می‌رسد . رابطه آماری مشخصی میان میزان مهریه با سطح درآمد خانوار پاسخگویان مشاهده نمی‌شود .

در زمینه ازدواج یکی دیگر از مسائل برگزاری مراسم و جشن عروسی است . مسئله را به این صورت مطرح کردیم که از پاسخگویان سؤال کردیم : " بعضی‌ها معتقدند که چون آدم معمولاً یک بار ازدواج می‌کند ، جشن عروسی او باید باشکوه برگزار شود . عده‌ای معتقدند که فقط باید به یک جشن ساده اکتفا کرد . شما با کدام یک از این دو عقیده بیشتر موافقید ؟ " از میان پاسخگویان فقط $۱۲/۲\%$ به برپایی جشن باشکوه اعتقاد داشتند و اکثریت ($۷۷/۱\%$) ضرورت برگزاری یک جشن ساده را اعلام داشتند . گرایش زنان به انجام عروسی باشکوه اندکی بیشتر از مردان است و به موازات افزایش سن از شدت گرایش به این نوع مراسم کاسته می‌شود . وقتی سطح تحصیلات فزونی می‌گیرد بر شدت تمایل به ازدواج‌های ساده نیز افزوده می‌شود . مقایسه نتایج این بررسی با سایر بررسی‌هایی که در طی چند دهه اخیر در ایران انجام گرفته است حاکی از گرایش رو به افزایش جامعه شهری در برگزاری مراسم ازدواج ساده است در صورتیکه در روستاها برگزاری مراسم باشکوه ازدواج که بدویژه با نوعی تعاون جمعی نیز همراه است در مقایسه وسیع برقرار است و سنت‌های جامعه هنوز ضرورت آن را تأیید می‌کند .

مسئله چندزنی در سال‌های اخیر مکرر مورد پژوهش قرار گرفته است .

هرچند که اهمیت تاریخی را در مقیاس کلی ندارد، به هنگامی که سؤال کردیم: "به نظر شما آیا یک مردی می تواند بیش از یک زن داشته باشد؟" اکثریت پاسخگویان (۶۵/۳٪) به آن پاسخ منفی دادند. با این حال ۱۸/۳٪ نیز با آن اعلام موافقت کردند و نسبت قابل ملاحظه‌ای نیز (۱۵/۶٪) اظهار داشتند که بستگی به شرایط دارد که نوعی موافقت مشروط است و به این ترتیب جمع موافقان را (اعم از قاطع و یا مشروط) می توان حدود ۳۴٪ دانست که در حد بسیار قابل توجهی است. طبیعی است که مخالفت زنان با چند زنی زیادتر است. سطح سواد پاسخگویان با نظر آنها در این مورد دارای رابطه است. گروههای کم سواد و بی سواد با چند زنی موافقت بیشتری دارند. در حالی که ۵۶/۳٪ از بی سوادان با چند زنی مخالفت دارند این نسبت در میان کسانی که حداقل دارای درجه لیسانس هستند به ۸۵/۷٪ افزایش می یابد. این واقعیت اهمیت ابعاد فرهنگی مسئله را به خوبی نشان می دهد. رابطه آماری میان شاخص مذهبی بودن با نظر در مورد چند زنی بالنسبه قوی است (ضریب توافق = ۴۱۶٪). به موازات افزایش امتیازات افراد از نظر رعایت تعالیم مذهبی (شاخص بالاتر) از میزان مخالفت آنها با چند زنی کاسته می شود و بالعکس در همین زمینه باید اضافه کنیم که وسایل ارتباط جمعی به دلیل ماهیت خاصی که دارند نقش متفاوتی ایفا می کنند. به این ترتیب که وقتی بر میزان استفاده از این وسایل افزوده می شود از تعداد موافقان چند زنی کاسته می شود.

۳-۵- نقش اجتماعی زن و مرد: تمایز میان دو جنس با پایگاه آنها در جامعه و نقش های مورد انتظار از آنها در جامعه در رابطه است. با طرح این سؤال که: "به نظر شما به طور کلی مردم جامعه به زن اهمیت می دهند یا به مرد؟" حدود ۵۶٪ از پاسخگویان اعتقاد داشتند که جامعه برای مردان اهمیت بیشتری قائل است. نسبت کسانی که اظهار داشتند جامعه اهمیت زن و مرد را یکسان می داند برابر با ۲۳/۱٪ است. در مقابل این دو گروه ۱۳/۹٪ از پاسخگویان نیز اظهار داشتند

که زنان در جامعه دارای اهمیت بیشتری هستند ، تمایز مردان برسر زنان در میان مردان اهمیت بیشتری دارد ، که در نهایت شاید بتوان نتیجه گرفت که گروهی از مردان غالباً " کرایش‌های برتری‌طلبانه خود را نسبت به زنان در سطح کل جامعه نیز تعمیم می‌دهند . از ارتباط دادن این سؤال با شرایط تحصیلی پاسخگویان به این واقعیت می‌رسیم که مردانی که در سطوح تحصیلی پایین‌تری قرار دارند (ششم ابتدایی و کمتر تا بی‌سواد) به نسبت کمتری بر اهمیت بخشیدن مردان توسط جامعه تأکید دارند تا افرادی که دارای تحصیلات بیشتر هستند . احتمالاً " با افزایش سطح تحصیلات ، پاسخگویان آگاهی بیشتری از حقوق زن (آنچه باید باشد) در جامعه پیدا می‌کنند و آن را با واقعیت (آنچه که هست) مقایسه می‌کنند و در نتیجه تکیه آنها بر تمایز دو جنس در جامعه (به نفع مردها) به مراتب بیشتر است .

با طرح این نکته که مهمترین خصوصیت یک‌زن خوب چیست پاسخگویان به ترتیب اهمیت بر ویژگی‌های : نجابت ، خوش‌اخلاقی ، خانه دار بودن ، اصالت خانوادگی ، داشتن تحصیلات ، و زیبایی تکیه کردند که در این میان تکیه بر نجابت از همه موارد بیشتر است (۶۱/۵٪) . در حالی که داشتن تحصیلات فقط در ۲/۱٪ از موارد به عنوان ویژگی ایده‌آلی یک زن تعیین شده و با توجه به صفاتی مانند : نجابت ، خانه‌دار بودن و ... می‌توان غلبه ویژگی‌های سنتی زن را نتیجه گرفت ، زنی که اهمیت و اعتبار او در چارچوب خانه و خانواده خلاصه می‌شود (وفاداری به شوهر و اداره امور خانه) ، به عبارت دیگر این خصلت‌ها همگی دارای ابعاد فردی هستند و در رابطه با کانون خانواده از ضروریات تلقی می‌شوند ، ویژگی‌هایی که بیشتر مورد توجه زنها هستند به ترتیب عبارتند از : نجابت ، خانه دار بودن ، خوش‌اخلاقی ، اصالت خانوادگی و داشتن تحصیلات و حال آنکه در میان مردها این ترتیب اندک تفاوتی پیدا می‌کند و به ترتیب عبارتند از : نجابت ، خوش‌اخلاقی ، خانه‌دار بودن ، اصالت

خانوادگی و داشتن تحصیلات (با اهمیت یکسان) و بالاخره زیبایی (که زنان به آن اشاره‌ای نکرده‌اند) . داشتن تحصیلات بیشتر مورد تمایل کسانی است که در گروه‌های سنی پایین‌تر قرار دارند . رابطه آماری معنی‌داری میان سطح تحصیلات پاسخگو و ویژگی‌های ایده‌آلی زنان از منظر وی وجود دارد ($0.001/0.05$) . به موازات افزایش سطح سواد بر میزان تکیه بر اصالت خانوادگی ، داشتن تحصیلات و زیبایی افزوده می‌شود و حال آنکه در گروه‌های کم سوادتر تکیه بر نجابت و خانه‌داری (که به طور کلی ابعاد سنتی دارند) بیشتر می‌شود . کارگران بیشتر بر نقش‌های سنتی زن تکیه دارند و حال آنکه کارمندان بروی ویژگی‌های جدید تکیه می‌کنند . وقتی افراد بیشتر در معرض استفاده از وسایل ارتباط جمعی قرار می‌گیرند اهمیت بیشتری برای ویژگی‌هایی مانند: تحصیلات و زیبایی قائل می‌شوند و بالعکس در گروه‌هایی که کمتر از این وسایل استفاده می‌کنند این ویژگی‌ها اهمیت چندانی ندارد و در مقابل صفاتی مانند نجابت و خانه‌داری بیشتر مطرح می‌شوند .

در همین زمینه بررسی ما درباره مهم‌ترین خصوصیات یک مرد خوب حاکی از این است که به ترتیب ویژگی‌های : نجابت ، خوش اخلاقی ، توانایی در تأمین معاش خانواده ، اصالت خانوادگی و داشتن تحصیلات مورد توجه بودند ، که غالب آنها همان خصوصیات سنتی یک مرد است . تکیه زنان بر ضرورت نجابت مردان بیشتر از خود مردان است . با افزایش سن پاسخگویان تکیه آنها بر صفات نجابت و توانایی در تأمین معاش بیشتر می‌شود . همانند آنچه که در مورد زنان در قسمت فوق اشاره شد با افزایش سطح تحصیلات بر شدت گرایش به ضرورت داشتن تحصیلات افزوده می‌شود و از تکیه بر ارزشهای نظیر توانایی در تأمین معاش خانواده کاسته می‌شود . چنانچه خصلت‌های ایده‌آل مردان و زنان را با هم در رابطه قرار داده و مقایسه کنیم

اولس نتیجه‌گیری کلی ما می‌تواند باشد، ارزشهای سنتی بر ارزشهای جدید در تصویر ایده‌آلی زن و مرد باشد. در حالی که پس از نجات برای زنان خوش اخلاقی و خانه‌دار بودن مطرح می‌شود در مورد مردان به جای صفت خانه‌داری، عنصر جدیدی که خاص آنان است مطرح می‌شود که عبارت باشد از توانایی در تأمین معاش خانواده، صفتی که در عین حال از نظر نقش سنتی دارای اهمیت است.

با طرح این سؤال که: "اگر امکان داشت دومرتبه به دنیا بیایید ترجیح می‌دادید زن بودید یا مرد" اکثریت پاسخگویان (۵۳/۵٪) اظهار داشتند که مرد بودن را انتخاب می‌کنند، و می‌دانیم که ۵۰/۴٪ از جامعه آماری ما را مردان تشکیل می‌دهند. در مقابل، با این که ۴۹/۴٪ از گروه مورد بررسی زن هستند ۲۸/۷٪ از آنها مرد بودن را برمی‌گزینند. نسبت کسانی که اظهار داشته بودند زن یا مرد بودن از نظر آنها تفاوتی ندارد برابر با ۲۱/۴٪ بوده است. این ارقام گرایش آشکاری را به جنس مذکر نشان می‌دهد و حاکی از نارسایی‌هایی است که در جامعه در زندگی زنان وجود دارد. به هنگامی که سطح سواد پاسخگویان فزونی می‌گیرد بر تمایل آنها به مرد بودن افزوده می‌شود. مثلاً در حالی که ۴۳/۷٪ از بی‌سوادان اظهار تمایل به مرد متولد شدن کرده‌اند این نسبت در میان لیسانسیه‌ها و دارندگان درجه فوق لیسانس به ترتیب به ۶۰/۷٪ و ۸۰٪ می‌رسد، که احتمالاً این تفاوت به علت آگاهی‌های بیشتر این گروه نسبت به مسائل زنان در جامعه است.

۴-۵- الگوها و رفتارهای خانوادگی: یکی از مهمترین جنبه‌ها در حیات خانواده، به ویژه در جامعه شهری کارکردن زنان در خارج از خانه است که در رابطه با نوع محیط کار ممکن است عکس العمل‌های متفاوتی را در سطح اعضاء خانواده و به ویژه شوهر ایجاد نماید. در جهت یافتن پاسخی برای این مسئله اساسی پرسش را به این شکل مطرح کردیم که: "در چه صورت با کارکردن زن در خارج از

خانه موافقید؟" از میان پاسخگویان ۲۷/۹٪ اظهار داشتند که به هیچ صورت موافق با کارکردن زن نیستند. نسبت کسانی که با کار کردن زنان در محیطی که فقط زن‌ها باشند موافق بودند برابر با ۱۴/۳٪ است و بالاخره با نسبتی بیشتر کسانی بودند که با کار کردن زنان در محیط‌های معمولی کار مانند مدرسه و اداره موافق بودند (۴۰/۸٪). چنانچه موافقین مشروط را هم بر جمع موافقین بی‌قید و شرط بیافزاییم به نسبتی حدود ۵۵٪ می‌رسیم که کاملاً "در خور توجه است". مخالفت قاطع با کارکردن زنان در میان مردان شدت بیشتری دارد و در مقابل موافقت با کار کردن زن بدون قید و شرط نیز در میان زنان عمومیت بیشتری دارد (۵/۰۵٪) و پاسخگویانی که در گروه‌های سنی بالاتری قرار دارند مخالفت بیشتری با کارکردن زن ابراز می‌دارند. از جمله عواملی که نقش زیادی در جبهه‌گیری افراد در این زمینه دارد سطح سواد است. در حالی که ۴۱/۴٪ از بی‌سوادان با کارکردن زنان مخالفت دارند این نسبت در میان کسانی که دارای لیسانس هستند به ۳/۶٪ تنزل می‌کند، که در این جا می‌توان به خوبی نقش شرایط متفاوت فرهنگی و اثرات آن را بر گروه‌های مختلف مشاهده کرد. گرایش غالب کارمندان به کارکردن زن در تمامی سازمان‌هاست و حال آنکه پیشه‌وران ترجیح می‌دهند که زنان در محیط‌های صرفاً "زنانه" به کار پردازند، و تمایل اصلی کارگران به کار نکردن زن در خارج از خانه است. رابطه میان شاخص مذهبی بودن با عقیده افراد در مورد کارکردن زنان نشان می‌دهد (ضریب توافق = ۰/۳۹۷) که با بالاگرفتن میزان رفتارهای مذهبی بر میزان مخالفت با کار زنان به طور کلی افزوده می‌شود. مقایسه نتایج این بررسی با بررسی دیگری که در همین زمینه در سطح کلی کشور در سال ۱۳۵۳ توسط پژوهشکده علوم ارتباطات و فرهنگ انجام گرفت

گویای مخالفت شدیدی در مورد کارکردن زنان در خارج از خانه است (۷۴٪). رابطه گرایش پاسخگویان در زمینه موافقت یا مخالفت با کارکردن زنان با برخی از متغیرهای اقتصادی - اجتماعی در این مطالعه کم و بیش نتایج مطالعه حاضر را تأیید می‌کند. بررسی سال ۱۳۵۳ گویای این واقعیت است که افزایش سن و شدت مخالفت با کار زن در خارج از خانه، دارای همبستگی مثبتی هستند و شدت مخالفت در میان بی‌سوادان بیشتر است.

در پاسخ به این پرسش که: "به نظر شما آیا حجاب برای زن لازم است؟" اکثریت قابل توجهی (۶۷/۳٪) پاسخ مثبت دادند، نسبت مخالفین برابر با ۲۳/۸٪ بود و ۷/۶٪ اظهار داشتند که در این مورد فرقی حس نمی‌کنند. بنابراین اکثریت با موافقین حجاب است. موافقت زنان با حجاب اندکی بیش از مردان بوده است (۶۸/۵٪ در مقابل ۶۶٪) و این نتیجه در مقایسه با بررسی‌های انجام شده در سال‌های گذشته تا حدودی متفاوت است، چرا که در گذشته گرایش مردان به حجاب بیشتر از زنان بوده است. کسانی که در گروه‌های سنی بالاتری قرار دارند در مقایسه با جوان‌ترها بیشتر بر ضرورت حجاب تأکید می‌کنند. رابطه‌ای بسیار قوی از نظر آماری میان نظر افراد در مورد حجاب و سطح تحصیلات آنها وجود دارد ($P < 0/001$). در حالی که ۸۷/۴٪ از بی‌سوادان حجاب را امری ضروری می‌دانند این نسبت در میان کسانی که دارای تحصیلات در حدود لیسانس و بالاتر هستند به حدود ۱۷/۵٪ می‌رسد. از این نظر تفاوت چندانی میان عقاید بی‌سوادان و کسانی که تحصیلات تا حدود ابتدائی دارند دیده نمی‌شود و تغییر عقاید از حدود تحصیلات متوسطه به بعد است که عملاً می‌تواند مطرح شود. تفاوت قابل توجهی میان عقاید افراد وابسته به قشرهای مختلف شغلی وجود دارد. نسبت کارمندان عالی‌رتبه‌ای که حجاب را لازم می‌دانند ۲۹/۲٪ است و حال آنکه ۸۷/۵٪ از پیشه‌وران ضرورت حجاب را تأیید می‌کنند. این نسبت در میان کارگران به حدود ۹۰/۹٪ می‌رسد. در همین زمینه باید اضافه

کنیم که به سرار افزایش سطح درآمد داشته، خانوار از شدت گرایش به حجاب کاسته می‌شود. به عنوان مثال در دو گروه کمتر از ۳ هزار تومان و ۹ تا ۱۰ هزار تومان درآمد، نسبت موافقین حجاب به ترتیب $93/3\%$ و $29/7\%$ است. بررسی پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران^۱ در سال ۱۳۵۳ در سطح کل کشور نشان دهنده موافقت بیشتری با حجاب است. بررسی مزبور نسبت موافقین با حجاب را حدود 75% نشان می‌دهد و در حالی که 66% از پاسخگویان گروه سنی ۲۴ - ۱۵ ساله با حجاب موافقت داشتند در گروه سنی ۶۵ سال و بالاتر این نسبت برابر با 86% بوده است. بر همین اساس 86% از روستاییان و 60% از شهرنشینان با حجاب موافق بوده‌اند.

چنان‌که پیش از این اشاره کردیم در میان ارزشهای اجتماعی وابسته به زن نجابت دارای اهمیت بسیار زیادی است. با این پیش‌فرض بود که از پاسخگویان خواسته بودیم بگویند: "اگر زنی به شوهرش خیانت کرد، در حق آن زن چه باید کرد؟" عکس‌العملهای به دست آمده بر اساس اهمیت نسبی عبارت بودند از: طلاق ($49/6\%$)، نصیحت و راهنمایی ($16/4\%$)، کشتن ($14/6\%$)، تنبیه شدید ($5/2\%$) و چشم‌پوشی و اغماض ($1/1\%$). نتیجه کلی آن که جامعه در مقابل خیانت زن بسیار سخت‌گیر است. در چنین حالتی زنان در مقایسه با مردان کمتر طلاق را پیشنهاد می‌کنند اما موافقت آنها با تنبیهات شدید بیشتر از مردهاست. نکته‌ای که در این زمینه جالب به نظر می‌رسد آن است که در حالی که $11/5\%$ از مردان کشتن زن را در صورت خیانت مجازات لازم می‌دانند این نسبت در میان زنان به $17/5\%$ افزایش پیدا می‌کند. به موازات افزایش سن پاسخگویان شاهد اضافه

۱ - اسدی، علی و همکاران، گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران، ص ۱۵۱.

شدن بر شدت سخت‌گیری آندیه‌ستیم در دو گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله و ۵۹-۵۵ ساله به ترتیب ۴۲/۲٪ و ۶۴/۶٪ از پاسخگویان در حالت فوق راه‌حل طلاق را ارائه می‌دهند. در حالی که ۲۵/۷٪ از بی‌سوادان اظهار داشتند در صورت خیانت مجازات زن مرگ است، این نسبت در میان دیپلمه‌ها برابر با ۱۳٪ است. به طور کلی به موازات افزایش سطح سواد از شدت عکس‌العمل‌ها کاسته می‌شود. کسانی که دارای بالاترین میزان از انجام تکالیف مذهبی هستند گرایش بسیار بیشتری به شدت عمل در مقابل خیانت از طرف زن‌ها دارند و در مقابل کسانی که رفتارهای مذهبی را به طور ناقص انجام می‌دهند و یا اصولاً "انجام نمی‌دهند" گرایش بیشتری به راه‌حل‌های ملایم‌تر دارند. در همین زمینه باید اضافه کنیم که کسانی که بیشتر از وسایل ارتباط جمعی استفاده می‌کنند به نسبت خیلی کمتری کشتن زن را به عنوان عکس‌العملی در مقابل خیانت او مطرح می‌کنند.

۵-۵- فرزند و خانواده: در این زمینه اولین نکته‌ای را که مورد توجه قرار دادیم جنس فرزند (دختر یا پسر بودن) بود. موضوع را به این ترتیب مطرح کردیم که پرسیدیم: "فرض کنید خداوند به شما فقط یک بچه بدهد، در این صورت بهتر است پسر باشد یا دختر؟" در مقابل این پرسش اکثریت جامعه آماری (۶۲/۹٪) اظهار داشتند که فرقی نمی‌کند. در مرتبه بعد نسبت ۲۷/۵٪ کسانی است که تمایل به داشتن فرزند پسر داشتند. نسبت کسانی که علاقمند به داشتن فرزند دختر بودند برابر با ۹/۵٪ بوده است. آزمون آماری فرض وجود رابطه میان نوع پاسخ در این مورد و جنس پاسخگویان را تأیید می‌کند ($P < 0.05$). گرایش به فرزند پسر در میان مردان شدت بیشتری دارد و در مقابل فرزند دختر بیشتر مطلوب زن‌هاست. عاملی که در این زمینه نقش‌چندان قابل ملاحظه‌ای ندارد.

در پاسخ به این پرسش که به نظر شما پدر و مادر تا چه موقع باید هزینه

زندگی بچه‌هایشان را تاءمین کنند اکثریت جامعه آماری این زمان را تا موقع ازدواج تعیین می‌کند ، که مؤید احساس مسئولیت بیشتر خانواده تا آن زمان است . نسبت کسانی که این زمان را تا پایان تحصیلات دبیرستانی و دانشگاهی تعیین کرده‌اند به ترتیب $۹/۶\%$ و $۲۲/۲\%$ است . در همین زمینه باید اضافه کنیم که به اعتقاد $۸/۶\%$ از پاسخگویان مسئولیت خانواده تا زمان احتیاج فرزندان و صرف نظر از در نظر گرفتن عواملی مانند تحصیل و یا ازدواج باید ادامه داشته باشد . به طور کلی زنان حوزه زمانی مسئولیت خانواده را در مقایسه با مردان در افقی گسترده‌تر طرح می‌کنند . چرا که نسبت زنانی که مسئولیت خانواده را تا موقع ازدواج و یا زمان نیاز آنها ارائه می‌دهند از مردان بیشتر است .

فرستادن دختران برای ادامه تحصیل به خارج و رابطه دادن آن با آداب و رسوم جاری از مواردی است که تاءثیرات فشارهای فرهنگی را بر افراد تا حدودی مشخص می‌کند . در این زمینه سؤال کردیم : " اگر دختری داشته باشید و بخواهید او را برای تحصیل به خارج از کشور بفرستید و این کار با آداب و رسوم محلی که در آن زندگی می‌کنید سازگاری نداشته باشد در این صورت چه تصمیمی می‌گیرید؟ " اکثریت گروه مورد مرلجهه ما ($۴۲/۱\%$) اعلام داشتند که از آداب و رسوم محلی پیروی خواهند کرد و در مقابل $۲۹/۷\%$ اظهار کردند که دختر خود را برای تحصیل به خارج خواهند فرستاد ، که باید گروه اخیر را مقاومین در مقابل فشارهای سنتی جامعه دانست . مقاومت در مقابل آداب و رسوم جامعه در میان مردان شدت بیشتری دارد و در مقابل زنان به نسبت بیشتری از آداب و رسوم تبعیت می‌کنند . مقاومت در مقابل تاءثیرات فرهنگی در میان جوانان عمومیت بیشتری دارد .

مسئولیت والدین نسبت به فرزندان ، به ویژه در ایران و در مورد فرزندان دختر به ازدواج ختم نمی‌شود و تا سالها بعد ادامه می‌یابد ، که البته این احساس مسئولیت در سال‌های اولیه ازدواج فرزندان بیشتر

است . این نکته را در قالب این سؤال مطرح کردیم : " بعضی از پدر و مادرها معمولاً " وقتی دخترشان می‌خواهد شوهر کند به او می‌گویند هر وقت به مشکلی برخورد کردی آن را با ما در میان بگذار تا راهنمائی کنیم . بعضی دیگر می‌گویند از این لحظه به بعد حق نداری مشکلات خود را برای ما بازگو کنی و باید خودت آن را حل کنی . نظر شما در این مورد چیست ؟ " در مقابل این پرسش اکثریت جامعه آماری (۵۰٪) اظهار داشتند که از فرزندشان خواهند خواست تا مشکلات خود را با آنها در میان گذارد و عده کمتری (۳۵/۳٪) اعلام کردند که از فرزند خود خواهند خواست تا خودش شخصاً مشکل را حل کند . بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که گرایش اصلی مبتنی بر اتکاء دادن فرزند به خانواده است . در میان افرادی که در گروه پای سنی بالاتر قرار دارند روحیه متکی کردن فرزند به خانواده شدت بیشتری دارد و گرایش کلی جوان‌ترها مبتنی بر آموزش فرزند به تصمیم‌گیری مستقل است . اطلاعاتی که در این زمینه از یک بررسی که در سال ۱۹۷۳ در کشور ژاپن انجام گرفته در دست است^۱ حاکی است که گرایش به استقلال بخشیدن به فرزند دختر در حل مسائل خویش در آنجا در مقایسه با ایران شدت بیشتری دارد (علیرغم اهمیت زیاد خانواده در ژاپن) ، چرا که ۴۲٪ از ژاپنی‌ها اعتقاد داشته‌اند که هرکس باید قادر باشد مسائل خویش را خودش حل کند .

بخش ششم

گرایشها و رفتارهای مذهبی

در بخش مربوط به اعتقادات و رفتارهای مذهبی، اهم مسائل به دو شکل مورد بررسی قرار گرفت. در مرتبه نخست برخی از رفتارهای مذهبی یعنی: نماز خواندن، روزه گرفتن، شرکت در نماز جماعت، دادن خمس و زکات، زیارت اهل قبور و شرکت در انجمنها هرکدام از نظر میزان عمومیت و در رابطه با برخی از متغیرهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مورد توجه قرار گرفتند. آنگاه کوشش کردیم که از طریق جمع بندی تمامی این رفتارها و وزن دادن به هریک از نظر شدت گرایش فرد به آنها (انجام رفتارهای مزبور به شکل: همیشه، گاهی، بندرت و هرگز) شاخصی تحت عنوان میزان مذهبی بودن بسازیم که از آن بتوانیم هم در زمینه شناخت مذهبی استفاده کنیم (متغیر وابسته) و هم آن را برای توجیه سایر پدیده های رفتاری و گرایشها (ارزشهای اجتماعی، خانواده، وسایل ارتباط جمعی و...) به عنوان یک متغیر مستقل به کار گیریم.

در ابتدا باید اشاره کنیم که نسبت جمعیت مسلمان مورد مطالعه ما دارای اکثریت قاطع است و برابر با $۹۲/۶\%$ از کل گروه مورد بررسی می باشد. پیروان سایر ادیان به ترتیب عبارتند از مسیحی (۳%)، یهودی ($۱/۴\%$) و زردشتی ($۰/۶\%$). این ترکیب به طور کلی با اطلاعات حاصل از سرشماری سال ۱۳۵۵ (در شهر تهران) تطابق دارد.

۱-۶- شاخص میزان مذهبی بودن: اطلاعات ما در مورد این شاخص، که به نحوه ایجاد آن اشاره شد و در نهایت بین ۶ (عدم انجام هیچیک از رفتارهای مذهبی) تا ۲۴ (انجام کلیه رفتارهای مذهبی به نحو منظم) در نوسان است (با فاصله ۴) شاخصی از وجود میانگین $۱۴/۲$ (با انحراف معیار برابر با $۳/۱$) و سده نما برابر با ۱۵ است که در مجموع نشانی از گرایش قابل توجه به انجام رفتارهای مذهبی است. نسبت کسانی که هیچیک از رفتارهای مذهبی را انجام نمی دهند برابر با $۳/۸\%$ است و در مقابل نسبت

درواهی که تمامی رفتارهای مذهبی (اعم از اصلی و فرعی) را به طور منظم انجام می دهند ۱/۷٪ است. البته باید توجه داشت که همه رفتارهای مذهبی از نظر افراد دارای اهمیت یکسان نیستند و به نحوی که در زیر خواهیم دید برخی از آنها مانند: نماز و روزه دارای عمومیتی به مراتب بیشتر هستند. عدم انجام رفتارهای مذهبی به طور کلی در میان مردان عمومیت بیشتری دارد. در حالی که ۵/۱٪ از مردان هیچیک از رفتارهای مذهبی را انجام نمی دهند این نسبت در میان زنان برابر با ۲/۶٪ است، اما در مقابل انجام کلیه رفتارهای مذهبی به نحو منظم نیز در میان آنان عمومیت بیشتر دارد. به عبارت دیگر افراد و تفریط از ویژگی های رفتاری مردان است، که بی شک با شرایط خاص آنان در بطن جامعه نیز در ارتباط است. نهایت این که آزمون آماری هم فرض وجود رابطه میان شاخص مذهبی بودن و جنس را تأیید می کند (P < ۰/۰۱). به موازات افزایش سن بر میزان انجام رفتارهای مذهبی افزوده می شود و حالت کاملاً "مخالف آن" (عدم انجام مطلق این رفتارها) در گروه های سنی تا ۳۹ سال عمومیت بیشتری دارد (بخصوص گروه سنی ۱۹ - ۱۵ سال).

۲-۶- نماز خواندن: نماز خواندن رایج ترین رفتار مذهبی است و به طور منظم در میان حدود ۶۲٪ از گروه مورد بررسی ماصورت می گردد. ۱۵٪ از پاسخگویان گاهگاهی و ۴/۱٪ از آنها به ندرت نماز می خوانند. نسبت افرادی که هرگز نماز نمی خوانند برابر با ۱۲/۶٪ است، که در نهایت گروه نمازخوان اکثریت قابل توجهی دارند. آزمون آماری فرض وجود رابطه میان جنس و نماز خواندن را تأیید می کند (P < ۰/۰۰۱)، به این نحو که نماز خواندن در میان زنان عمومیت و نظم بیشتری دارد (۷۲/۸٪ در مقابل ۵۱/۱٪ در مقابل مردان). به ترتیب ۱۹/۱٪ از مردان و ۶٪ از زنان هرگز نماز نمی خوانند. همچنین با افزایش سن نماز خواندن عمومیت و نظم زیادی پیدا می کند. در شرایطی که ۵۱/۹٪ از ۱۹ - ۱۵ ساله ها

به طور منظم نماز می خوانند نسبت مورد بحث در میان افرادی که بیش از ۵۰ سال دارند به ۷۸/۵٪ می رسد . با بالا رفتن سطح تحصیلات از میزان نمازخواندن کاسته و بر بی نظمی و یا عدم انجام آن افزوده می گردد . در رابطه با گروه شغلی نیز تضادهایی مشهود است . به عنوان نمونه نسبت کسانی که به طور منظم نماز می خوانند در میان پیشه‌وران از سایر گروههای شغلی بیشتر است (۸۷/۵٪) و در مراتب بعد به ترتیب زنان خانداندار (۸۱٪) و کارگران قرار میگیرند و رابطه آماری میان وضع اشتغال و نماز خواندن معنی دار است (۰/۰۰۱ < P) . با این که پیوستگی میان گروه شغلی و نماز خواندن زیاد است اما در رابطه با سطح درآمد خانوار چنین ارتباطی (به آن شدت) مشاهده نمی شود ، هرچند که ترک نماز در گروههای خیلی پر درآمد اندکی بیشتر است . طبیعی است که نتایج حاصل از بررسی ما در تهران با نتایج یک بررسی در چند سال قبل از برخی جهات قدری متفاوت باشد . بررسی پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران^۱ در سال ۱۳۵۳ در مناطق شهری و روستایی ایران حاکی است که ۸۳٪ از جمعیت مورد بررسی اظهار داشتند که به طور منظم نماز می خوانند و نسبت کسانی که هیچگاه نماز نمی خواندند حدود ۸٪ بود . نتایج این بررسی در مورد رابطه نمازخواندن با متغیرهای سن ، سواد و قشر شغلی به طور کلی با نتایج بررسی حاضر انطباق دارد . در مورد شرکت در نماز جماعت وضع تا حدودی متفاوت است . با این که حدود ۴۷/۸٪ از پاسخگویان به نحوی از انحاء (اعم از منظم یا بندرت) در نماز جماعت شرکت می کنند ، نسبت افرادی که اظهار داشتند به طور منظم در آن شرکت می کنند برابر با ۷/۴٪ است

۱- اسدی ، علی و همکاران . گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران . تهران : پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران . ۱۳۵۶ .
ص ۱۷۲ - ۱۷۱ .

که نسبت بیشتری از آنان را زنان تشکیل می دهند . مشارکت منظم در نماز جماعت به مرزات افزایش سن پاسخگویی و تنزل میزان درآمد خانوار فزونی می گیرد . در میان قشرهای اجتماعی پیشه‌وران با نظم خیلی بیشتری (۶۲/۵٪) در این مراسم شرکت می کنند و بقیه قشرهای شغلی دارای مشارکت خیلی اندکی هستند و در میان غیر شاغلین شرکت محصلین و دانشجویان از همه کمتر است .

۳-۶- روزه گرفتن : با این که ۴۷٪ از جمعیت مورد مطالعه ما به طور مرتب همه ساله روزه می گیرند ، اما عمومیت آن - به علت اهمیت و شرایط خاصی که واجد است - به اندازه نماز نیست . علاوه بر این نسبت کسانی هم که هرگز روزه نمی گیرند (۲۵/۴٪) از نسبت کسانی که هرگز نماز نمی خوانند به میزان قابل توجهی بیشتر است . در مقایسه با مردان ، زنان با نظم بیشتری روزه می گیرند . از سوی دیگر نسبت مردان و زنانی که هرگز روزه نمی گیرند به ترتیب ۲۵/۳٪ و ۱۵/۵٪ است ($P < 0/05$) . الگوی کلی رابطه سایر متغیرهای مورد توجه (سن ، تحصیلات ، شغل و درآمد) با روزه گرفتن ، تفاوت چندانی با نماز خواندن ندارد ، و به عنوان مثال رابطه آن با سطح سواد معکوس و با سن مستقیم است . همچنین روزه گرفتن به ترتیب در میان پیشه‌وران ، زنان خانه‌دار و کارگران عمومیت بیشتری دارد ، و در میان گروه کم درآمد (کمتر از ۳ هزار تومان درآمد ماهانه) روزه گرفتن با نظم خیلی بیشتری همراه است و هر قدر بر میزان درآمد افزوده می شود بر نسبت کسانی که هرگز روزه نمی گیرند افزوده می شود (با نظم آماری به مراتب بیشتر از آنچه که در مورد نماز و روزه ذکر شد) است . بررسی سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران^۱ در سال ۱۳۵۳

۱- سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران . طرح بررسی تاءثیر تلویزیون بر شهر یزد . تهران ، کمیته سنجش افکار و تحقیقات اجتماعی

در شهر بزد نشان می دهد که $84/3\%$ از پاسخگویان اظهار کرده اند که همیشه در ماه رمضان روزه می گیرند و فقط $1/5\%$ گفته اند که هرگز روزه نمی گیرند. از سوی دیگر بررسی پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ابران^۱ در همان سال (۱۳۵۳) در مناطق شهری و روستایی ابران حاکی است که 79% از پاسخگویان به طور منظم همه ساله روزه می گرفتند و از این نظر تفاوتی میان زن و مرد مشاهده نشده است. عوامل سواد، سن و قشر شغلی دارای نقش مشابهی هستند.

۴-۶- نذر و نیاز: با توجه به این پیش فرض که توسل به نذر و نیاز در ایران دارای عمومیت قابل توجهی است از پاسخگویان سؤال کردیم: "بعضی از مردم برای برطرف شدن گرفتاریهایشان نذر و نیاز می کنند، آیا شما با این کار موافقید؟" در پاسخ به این پرسش $60/5\%$ انجام آن را تأیید کردند، که حاکی از تسلط باورداشتهای مذهبی است، هرچند که نسبت قابل توجهی نیز $(28/8\%)$ با آن مخالف بودند. گرایش زنان و مردان در این زمینه بسیار متفاوت است $(P < 0/001)$ ، چرا که این کار مورد توجه $72/2\%$ زنان و فقط $49/2\%$ مردان است. سطح آموزش از جمله عوامل مهم اثرگذار در جبهه گیری در مقابل نذر و نیاز است $(P < 0/001)$ و نوعی رابطه معکوس میان آن دو برقرار است. نظیر این رابطه را نیز در ارتباط با درآمد خانوار مشاهده می کنیم. در گروههای کم درآمد نذر و نیاز شیوع بیشتری دارد. بر همین روال کسانی که بیشتر از وسایل ارتباط جمعی استفاده می کنند به میزان کمتری به نذر و نیاز روی می آورند.

۵-۶- سایر رفتارهای مذهبی: در میان سایر رفتارهای مذهبی باید به ترتیب اهمیت از نظر شدت عمومیت از پرداخت خمس و زکات، زیارت اهل قبور و شرکت در انجمن ها و هیئت های مذهبی یاد کنیم. حدود 23% از پاسخگویان به طور منظم خمس و زکات خود را پرداخت می کنند و نسبت کسانی که اصلاً آن را پرداخت نمی کنند

۱- اسدی، علی و همکاران. گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران. ص: ۷۷-۱۷۱.

برابر با ۴۵/۲٪ است (بقیه در شرایط بینابین قرار دارند) . پرداخت منظم خمس و زکات بیشتر مورد توجه زنان و افراد بزرگسال است . در میان قشرهای شغلی پیشه‌وران به آن رغبت بیشتری نشان می‌دهند و در میان کارمندان و صاحبان مشاغل آزاد پرداخت خمس و زکات چندان مورد توجه نیست . با توجه به این که خمس و زکات جنبه مالی دارد مشاهده می‌کنیم که از یک طرف پرداخت آن در خانواده‌های متوسط درآمد رواج دارد و از طرف دیگر پرداخت آن در خانوارهای پردرآمد به طور نسبی از خانواده‌های کم درآمد کمتر است . به عبارت دیگر تهیدستان در مقایسه با افراد مرفه رغبت بیشتری به پرداخت خمس و زکات از خود نشان می‌دهند .

بررسی سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران^۱ در سال ۱۳۵۳ در شهر یزد حاکی از این است که فقط کمی بیش از یک چهارم از پاسخگویان (۲۶/۶٪) گفته‌اند که به طور مرتب خمس و زکات می‌پرداختند و ۵/۱٪ اظهار داشتند که هیچوقت خمس و زکات نمی‌پردازند . در همین زمینه بررسی پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران^۲ در همان سال (۱۳۵۲) در مناطق روستایی و شهری ایران حاکی است که ۳۴٪ از افراد اعلام داشتند که به طور منظم خمس و زکات می‌پرداختند . در این مطالعه نسبت کسانی که خمس و زکات می‌پرداختند با سطح تحصیلات رابطه معکوس و با سن رابطه‌ای مستقیم داشت . زیارت اهل قبور با این که نظم قابل مقایسه با سایر رفتارهای مذهبی را ندارد . اما به نسبت پرداخت خمس و زکات مورد غفلت نیست ، چرا که فقط ۱۰/۷٪ از پاسخگویان اظهار داشتند که هیچگاه به انجام

۱ - سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران ، طرح بررسی تاءثیر تلویزیون در

شهر یزد ، ص ۲۹۶ .

۲ - اسدی ، علی و همکاران ، گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در

ایران . ص ۱۷۷ - ۱۷۱ .

آن مبادرت نمی‌کنند ، در حالی که ۱۷/۷٪ منظمًا " به زیارت اهل قبور می‌روند . به علت ماهیت خاص این رفتار مذهبی نسبت کسانی که گاهیگاهی به انجام آن مبادرت می‌ورزند از سایر حالات بیشتر است و به ۴۰/۷٪ می‌رسد . این رفتار در میان زنان و مردان به نحو یکسانی انجام می‌شود ، اما در میان بزرگسالان عمومیت به مراتب بیشتری دارد . به موازات افزایش سطح تحصیلات از گرایش به زیارت اهل قبور کاسته می‌شود و همانند سایر رفتارهای مذهبی گرایش به آن در میان پیشه‌وران از همه مشائخ دیگر بیشتر است .

شرکت منظم در انجمن‌ها و هیئت‌های مذهبی مورد توجه ۱۳/۷٪ از پاسخگویان است و عده‌ای برابر با ۳۶/۷٪ اعلام داشتند که هیچگاه در این جلسات شرکت نمی‌کنند . از این نظر تفاوتی میان زن و مرد دیده نمی‌شود و افراد میان سال در مقایسه با جوانان و بزرگسالان به نسبت بیشتری شرکت می‌کنند . در حالی که فقط ۲۷/۶٪ از بی - سوادان هیچگاه در این جلسه‌ها شرکت نمی‌کنند در میان لیسانسیه‌ها این نسبت به ۷۱/۴٪ افزایش می‌یابد . در میان قشرهای شغلی پیشه‌وران همانند اغلب رفتارهای مذهبی مشارکت بیشتری دارند . در حالی که ۱۰/۴٪ از کارمندان در این مراسم منظمًا " شرکت می‌کنند این نسبت در میان پیشه‌وران به حدود ۳۷/۵٪ می‌رسد .

۶-۶- آموزش مذهبی : با توجه به این که آموزش مذهبی غالباً با سایر انواع آموزش مورد مقایسه قرار می‌گیرد سئوالی را به این شکل مطرح کردیم که : "به نظر شما برای بچه‌ها آموزش مذهبی لازم‌تر است یا آموزش علمی ؟" اکثریت جامعه آماری (۶۴٪) اعتقاد داشتند که آموزش مذهبی و آموزش علمی هر دو لازم است . از سوی دیگر نسبت افرادی که آموزش علمی و یا آموزش مذهبی را بر دیگری ترجیح داده‌اند به ترتیب ۱۸/۷٪ و ۱۶/۱٪ بوده است . نهایت اینکه اکثریت افراد اعتقاد به ضرورت هر دو دارند . زنان به طور کلی رجحان بیشتری

برای آموزش مذهبی قائل هستند تا مردان ، و به موازات افزایش سن پاسخگویان از گرایش آنها به آموزش علمی صرف کاسته و بر ضرورت آموزش مذهبی بیشتر تأکید می‌کند . با این که کسانی که دارای تحصیلات بیشتری هستند (بدویژه در سطح دانشگاه) برای آموزش علمی ضرورت بیشتری قائل شده‌اند ، اما در عین حال در میان آنان نیز گرایش به هر دو نوع آموزش (علمی و مذهبی) دارای اهمیت ویژه‌ای است . هر چند که تکیه بر آموزش مذهبی در میان کارگران شدت بیشتری دارد زلی تمامی قشرهای شغلی ضرورت هر دو نوع آموزش را تأکید می‌کنند . از رابطه شاخص میزان مذهبی بودن با گرایش افراد در مورد نوع آموزش این نکته استنباط می‌شود که وقتی بر میزان مذهبی بودن افزوده می‌شود آموزش مذهبی بیشتر حالت ترجیحی پیدا می‌کند . اما رابطه کاربرد وسایل ارتباط جمعی توسط فرد و گرایش فکری او در این زمینه حالت معکوس دارد . به این ترتیب که مثلاً " وقتی افراد فقط از یک وسیله ارتباطی استفاده می‌کنند ۲۰٪ آنها عقیده دارند که باید به آموزش اولویت داد ، اما وقتی که تعداد وسائل ارتباطی مورد استفاده به پنج وسیله افزایش می‌یابد این نسبت به ۱۳/۸٪ تنزل می‌یابد .

۷-۶- آینده نگری نسبت به مذهب : با توجه به این نکته که گرایش‌های جاری در یک زمینه در آینده نگری افراد نسبت به آن زمینه خاص می‌تواند مؤثر واقع شود به هنگامی که سؤال کردیم " به نظر شما در کشور ما ، در پنج سال آینده توجه به مذهب بیشتر خواهد شد یا کمتر ؟ " اکثریت کاملاً قابل توجهی از پاسخگویان که برابر با ۸۳/۱٪ است اعلام کردند که توجه به مذهب در آینده بیشتر خواهد شد و فقط ۸/۱٪ گفتند که گرایش به مذهب در آینده کمتر خواهد شد . زنان و بزرگسالان نسبت به رشد مذهب در آینده خوش‌بینی بیشتری دارند و از طرف دیگر با افزایش سطح سواد بر نسبت کسانی که اعتقاد دارند توجه در آینده نسبت به مذهب کمتر خواهد شد افزایش می‌یابد . به

عنوان مدال در حالی که ۱/۱٪ از بی سوادان چنین نظری را ارائه کرده‌اند این نسبت در میان کسانی که دارای درجه، فوق لیسانس هستند ۳۳/۷٪ افزایش می‌یابد. خوش بینی پیشه‌وران نسبت به آینده، مذهب از همه، قشرهای شغلی دیگر بیشتر است، چرا که ۱۰۰٪ آنها اعلام کرده‌اند در آینده مذهب وضع بهتری پیدا خواهد کرد.

بخش دهم

رفتارها و گرایشهای اقتصادی

در اقتصادی که مالکیت خصوصی ابزار تولید منشاء فعالیت‌های اقتصادی است، رفتار افراد اجتماع در بازار نقش تعیین‌کننده در تخصیص منابع تولید و در نتیجه روند توسعه اقتصادی جامعه دارد. گرایشهای اقتصادی افراد عموماً "در قالب سیستم ارزشهای جامعه شکل می‌گیرد و بصورت تصمیمات روزمره متجلی می‌گردد. مثلاً" اگر توجه جامعه بیشتر به مال و ثروت باشد افراد اکثراً "متمايل به مال‌اندوزی و جمع‌آوری ثروت می‌شوند و مسلماً" تصمیمات روزمره آنها از این منبع ارزشی تغذیه می‌کند. همانگونه که سیستم ارزشی هر جامعه در طول زمانی طولانی بوجود می‌آید. تغییر آن نیز باهستگی صورت می‌گیرد. ولی در مقابل نمی‌توان انکار کرد که ارزشهای جامعه متحول می‌شوند و در بستر حرکت‌های اجتماعی تغییر می‌کنند.

آنچه را که در نظر داریم در این بخش دنبال کنیم، بررسی ارزشهای اقتصادی جامعه، البته در ارتباط با دیگر جنبه‌های اجتماعی، می‌باشد. به عبارت دیگر، هدف آنست که در مرحله اول گرایشها و رفتارهای اقتصادی جامعه مورد بررسی را بشناسیم و سپس ارتباط آنان را با شرایط موجود جامعه پی‌جوئی کنیم. بررسی تحول رفتارها و گرایشهای اقتصادی در بستر تحولات اقتصادی - سیاسی جامعه فقط در مراحل بعدی تحقیق، یعنی پس از پی‌گیری هریک از پدیده‌های مورد نظر در سالهای آینده، امکان‌پذیر می‌گردد.

۱-۷- الگوها و ارزشهای اقتصادی

آنچه را که در این قسمت بررسی می‌کنیم دیدگاه اقتصادی افراد جامعه مورد بررسی نسبت به پدیده‌های مختلفی است که نقش تعیین‌کننده در تحلیل استراتژی توسعه اقتصادی کشور بازی می‌کند.

ما جامعه مورد بررسی را که اصولاً "جامعهای سنتی و مذهبی می باشد و فقط چند سالی است که بشدت در معرض طرز تفکر غربی قرار گرفته، در مقابل این پرسش قرار دادیم که " بنظر شما مردم امروز جامعه ما بیشتر بدنبال مادیات هستند یا معنویات ". پاسخ این سؤال باتوجه باینکه اطلاعات آن در خرداد ماه ۱۳۵۸ یعنی فقط چند ماه پس از تغییر رژیم جمع آوری شده درخور توجه است . ۷۲/۵ درصد از پاسخگویان معتقد بودند که مردم جامعه بیشتر بدنبال مادیات هستند و فقط ۲۵ درصد اظهار داشتند که معنویات، بیشتر مورد نظر افراد جامعه است .

در میان جامعه مورد بررسی مردان کمی بیشتر از زنان گرایش به مادیات در جامعه را تایید کردند (۷۶ درصد از مردان در مقابل ۶۹ درصد از زنان) . این اعتقاد با سن پاسخگویان نسبتی معکوس دارد بترتیبی که افراد مسن تر کمتر معتقد به گرایش جامعه به معنویات هستند (۷۶/۳ درصد از ۲۰-۲۹ ساله ها در برابر ۶۴/۶ درصد از ۵۰-۵۹ ساله ها) . درجه اعتقاد به مادی گرایی در جامعه مورد بررسی رابطه معنی داری با سطح تحصیل آنان داشته است . بنحوی که هرچه سطح تحصیل افراد افزایش یافته، بیشتر جامعه خود را مادی گرا یافته اند (۵۶ درصد از بی سوادان در مقابل ۹۳ درصد از دارندگان فوق لیسانس) . بررسی ما همچنین نشان می دهد که نوع اعتقاد پاسخگویان با نوع اشتغال آنان نیز رابطه ای معنی دار دارد . در حالی که فقط ۵۹ درصد از کارگران معتقد به گرایش بیشتر جامعه به مادیات است ، بیش از ۸۷ درصد از پیشه وران و کارمندان عالیرتبه ، جامعه را بیشتر مادی گرا پنداشته اند . و بالاخره باور حدود ۶۵ درصد از خانم های خانداندار که ۳۵ درصد از

جامعه مورد بررسی را تشکیل می‌دهند برآنست که جامعه توجه بیشتری به مادیات دارد .

بررسی رابطه این تغییر با میزان درآمد پاسخگویان گویای رابطه‌ای بدیهی است زیرا افزایش درآمد چون افزایش سطح تحصیل اعتقاد به مادی‌گرایی جامعه را در بین گروه مورد بررسی افزایش می‌دهد . یعنی در حالی که فقط ۶۱ درصد از افراد کم درآمد (کمتر از ۳۰۰۰ تومان در ماه) گرایشات مادی جامعه را غالب دیده‌اند ، بیش از ۸۶ درصد از افراد متمکن (۹ هزار تومان در ماه به بالا) این باور را اعلام داشتند . و بالاخره افزایش اعتقادات مذهبی پاسخگویان در اعلام نظر آنها موثر بوده بطوریکه هرچه افراد مذهبی‌تر بودند ، اعتقاد آنان به گرایشات مادی جامعه کاهش یافته است .

گرایشات اقتصادی جامعه را می‌توان از دیدگاههای دیگریز مورد بررسی قرار داد . بدین لحاظ از جامعه مورد بررسی سؤال شد که " اگر ثروت زیادی در اختیار شما قرار گیرد که بتوانید تا آخر عمر در آسایش باشید در این صورت آیا همچنان به کارکردن ادامه خواهید داد؟ " . ۷۶ درصد از پاسخگویان باین سؤال پاسخ مثبت داده‌اند در حالی که پاسخ ۲۱ درصد از آنان منفی بوده است . ترکیب پاسخ باین سؤال تقریباً " مشابه با پاسخی است که در بررسی ژاپن بدست آمده است زیرا ۷۰ درصد از ژاپنی‌ها باین پرسش پاسخ مثبت داده‌اند و ۲۵ درصد جواب را منفی اعلام داشته‌اند^۱ .

1- Hayashi, C. Changes in Japanese thought during the past twenty years, the institute of statistical mathematics, Tokyo, Japan, 1972

و ... از افراد مورد مطالعه سؤال شد که " اگر همین امروز
 پانصد هزار تومان پول نقد داشته باشید بیش از همه آن را
 صرف چه چیز می‌خرانید کرد ؟ " ، ۲۵ درصد اعلام داشتند
 که آنرا صرف خرید منزل مسکونی خواهند کرد . بقیه افراد
 موارد هزینه‌های در ترتیب امور خیریه (۲۱ درصد) بساننداز در
 بانک (۶ درصد) ، خرید وسائل منزل (۵ درصد) تفریح و
 مسافرت (۴ درصد) و ... ذکر کرده‌اند . با توجه باینکه
 حدود ۷۵ درصد از جامعه مورد مطالعه در زمان بررسی
 دارای منزل مسکونی شخصی بوده‌اند ، این نتیجه حاصل
 می‌شود که اولین نیاز افراد جامعه تامین منزل مسکونی است .
 امکان کار کردن موهبتی است که هر فرد در جامعه مایل است
 از آن برخوردار باشد . منتهی نگرش به نوع کار در جوامع
 مختلف متفاوت است . در جوامع در حال توسعه گرایش به
 کارهای فکری گسترش می‌یابد زیرا از یک طرف توسعه آموزش
 امکان اشتغال در کارهای تخصصی را بوجود می‌آورد ، از طرف
 دیگر توسعه اقتصادی تقاضا برای چنین مشاغلی را ایجاد
 می‌کند . ولی بسیار اتفاق می‌افتد که روند توسعه عرضه و
 تقاضای نیروی کار در این مشاغل ، بایکدیگر هماهنگ نباشد و
 بنابراین عدم تعادل در بازار کار بوجود می‌آید . مثلاً در
 اکثر کشورهای در حال توسعه گرایش به اشتغال در کارهای
 دفتری شدت افزایش می‌یابد و در مقابل کار کردن به عنوان
 یک کارگر و یا کشاورز ، کم‌اهمیت جلوه می‌کند . مسلماً
 گرایش‌هایی از این قبیل می‌تواند ناشی از توسعه ناهماهنگ
 بخش‌های اقتصادی در رابطه با بنیادهای فرهنگی جامعه
 باشد . ما برای دستیابی به گرایش‌های موجود در جامعه
 مورد بررسی ، این سؤال را مطرح کردیم که " بنظر شما ...
 کسانی که کار فکری می‌کنند از قبیل معلم ، کارمند ، و غیره ...

بیشتر برای جامعه مفیدند یا کسایکد کار بدنی می‌کند. سل کارگر و کشاورز؟" . ۱۶ درصد از صاحب‌شدگان کار بدنی را مفیدتر دانستند ، ۲۲ درصد کار فکری را و ۶۰ درصد اهمیت هر دو را به یک میزان اعلام داشتند . این توزیع با سلاج درآمد پاسخگویان رابطهای درخور توجه دارد زیرا با افزایش درآمد تکیه بر کار فکری افزایش می‌یابد . مثلاً " حدود ۲۷ درصد از افراد کم درآمد (زیر ۳۰۰۰ تومان در ماه) کار بدنی را مفیدتر از کار فکری تشخیص می‌دهند و در مقابل حدود ۲۶ درصد کار فکری را مفیدتر می‌دانند . لکن این نسبت در گروههای بالاتر درآمد کاملاً " تغییر می‌کند . به عنوان نمونه در میان افرادی که بیش از ۹ هزار تومان در ماه درآمد دارند تنها حدود ۱۱ درصد کار بدنی را مفیدتر از کار فکری برای اجتماع می‌دانند در حالی که حدود ۳۰ درصد از آنان نظر عکس بالا گفته را اعلام داشته و بنابراین کار فکری را مرجح می‌دانند . البته این نوع گرایشها تا حدودی طبیعی و همگون با توسعه نیروی انسانی است . ولی آنچه در بیشتر جوامع و از جمله کشور ایران اتفاق افتاده عدم تعادل در عرضه نیروی انسانی متخصص در سطوح مختلف تخصصی در مسیر رشد و توسعه اقتصادی بوده است .

عدم تعادل اقتصادی و اجتماعی ، روابط ناصحیح را جایگزین ضوابط استخدای در بازار کار می‌کند و گسترش آن کارائی را بشدت نقصان می‌بخشد و بنابراین اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی را با مشکل همراه می‌گرداند . هرچند در مقام صحبت ، همه افراد عموماً " معتقد به برقراری ضوابط می‌باشند ولی بسیار اتفاق می‌افتد که در عمل از آن پیروی نمی‌کنند . با این وجود ، پاسخگویان خود را در مقابل این

سؤال قرار دادیم که " اگر بخواهید در جایی استخدام شوید سعی می‌کنید آشنائی پیدا بکنید و بوسیله او استخدام شوید و با اینکه خودتان مستقیماً" مراجعه می‌کنید " . ۲۲ .
درصد از افراد مورد مطالعه اعلام کرده‌اند که بدنبال آشنائی خواهند گشت ولی در مقابل ۷۶ درصد از آنان ادعا بر مراجعه مستقیم نمودند .

اشغال زن در خارج از خانه مسئله‌ای است که بیشتر در خانواده‌های متجدد مطرح شده است . از یک طرف زن عاملی ارتدادی است و با توجه به گسترش نیازهای زندگی می‌تواند کمک دوزیری در راه نامین احیاجات خانواده باشد ولی از طرف دیگر مردان ایرانی اصولاً " موافقت چندانی با کار کردن زن در خارج از خانه ندارند و در سنت روستائی ایران کار زن در مزارع اساساً " همکاری با اعضای خانوار بوده و نمی‌تواند کار زن در خارج خانه بحساب آید (در بررسی پژوهشکده علوم ارتباطی در سال ۱۳۵۳ در سطح ایران ، ۷۴ درصد از مردان متأهل با کارکردن زن در خارج از خانه مخالفت کرده‌اند) ۲ .

در جوامع روستائی زن در کنار همسر خود در امر تولید شرکت می‌کرد و نقش اقتصادی خود را ایفا می‌نمود . با گسترش جوامع شهری این امکان از بین رفته و اگر قرار باشد که زن مشغول به کار شود عموماً " می‌بایست در محیطی بیگانه و شاید در بین مردان و زنان دیگر بکار اشتغال ورزد . ولی این امر با سنت‌های فرهنگی و مذهبی موافقت چندانی

۲- علی اسدی و همکاران ، گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران . پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران ، تهران ، ۱۳۵۶ ، صفحه ۱۵۱ .

ندارد و همچنین که در بخش الکیها و رفتارهای خانوادگی (بخش ۴-۵) به تفصیل آمده مخالفت افراد با کار کردن زن در خانه "رشد فرهنگی و مذهبی دارد و با افزایش سطح سراد و آگاهیهای اجتماعی این مقاومت بشدت کاهش می یابد .

موضوع دیگر قابل بحث در رفتارهای اقتصادی خانواده ، تعهد اقتصادی خانواده در مقابل فرزندان است . ما پاسخگویان خود را در مقابل این سؤال قرار دادیم که " بنظر شما پدر و مادر تا چه موقع باید هزینه زندگی بچدهایشان را تامین کنند؟ " . ۴۵/۵ درصد از افراد مورد مطالعه این تعهد را تا زمان احتیاج فرزندان اعلام داشتند . ۲۲/۲ درصد تعهد را تا زمان پایان تحصیلات دانشگاهی دانسته و بالاخره ۹/۶ درصد پایان تحصیلات دبیرستانی را ذکر کرده اند . بطوریکه بررسی ما نشان می دهد این توزیع رابطه معنی داری با سطح درآمد افراد ندارد .

۲-۷- نگرش به توسعه اقتصادی

تعریف توسعه اقتصادی کارساده ای نیست . اقتصاددانان مختلف تعاریف متفاوتی از توسعه اقتصادی ارائه داده اند . آنچه مورد قبول همگان می باشد آنست که توسعه بمفهوم افزایش مداوم کارآئی است . بنابراین اطلاق عناوین " توسعه یافته " و یا " توسعه نیافته " که مفاهیمی ایستا می باشند غیرواقعی بنظر میرسند . بدین لحاظ تمام اقصادهای موجود در حال توسعه می باشند منتهی برخی از کشورها بیشتر توسعه یافته اند و بعضی کمتر . حتی توسعه اقتصادی به مفهوم جایگزینی روشهای قدیمی تولید با روشهای نوین نمی باشد زیرا که نمی توان پایانی برای جریان توسعه اقتصادی متصور

شد . کشورهای را می توان کمتر توسعه یافتند تا رسید که
روشنای تولید در آن تغییر نمی کنند و بالعکس کشورهای در
حال توسعه شدیدتر می باشند که روش های تولید آنان بطور
دائم در حال بهبوداند . البته توسعه اقتصادی را نباید با
توسعه اجتماعی اشتباه گرفت زیرا که توسعه اقتصادی بخشی
از جریان توسعه در اجتماع می باشد .

توسعه اقتصادی از دو وجه صنعت و کشاورزی از دیرباز مورد
بحث اقتصاددانان کشورهای مختلف بوده است . از
آنجائیکه در مراحل اولیه توسعه عموماً " کشاورزی بخش عمده
تولید در اقتصاد است ، بسیاری از اقتصاددانان ، لازمه
توسعه اقتصادی را گسترش شدید بخش صنعت دانستند .
این باور گاهی تا به آنجا پیش رفته که بخش کشاورزی به
نابودی کشیده شده است . تجربه هندوستان در سالهای
گذشته مثال خوبی برای اتفاق می تواند باشد ، لکن
ملاحظات سیاسی و اجتماعی ، نظر بسیاری از اقتصاددانان
کشورهای توسعه یافته را معطوف به توسعه هماهنگ بخش
صنعت و بخش کشاورزی نموده است همچنانکه ژاپن به عنوان
یک کشور صنعتی از نظر تولید برنج که ماده غذایی اولیه
آنان را تشکیل می دهد عموماً " خودکفاست .

بحث اقتصاددانان باتوجه به عوامل مختلف اقتصادی و
اجتماعی همچنان ادامه می یابد ، ولی نظر توده مردم که
روزانه با مسائل اقتصادی دست بگریبانند کمتر مورد بررسی
قرار گرفته است . ما گروه مورد مطالعه خود را در مقابل این

سؤال قرار دادیم که " بنظر شما ایران باید بصورت یک

کشور صنعتی درآید (مانند ژاپن) یا یک کشور کشاورزی

باشد؟ " . درصد بسیار قابل توجهی از پاسخگویان

اهمیت کشاورزی تکیه کرده اند (۴۵/۹ درصد) در سائیکه

فقط ۱۵/۳ درصد رکنه بر صنعت را با اهمیت دانستند .
 البته ۲۳/۱ درصد از پاسخگويان به ترکیبی از صنعت و
 کشاورزی اشاره کرده‌اند . این توزیع مسلماً "عکس‌العکس" است
 که پاسخگويان به توسعه بی‌رویه صنعت در رژیم گذشته ،
 آنهم فقط بصورت وابسته ، نشان داده‌اند . ولی در این
 پاسخ واقعیتی نهفته است و آن اینکه کشاورزی در اقتصاد
 ایران از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد و عدم توجه بآن
 بخصوص در سالهای اخیر مشکلات اقتصادی - اجتماعی و
 سیاسی فراوانی ببار آورده است .

برای آنکه به تحریر گروه مورد مطالعه از توسعه اقتصادی دست
 یابیم از آنان سؤال کردیم که بنظر شما کدام کشور در دنیا
 از همه پیشرفته‌تر است . ۳۲/۳ درصد از پاسخگويان آمریکا ،
 ۱۴ درصد کشورهای اروپای غربی ، ۸/۱ درصد کشور اتحاد
 جماهیر شوروی و ۶/۷ درصد ژاپن را پیشرفته‌ترین کشورها
 دانسته‌اند . فقط ۲/۵ درصد از گروه نمونه کشورهای اسلامی
 را پیشرفته‌ترین اعلام داشته‌اند و اظهارات بقیه پاسخگويان
 بنحوی پراکنده است که قابل گزارش نمی‌باشد .
 ارتباط پاسخها در دو سؤال فوق درخور توجه است . از
 میان کسانی که صنعتی شدن ایران را توجیه کرده‌اند ۴۴/۱
 درصد آمریکا را پیشرفته‌ترین کشور دنیا اعلام کرده‌اند در
 صورتی که این رقم در بین افرادی که توسعه کشاورزی را
 هدف مقدم توسعه دانسته‌اند فقط ۳۴/۶ درصد است .
 بهمین ترتیب ، در حالی که ۱۵/۲ درصد از گروه اول ژاپن
 را پیشرفته‌ترین دانسته‌اند ، تنها ۴/۵ درصد از گروه
 معتقدان به توسعه کشاورزی به ژاپن به‌عنوان پیشرفته‌ترین
 کشور اشاره کرده‌اند . بهمین طریق ، در حالی که ۷/۵
 درصد از گروه کشاورزی‌خواهان کشورهای اروپایی غربی را در

زمره بیسرفته‌ترین کشورها دانسته‌اند ، ۱۴ درصد از گروه
دارندگان صنعت به این کشورها به عنوان بیسرفته‌ترین
اساره گردانند . بنابراین ملاحظه می‌شود که گرایش مردم به
روشی خاص در توسعه اقتصادی در ارتباط نزدیک با تصویری
است که از بیسرفته‌ترین کشور دارند . بعبارت دیگر ،
معتقدان به توسعه صنعت در ایران کشورهایی چون آمریکا ،
ژاپن و اروپای غربی را بیشتر در راس کشورهای توسعه یافته
قرار می‌دهند ، در حالی که هر دو گروه اظهارات مشابهی
در مورد توسعه شوروی بیان داشته و تفاوت معنی‌داری در
بین اظهارات انسان ملاحظه نمی‌شود .

۲-۷- سطح زندگی

انقلاب صنعتی در اروپا و سپس تحول و پیشرفت علوم و
فنون در قرن بیستم شکاف عظیمی در سطح زندگی کشورها
ایجاد نمود . کشورهایی که بنحوی در مسیر این تحول قرار
گرفتند سرعت از سطح زندگی بسیار بالایی برخوردار
گردیدند در حالی که سایر کشورها را در وادی سنت‌های
اقتصادی و اجتماعی باقی گذاردند . رشد صنعت در کشورهای
پیشرفته ، بندریج نیاز به بازارهای جدید را ایجاب نموده و
بدین جهت بازارهای کشورهای عقب‌مانده مورد توجه فراوان
قرار گرفت . گسترش سریع ارتباطات معرفی کالاهای جدید
را آسان نموده و بنابراین کشورهای پیشرفته توانستند
بسادتی کالاهای جدید را معرفی کرده و میل به مصرف را در
جوامع عقب‌مانده تحریک و تشویق نمایند . دیری نپائید که
این کشورها (بخصوص کشورهای غنی در منابع زیرزمینی)
بصورت بازارهای بزرگی برای کالاهای جدید درآمدند در
حالی که مصرف بسیاری از این کالاها با سنت‌ها و فرهنگ
آنان هم‌خوانی نداشت و تضادی بنیادی در فرهنگ این

جوامع مزبور آورد . البته این استدلال بدان معنی نیست که این کشورها می‌بایست از مصرف چنین کالاهائی برای همیشه محروم می‌ماندند ، لکن بدان معنی است که توسعه بدون توجه به زیربنای فرهنگی اقدامی بی‌پایه و فقط در جهت منافع کشورهای پیشرفته می‌باشد و کشورهای عقب‌مانده را با مشکلات فراوانی مواجه می‌سازد که این روزها در گوشه و کنار جهان بخصوص در کشور خودمان شاهد آن هستیم .

ما در اینجا قصد و فرصت بررسی مشکلات توسعه اقتصادی در ایران را نداریم . ولی مسلماً " مفید خواهد بود اگر بتوانیم تصور روشنی از شدت مصرف کالاهائی را که عموماً " در دهه اخیر مورد توجه اکثریت مردم قرار گرفته‌اند بدست دهیم .

بدین منظور لیست انتخاب شده‌ای از کالاها را در اختیار افراد نمونه قرار دادیم تا هر کالائی را که در منزل مورد استفاده قرار می‌دهند مشخص کنند . در این لیست کالاهائی را گنجانده‌ایم که کشورهای توسعه یافته در سطح وسیع تولید می‌کنند و یا تکنیک تولید را بصورت صنایع هوشیار در اختیار کشورهای در حال توسعه قرار داده‌اند .

جدول کالاهای مورد استفاده خانواددهای تهرانی

نام کالا	درصد مصرف
رادیو	۹۸
تلویزیون	۹۶/۲
یخچال	۹۸
اجاق گاز	۹۲/۱
کرام	۳۵
ضبط صوت	۸۳/۷
کولر	۷۴/۴

۶۰/۶	برسک
۵۷/۲	دوربین عکاسی
۵۳/۸	ایزومیل
۵۹/۱	میل
۷۲/۷	ماشین رختشویی
۳۸/۷	دوچرخه
۱۰/۸	ماشین ظرفشویی
۵۴/۴	جارو برقی
۶۴/۳	آبمیو دکتری
۵۹/۵	سناور برقی
۶۸	چرخ گوشت برقی

لازم به یادآوری است که نمونه مورد مطالعه از بین خانواده‌هایی در شهر تهران انتخاب گردیده که رادیو و تلویزیون داشته باشند ، و این عمل تاحدی قابلیت تعمیم نتایج را به جامعه تهرانی مشکل می‌سازد ، هرچند که خطا ناچیز است ، ولی بهر حال گستردگی مصرف برخی از کالاها بحدی زیاد است که تهران را در ردیف بسیاری از شهرهای پیشرفته دنیا قرار می‌دهد . در حالی که بیش از ۵۰٪ جمعیت کشور در روستاها با ابتدائی‌ترین وسایل زندگی می‌کنند ، ۹۸ درصد از خانواده‌های تهرانی دارای یخچال می‌باشند . ۹۲/۱٪ اجاق‌گاز برای آشپزی در اختیار دارند و ۷۲/۷٪ از ماشین لباسشویی برای شستشوی لباسهای خود در منزل استفاده می‌کنند . البته یخچال یکی از ابتدائی‌ترین وسایل زندگی شهری در دنیای امروز می‌باشد ولی استفاده از ماشین رختشویی از چنان ضرورتی برخوردار نیست و مصرف گسترده آن نشانه افزایش سطح درآمد جامعه شهری تهران از یک طرف و موثر بودن تبلیغات کشورهای تولیدکننده و ارائه

آسان آن از طرف دیگر می‌باشد . سال دیگر، درصد اتومبیل‌داران در شهر تهران می‌باشد . در حالی که شهر تهران دارای ترافیکی بسیار سنگینی می‌باشد ، $۵۳/۸\%$ از خانواده‌ها دارای اتومبیل شخصی بوده و احتمالاً " از آن برای رفت و آمدهای روزانه استفاده می‌کنند . دوربین عکاسی و آبیو ده‌گیری دو کالای کاملاً " تجملی می‌باشند ولی در سطح وسیع مورد استفاده تهرانیها قرارگرفتند . در زمانی که چندان دور پنکه متداولترین وسیله خنک‌کننده در منازل بوده ولی این مطالعه نشان می‌دهد که امروزه حدود $\frac{۲}{۳}$ از خانواده‌های تهرانی از کولر برای خنک‌کردن منازلشان استفاده می‌کنند . در حالی که نشستن بر روی قالی‌های دست باف زیبا هنوز بسیار متداول است و هنوز با طرز زندگی و سنت‌های ایرانیان هم‌خوانی فراوان دارد ، $۵۹/۱\%$ از خانواده‌های تهرانی دارای مبل می‌باشند که احیاناً " در اکثر موارد فقط برای پذیرائی از میهمانان خود مورد استفاده قرار می‌دهند . و بالاخره دوچرخه که شاید ارزانترین وسیله نقلیه و بنابراین بسیار متداول بوده است دیگر امروز مورد استفاده فراوان ندارد و فقط حدود $\frac{۱}{۳}$ از خانواده‌های تهرانی از آن استفاده می‌کنند .

یکی از عوامل موثر در دارا بودن کالاهای مورد بحث طبیعتاً " میزان درآمد است . برای تایید این ادعا رابطه آن با درآمد را مناسبه کردیم . نتیجه آنکه این دو متغییر همبستگی مستقیم دارند و به عبارتی دیگر ، با افزایش درآمد درصد افرادی که کالاهای مورد بحث را دارا می‌باشند افزایش یافته است .

۲-۷- نتیجه

جامعه اصولاً " سنتی ایران در طی چند سال اخیر بطور

مصرفان با دو جریان متفاوت مواجه بوده است . از یک طرف
 بنا بر اثر این درآمدهای دولت از فروش نفت ، درآمد
 روزی شده در بین مردم افزایش قابل توجهی یافته ، هر
 چند که روزی ناهمتاسب بوده باشد . از طرف دیگر ،
 تازهترین کالاهای مصرفی غرب در بازارهای ایران بسادگی
 ارائه شده و برایشان تبلیغ فراوان گردیده است . بنابراین ،
 بخاطر وجود نهادهای مؤثر در بازار ، مصرف کالاهای مصرفی
 با درآمد ، بخصوص در سطح شهرها ، افزایش فراوان داشته
 است ، شروع مصرف چنین کالاهائی خود میل به مصرف در
 طبقات کم درآمدتر را تحریک کرده و آنان را به جستجوی
 درآمد بیشتر واداشته است . این تحولات آنچنان در چند
 سال گذشته با سرعت پیشرفته که بسیاری از سنتها و
 ارزشهای معنوی جامعه را بدست فراموشی سپرده است .
 و ادامه چنین تحولی بوده که به بروز نارضائیهای فراوان
 بخصوص در سطح طبقات محروم کمک کرده است .

با وجود آنکه جامعه شهری تهران بشدت تحت تاثیر
 تکنولوژی غرب قرار گرفته و بطریق بی رویه ای مصرف کننده
 کالاهایشان شده بود ، گرایش چندانی برای صنعتی شدن
 جامعه نشان نمی دهد و بیشتر خواستار گسترش کشاورزی شده
 است . چنین تمایلی در جامعه صنعت زده تهرانی می تواند
 از دو منبع تغذیه کرده باشد . یا آنکه این جامعه در مقام
 عکس العمل بازگشتی به گذشته کرده و بفکر تامین حداقل نیاز
 خود در داخل کشور افتاده است و یا آنکه بخاطر عدم
 گسترش آگاهی های اقتصادی - اجتماعی ، گرایش به کشاورزی
 را از سنتها به ارث برده است . تحلیل بیشتر این تضاد
 مگر با توسل به کارهای تحقیقی بعدی امکان پذیر نمی باشد .