

Gender Values and Attitudes of Women in Tehran

Ahmad Ghasvand *

Associate Professor of Sociology, Allameh
Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abstract

This study aimed to describe and explain the values and attitudes of women about gender behaviors in Tehran. The theoretical framework of the study has used Ajzen and his colleagues, Julian Rotter, and Chalabi's theory of behavior. The survey method has been used for research and its statistical population is "All girls and women of 15 years and more of Tehran in 1399". The data collection is done through the questionnaire tool and the method of sampling is multi -step sampling; According to Cochran formula, the sample size is estimated at 1200 people. According to the theoretical framework of the research, gender behaviors were considered as dependent variables and gender identity, meaning, opportunity and norms as independent variables. The findings of the study describe the attitude of marriage, the role of maternal, fertility, employment, and the tendency to educate women. Among married women the most important concern is maintaining family life; in contrast, the marriage is the least important for single girls. In the final analysis, it can be concluded that the extrabiological pattern of women's gender behaviors in the form of feminist and individualistic values and attitudes is overwhelmed by the biological pattern.

Keywords: Gender Behavior, Gender Identity, Values and Attitudes, Women, Tehran.


This paper is extracted from a study entitled " The Survey of Women's Values and Attitudes in Tehran", conducted by the support of Tehran Municipality.

* Corresponding Author: Ah.ghyasvand@gmail.com

How to Cite: Ghasvand. A. (2022). Gender Values and Attitudes of Women in Tehran, *Quarterly Journal of Social sciences*, 29(96), 47-75.



ارزش‌ها و نگرش‌های جنسیتی زنان در شهر تهران

احمد غیاث‌وند *  دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

چکیده

پژوهش حاضر درصدد توصیف و تبیین ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون انواع رفتارهای جنسیتی آن‌ها در شهر تهران می‌باشد. چارچوب نظری مطالعه، متأثر از نظریه آیزن و همکارانش، جولیان راتر و نیز نظریه رفتار چلبی می‌باشد. این پژوهش به روش پیمایش انجام گرفته و جمعیت آماری آن را «کلیه دختران و زنان ۱۵ سال به بالای شهر تهران در سال ۱۳۹۹» تشکیل می‌دهد. برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه و شیوه نمونه‌گیری از نوع «نمونه‌گیری چندمرحله‌ای» می‌باشد؛ حجم نمونه مطابق با فرمول کورکران ۱۲۰۰ نفر برآورد گردید. مطابق چارچوب نظری پژوهش، رفتارهای جنسیتی به‌عنوان متغیر وابسته و مفاهیم هویت، معنا، فرصت و هنجارهای جنسیتی به‌عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شد. با مرور یافته‌ها پیرامون تمایل به ازدواج، نقش مادری، فرزندآوری، اشتغال، تحصیل کردن مشخص گردید که مهم‌ترین دغدغه زنان متأهل حفظ و پایداری زندگی مشترک؛ و در مقابل ازدواج کردن و تشکیل خانواده کمترین اهمیت را برای دختران مجرد دارد. در مجموع در مطالعه حاضر الگوی فرازبستی در قالب ارزش‌های و نگرش‌های فمینیستی و عکس‌العمل‌های فردگرایانه پیرامون ابعاد مختلف رفتارهای جنسیتی زنان بر الگوی زیستی در حال غلبه شدن است.

کلیدواژه‌ها: رفتار جنسیتی، هویت جنسیتی، ارزش‌ها و نگرش‌ها، زنان، شهر تهران.

این مقاله از طرح پژوهشی با عنوان: «پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های زنان در شهر تهران» استخراج شده که با حمایت مالی معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران انجام گردیده است.

* نویسنده مسئول: Ah.ghyasvand@gmail.com

مقدمه

در جامعه ایران، حدود نیمی از جمعیت را زنان تشکیل می‌دهند که به واسطه نقش‌ها و موقعیت‌های اجتماعی خود سهم بسزایی در توسعه و تحولات جامعه بر عهده دارند. امروزه حضور گسترده زنان در عرصه اجتماع و نقش مؤثر آنان در جامعه انکارناپذیر است. البته به تعبیر گیدنز «باوجود پیشرفت‌هایی که زنان در همه کشورهای جهان به دست آورده‌اند، تفاوت‌های جنسیتی همچنان شالوده ناپذیری‌های اجتماعی است (Giddens, 2017: 164)». در جامعه ایران گسترش آموزش و پرورش، رشد رسانه‌ها و نفوذ آن‌ها در زندگی فردی و جمعی، رشد شهرنشینی، تمرکز فزاینده جمعیت در شهرها، افزایش سطح آموزش زنان، توسعه فرایندهای تفکیک اجتماعی موجب توجه و اهمیت بیشتر نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی و نیز تغییرات مرتبط با آن گردیده است. آثار این تحول در حوزه نگرش‌ها و رفتارهای زنان بیش از هر قشری قابل مشاهده و تحلیل است (Good, 1989)، به نحوی که می‌توان شاهد حضور و نقش آفرینی زنان در عرصه‌های خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی مختلف بود. «درواقع شروع تغییر و تحولات فرهنگی در طی دهه‌های اخیر نشان از تحول اساسی در ساختار نظام ارزشی جامعه ایران می‌دهد. این تحولات ناشی از تغییر و جابه‌جایی در زمینه‌های جمعیتی و ساختاری در جامعه است. تراکم جمعیتی در ایران، به صحنه آمدن خیل عظیمی از جوانان را موجب شده و همچنین تحول ساختاری حوزه اقلیتی تعیین‌کننده جدیدی در نظام اجتماعی را پدید آورده است» (Azad and Ghiasvand, 2013).

در جامعه ایران تحولات دنیای زنانه تحت تأثیر فضا و زمان‌های مختلف قابل تبیین و تحلیل می‌باشد. به عبارتی می‌توان بیان داشت دنیای زنان ارتباط نزدیکی با تحولات مدرن و حتی پیشرفت‌ها و تکنولوژی‌های مدرن دارد؛ به نحوی که در سال‌های اخیر تحولات بسیاری را به خود دیده است (Ghiasvand, 2015). «امروزه عواملی مثل تحصیل یا اشتغال، موقعیت‌های به رسمیت شناخته شده‌ای برای خروج زنان از خانه و نیز امکان ارتباط آنان با دنیای بیرون از خانه و حضور در فضاهای عمومی و رسمی را که پیش‌ازاین مردانه

بود، فراهم نموده است» (Alirezanzjad and Saraei, 2016: 76). امروزه دنیا به این درک رسیده که نقش زنان و مردان در حال تغییر و تحول است. در واقع تأکید بر حقوق انسانی و برابری جنسیتی رو به گسترش است (Root, 1984). در این راستا، جسی برناد در کتاب دنیای زنان^۱ بیان می‌دارد؛ فهم ما از زندگی اجتماعی انسان زمانی به واقعیت نزدیک می‌شود و ژرفا می‌یابد که دنیای زنان را نه پیامدی جانبی و زایده‌ای از دنیای مردان بلکه یک «هستی مستقل» در جای خود، در خود و برای خود بدانیم. فرض اصلی این کتاب بر این استدلال استوار است که بیشتر انسان‌ها در «جهان‌های تک جنسیتی» به سر می‌برند: زنان در دنیای زنانه و مردان در دنیای مردانه خویش؛ و هر دو جنس به طرق گوناگون چه از لحاظ ذهنی و چه از لحاظ عینی با یکدیگر تفاوت دارند (Bernad, 2015). از سوی دیگر، از کوچک‌ترین واحد اجتماعی یعنی خانواده گرفته تا بزرگ‌ترین سازمان‌های اجتماعی، همه تحت تأثیر الگوهای جنسیتی تثبیت شده در جامعه هستند. هویت فردی و اجتماعی، تقسیم کار جنسی، قدرت، رفتارهای قالبی جنسی، طبقه‌های گروهی و زبانی، فراغت، رفتارهای مذهبی و ... همه تحت تأثیر جنسیت قرار می‌گیرند و معنای خاصی می‌یابند و به‌جانب خاصی هدایت می‌شود. پس ابزاری برای تطابق‌پذیری فرد با موقعیت‌های اجتماعی می‌باشد (Holmes, 2014). مطالعه حاضر با پذیرش دگرگونی در نظام ارزشی جامعه ایران، به‌ویژه زنان درصدد توصیف و تبیین ارزش‌ها و نگرش‌ها زنان پیرامون انواع رفتارهای جنسیتی آن‌ها در شهر تهران می‌باشد. ضرورت پرداختن بدین امر، بیانگر تلاش در جهت شناخت و پیش‌بینی مسائل این حوزه و نیز انجام اقدامات مختلف برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری اجتماعی و فرهنگی در قبال زنان می‌باشد. بر این اساس سؤالات اساسی مطالعه حاضر عبارت از:

- ۱ - وضعیت ارزش‌ها و نگرش‌های دختران و زنان شهر تهران برحسب رفتارهای جنسیتی مختلف چگونه است؟
- ۲ - رفتارهای جنسیتی زنان تحت تأثیر عوامل مختلف چگونه قابل تبیین می‌باشد؟ و

در نهایت چه تفسیری از این وضعیت می‌توان ارائه نمود؟

پیشینه پژوهش

مطالعات صورت گرفته پیرامون زنان را می‌توان در قالب دو دسته از پژوهش‌ها از همدیگر تشخیص داد؛ نخست، مطالعات منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی در حوزه ارزش‌ها و نگرش‌ها که یکی از متغیرهای مستقل آن‌ها جنس است؛ به نحوی که موضوعات موردسنجش برحسب متغیر جنس افراد مورد تحلیل آماری قرار می‌گیرند؛ دوم، مطالعاتی که پیرامون جنسیت و به‌طور خاص به سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پرداخته است. درباره دسته نخست؛ سابقه چنین مطالعاتی در سراسر دنیا در قالب پیمایش ارزش‌های جهانی، مطالعه ارزش‌های اروپائیان، پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های بریتانیا و پیمایش ارزش‌های شرق آسیا می‌باشد. همچنین رونالد اینگلهارت در قالب چارچوب نظری تحت عنوان «دگرگونی ارزش‌های مادی/ فرامادی» از سال ۱۹۷۰ - ۱۹۸۳ و بعد ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۲ و تاکنون به‌طور پانل سعی نموده به مقایسه داده‌های به‌دست‌آمده از سایر کشورهای اروپایی و آسیایی بپردازد (Inglehart, 2013).

همچنین سابقه انجام پیمایش‌های ملی در ایران در حوزه نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی با تأکید بر زنان و خانواده عبارتند از: «بررسی نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران» توسط علی اسدی و همکارانش (۱۳۵۳)، طرح ملی «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران» توسط منوچهر محسنی (۱۳۷۴)، پیمایش «ارزش‌ها و نگرش‌ها ایرانیان» (موج اول و دوم) (۱۳۸۲ و ۱۳۷۹) توسط وزارت ارشاد، طرح ملی «تغییرات ارزش‌های فرهنگی در ایران» توسط تقی آزادارمکی و احمد غیاثوند (۱۳۸۳)، پژوهش «تحلیل ثانویه اطلاعات ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سال‌های ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲» توسط امید علی احمدی، پیمایش «ارزش‌ها و نگرش‌ها ایرانیان» (موج سوم) در دفتر طرح‌های ملی در سال ۱۳۹۵، پژوهش پیمایشی «ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی فرهنگی شهروندان تهرانی» توسط محسن گودرزی (۱۳۹۰)، طرح پژوهشی «پیمایش ملی خانواده» توسط جهاد دانشگاهی واحد استان البرز با مدیریت ایرج فیضی و

مرضیه ابراهیمی در سال ۱۳۹۸، طرح پژوهشی «بررسی نگرش جوانان نسبت به ازدواج و فرزندآوری» توسط احمد غیاثوند (۱۴۰۰). بر این اساس در این مطالعه درصدد این امر خواهیم بود که در ابعاد مختلف ارزش‌ها و نگرش‌های زنان در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران مورد سنجش و مطالعه قرار گیرد؛ بنابراین، مطالعه حاضر از این جهت ضروری به نظر می‌رسد که تاکنون در ایران و نیز به‌طور خاص در شهر تهران پیرامون ارزش‌ها و نگرش‌های زنان و رفتارهای جنسیتی آن‌ها پژوهش مستقلی انجام صورت نگرفته است.

چارچوب نظری

چارچوب نظری پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های زنان در شهر تهران، متأثر از نظریه (رفتار بخردانه) آیزن و همکارانش (Ajzen, 2005)، جولیان راتر (Julian Rotter, 1972) و نیز نظریه رفتار چلبی (۱۳۹۵) می‌باشد. تئوری آیزن و همکارانش از دو عنصر اصلی تشکیل شده است؛ بخش شخصی و بخش اجتماعی، که ترکیب آن‌ها پیش‌بینی کننده یک قصد رفتاری است، قصدی که در نهایت مشخص کننده رفتار است؛ بنابراین رفتار، ناشی از اعتقاد شخص در زمینه نتایج رفتار مشخص و ارزیابی او از نتایج ممکن و نیز اعتقادات فرد در دستیابی به آن انتظارات می‌باشد؛ پس می‌توان گفت ارزیابی فردی و هنجارهای اجتماعی موجب شکل‌دهی به رفتار اجتماعی افراد می‌گردد (Ajzen, 2005: 135). «جولیان راتر» (Julian Rotter, 1972)

نظریه پرداز روان‌شناسی اجتماعی، معتقد است که ما نمی‌توانیم رفتار را، تنها با تکیه بر متغیرهای موقعیتی، پیش‌بینی کنیم. شیوه رفتار یک شخص به انتظارات او در مورد نتایج رفتار و ارزش‌های ذهنی یا ادراک از این نتایج نیز بستگی دارد. انتظارات تعمیم‌یافته، انتظاراتی هستند که یادگیری عمیق و نسبتاً پایداری منعکس می‌کنند. انسجام و ثبات این انتظارات، آن‌ها را با صفات در نظریه یادگیری اجتماعی معادل می‌سازد (Baron and Byrne, 2019). در مجموع نظریه پردازان یادگیری اجتماعی معتقدند که رفتار، از تعامل سیال و پیوسته بین متغیرهای شخصی و متغیرهای موقعیتی به وجود می‌آید. در میان متغیرهای شخصی می‌توان به صلاحیت‌ها، راهبردهای کدگذاری، انتظارات، ارزش‌های

ذهنی، نظام‌ها و طرح‌های خودتنظیمی اشاره کرد (Michel, 1986: 312-308). به تعبیر دیگری، چلبی بیان می‌دارد: «هر رفتار کنشگر، اعم از فردی و جمعی، در هر سطح و هر حوزه‌ای، به کم و کیف و آرایش فرصت، نیاز، انتظار و معنا وابسته است. در نخستین تقرب به واقع، ممکن است رابطه رفتار را با چهار سازه مزبور به شکل یک تابع کلی، به صورت ساده‌شده زیر، تدوین کرد» (Chalabi, 2015: 100)؛ یعنی:

$$\text{رفتار} = f(\text{معنا، انتظار، نیاز، فرصت})$$

بر این اساس، با تأسی از چارچوب مفهومی پژوهش، مفاهیم میزان تمایل به رفتار جنسیتی، هنجارهای جنسیتی، فرصت‌های جنسیتی، هویت جنسیتی و معنای جنسیتی به‌عنوان متغیرهای مستقل در نظر تا با هر یک از رفتارهای جنسیتی به‌عنوان متغیر وابسته، رابطه آماری آن‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

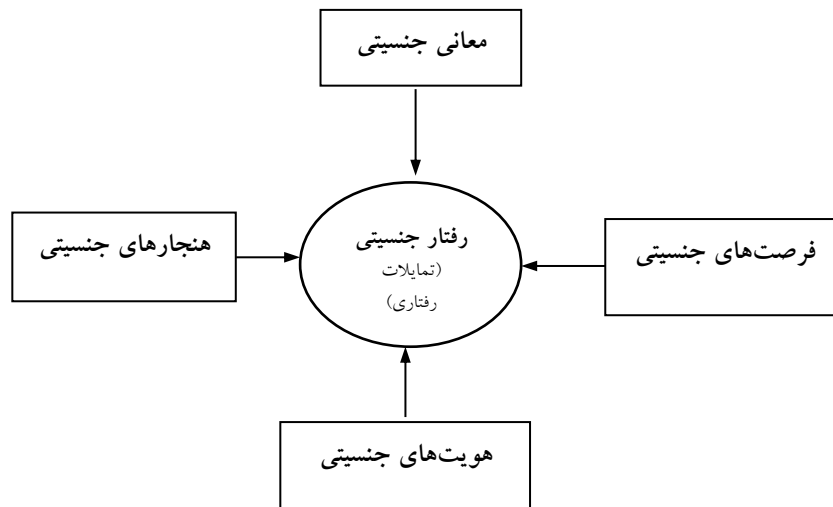
با عنایت به مدل مفهومی زیر، رفتار نهادی (جنسیتی) نوعی انجام رفتار و ایفای نقش‌های زنانه در نظر گرفته شده که در حال انجام بوده؛ و یا در مواردی در قالب «تمایلات رفتاری» زنان «میل» به انجام آن در بین دختران یا زنان مشاهده می‌گردد. به تعبیر دیگری و در سطح انضمامی‌تر می‌توان از آن به‌عنوان متغیر وابسته پژوهش یاد نمود که تحت تأثیر هنجارها و باورهای فردی و اجتماعی می‌باشد. بر این اساس در بحث از عوامل تعیین‌کننده رفتارهای جنسیتی زنان، «هنجارهای اجتماعی» نوعی فشار یا تا حدودی الزام است که دیگران «انتظار» انجام رفتار جنسیتی از سوی زنان دارند. (Horton, 2015). همچنین در این راستا «فرصت جنسیتی» نوعی «امکان و موقعیت» ایفای نقش را برحسب موقعیت و محدودیت‌های مختلف مالی، جسمی، اجتماعی و ... می‌باشند که در کنار تأثیر هنجارهای جنسیتی، بعد تبیینی و ساختاری رفتارهای جنسیتی محسوب می‌شود.

در بخش فردی و عاملیتی، «هویت جنسیتی» قرار دارد که به نحوی اهمیت داشتن و «مهم» بودن یک موقعیت یا انجام رفتار جنسیتی برای زنان در نظر گرفته شده است. در این میان نیز «معنای جنسیتی»، در قالب «فهم و ادراک» فرد در قبال رفتار جنسیتی از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ چراکه تفسیر زنان از رفتارهایشان در قالب گرایش‌های مختلف

موجب جهت‌دهی به کنش آن‌ها می‌گردد. به عبارتی عاملیت بخشی به زنان در کنار ساختار عینی می‌تواند به کنش آن‌ها تعیین بخشد. بر این اساس مدل نظری زیر ترسیم و فرضیات زیر استخراج شده است:

شکل ۱. مدل نظری عوامل مؤثر بر رفتارهای جنسیتی زنان

Figure 1. Theoretical Model of Women's Factors on Gender Behaviours



فرضیات پژوهش

- به نظر می‌رسد بین انواع معانی جنسیتی زنان با وضعیت رفتارهای جنسیتی آن‌ها رابطه آماری معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین وضعیت فرصت‌های جنسیتی زنان با وضعیت رفتارهای جنسیتی آن‌ها رابطه آماری معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین وضعیت هنجارهای جنسیتی زنان با وضعیت رفتارهای جنسیتی آن‌ها رابطه آماری معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین وضعیت هویت جنسیتی (اهمیت) زنان با وضعیت رفتارهای جنسیتی آن‌ها رابطه آماری معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش پیمایش انجام گرفته و جمعیت آماری آن را «کلیه دختران مجرد و زنان متأهل ۱۵ سال به بالای شهر تهران در سال ۱۳۹۹» تشکیل می‌دهد. در مطالعه حاضر برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و شیوه نمونه‌گیری این مطالعه احتمالی و از نوع نمونه‌گیری چندمرحله‌ای^۱ می‌باشد؛ به نحوی که سعی گردید طی مراحل متفاوت، از شیوه‌های تصادفی ساده، سیستماتیک، طبقه‌ای و سهمیه‌ای استفاده شود تا بتوان به تدریج به نمونه مورد نظر دست یافت. حجم نمونه مطابق با فرمول کوکران ۱۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد.

مطابق با چارچوب مفهومی پژوهش پنج متغیر اساسی برای سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های زنان و دختران در نظر گرفته شد. نخست؛ رفتار جنسیتی^۲: در مجموع می‌توان رفتارهای جنسیتی را کنش‌هایی در نظر گرفت که زنان در قالب یکسری اعمال و نقش‌ها متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه مقید به ایفای آن‌ها می‌باشند. در مطالعه حاضر ابتدا با انجام مصاحبه کیفی و با تحلیل تماتیک صورت گرفته در خصوص مسائل و دغدغه‌های زنان در شهر تهران در نهایت با در نظر گرفتن میزان برجسته‌سازی و بسامد موارد بیان‌شده از سوی زنان، ۹ رفتار جنسیتی بیش از همه مورد تشخیص داده شدند که در این مقاله ۵ رفتار جنسیتی مورد تحلیل قرار می‌گیرند که عبارت‌اند از: رفتارهای فرزندآوری، ایفای نقش مادری، تمایل به ازدواج، وضعیت اشتغال، تحصیل کردن، انجام امور منزل. به لحاظ عملیاتی بر حسب شاخص‌های مستقیم، میزان انجام و تمایل به هر یک از کنش‌های ۵ گانه فوق، مورد سنجش قرار گرفته است. دوم، هنجار جنسیتی^۳: هنجارها قواعدی برای رفتارند که ارزش‌های یک فرهنگ را منعکس می‌کنند یا تجسم می‌بخشند (Giddens, 2015: 35). هنجارهای جنسیتی اصول راهنمای تجویزی برای نقش‌های جنسیتی هستند (Grossi, 2015: 53)؛ بنابراین با توجه به در نظر گرفتن انواع رفتار و تمایلات جنسیتی برای

1. Multi- stage sampling
2. behavior Gender
3. Gender norms

زنان می‌توان میزان انتظاری که خانواده و یا اطرافیان از زنان برای انجام آن نقش دارند به لحاظ عملیاتی تحت عنوان هنجارهای جنسیتی موردسنجش قرار گیرد. سوم، هویت جنسیتی^۱ (اهمیت): هویت به درک و تلقی مردم از این که چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است (Tajfel, 1982)؛ مربوط می‌شود. این درک و تلقی‌ها در پیوند با خصوصیات معینی شکل می‌گیرد که بر سایر منابع معنایی اولویت دارند (Giddens, 2015: 45). چهارم، فرصت جنسیتی^۲: فرصت، به امکانات و موقعیت‌هایی که منجر به شکل‌گیری یک رفتار نهادی می‌گردد اطلاق می‌گردد. به لحاظ عملیاتی فرصت‌های جنسیتی به میزان امکانات و شرایط مختلف برای زنان اطلاق می‌گردد که باعث فرصت‌های برابر در زندگی اجتماعی و اقتصادی می‌گردد تا زنان بتوانند همپای مردان از فرصت‌های برابری استفاده کنند. پنجم، ادراک یا معانی جنسیتی^۳: معنای پدیده‌ها از منظر جامعه‌شناسی، یا از نگاه روانشناسی اجتماعی در قالب مفهوم ادراک قابل‌بیطگیری است. در واقع ادراک فراتر از اندام‌های حسی است و با تجربه افراد آمیخته می‌شود؛ به عبارت دیگر ادراک، جمع‌آوری، سازمان‌دهی و فهم اطلاعات محیطی است که شامل ابعاد شناختی، احساسی، تفسیری و ارزش‌گذاری نیز می‌شود (Hilgard, 2015).

در این مطالعه بر اساس مطالعه کیفی اکتشافی و با کمک گرفتن از تحلیل تماتیک، چهار معنای جنسیتی از یکدیگر تشخیص داده شده است: ۱ - معنای فمینیستی: «نوعی جهت‌گیری است که معتقد به برابری حقوق زن با مرد می‌باشد. (Gardiner, 1992) این معنا در قالب مضامینی چون مقاومت، ایستادن یا برابر قرار دادن موقعیت زنان در برابر مردان بیشتر موردسنجش قرار گرفته است. ۲ - معنای فردگرایی (مدرن): نوعی جهت‌گیری است که توجه بیشتری به نیازها و پیشرفت فکری، استقلال و مدیریت بدن زن و ... دارد. ۳ - معنای کارکردی: کارکرد به معنای نتیجه و اثری است که انطباق یا سازگاری یک ساختار معین یا اجزای آن را با شرایط لازم محیط فراهم می‌نماید. ۴ - معنای دینی: با عنایت

1. Gender identity
2. Gender opportunities
3. Gender perception

به پیوند بسیاری از موقعیت‌ها و نقش‌های جنسیتی، برخی از وجه نظرهای زنان جهت‌گیری و سویه دینی دارند؛ به‌نحوی که سایه‌گستری دین را در بیشتر اعمال و نقش‌های زنانه را می‌تواند مشاهده نمود.

در این پژوهش جهت سنجش وضعیت اعتبار مفاهیم و متغیرها از روش اعتبار صوری و ملاک و نیز برای سنجش پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

در بین افراد نمونه پژوهش ۵۸ درصد، متأهل و در مقابل ۳۲ درصد هرگز ازدواج نکرده‌اند. همچنین میانگین کل سن دختران و زنان مورد مطالعه، برابر با ۳۹ سال و بیشترین فراوانی مربوط ۳۰ ساله‌هاست.

ارزش‌ها و نگرش‌های زنان نسبت به فرزند: در بحث از تعداد فرزندان موجود در بین خانواده‌های شهر تهران، بیشتر زنان متأهل مورد مطالعه، یک فرزند دختر (۳۹ درصد) دارند. همچنین ۴۲ درصد زنان اظهار داشتند که یک فرزند و ۲۲ درصد دو فرزند پسر دارند. البته ۲۹ درصد از زنان اصلاً فرزند پسری ندارند. در بحث از وضعیت فرزندان ایدئال، حدود نیمی از دختران و زنان شهر تهران (۴۶ درصد) تمایل دارند، یک فرزند دختر داشته باشند، همچنین ۲۸ درصد افراد به داشتن دو فرزند دختر اشاره کرده‌اند. دیگر نتایج حاصل نشان می‌دهد که ۴۸ درصد زنان و دختران مورد مطالعه یک فرزند و ۲۴ درصد تمایل دارند دو فرزند پسر در طول زندگی داشته باشند.

جدول ۱. توزیع پاسخگویان برحسب تمایل به فرزند موجود و ایدئال

Table 1. Distribution of respondents by existing and ideal child

فرزند ایدئال		فرزند موجود		وضعیت فرزندان
پسر	دختر	پسر	دختر	
24	19	29	35	بدون فرزند
48	46	42	39	یک فرزند
24	28	22	20	دو فرزند

فرزند ایدئال		فرزند موجود		وضعیت فرزندان
پسر	دختر	پسر	دختر	
2/5	4	5	4	سه فرزند
1	1	1	1	چهار فرزند
0/5	1	1	1	پنج و بیشتر
100	100	100	100	جمع

بررسی حاصل پیرامون هنجار اجتماعی فرزندآوری بیانگر آن است که ۷۱ درصد زنان در حد زیاد و خیلی زیاد اعلام کرده‌اند که خانواده یا اطرافیان انتظار دارند که فرزند داشته باشند (۱۱ درصد در سطح اصلاً و کم)؛ نیمی از زنان متأهل شهر تهران، فرصت مناسبی برای فرزندآوری دارند (۵۰ درصد در مقابل ۱۷ درصد)؛ در بین اکثریت زنان شهر تهران، داشتن فرزند در زندگی مشترکشان اهمیت بسیاری دارد (۷۸ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد).

جدول ۲. توزیع پاسخگویان برحسب ارزش‌ها و نگرش‌های فرزندآوری

Table 2. Distribution of respondents in terms of childbirth values and attitudes

ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون فرزندآوری	اصلاً	کم	تاحدودی	زیاد	خیلی زیاد	جمع
چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما فرزند داشته باشید؟	4	7	18	37	34	100
چقدر امکان و موقعیت داشتن فرزند برای شما فراهم بوده/ است؟	4	13	33	36	14	100
در زندگی، داشتن فرزند چقدر برای شما مهم بوده است؟	1	6	15	35	43	100

طبق یافته‌های حاصل ۳۸ درصد زنان در معنایی کارکردی نسبت به فرزندآوری معتقدند: «فرزند کمک‌حال دوران پیری و تنهایی پدر و مادر است». همچنین ۳۹ درصد در معنایی دینی بیان نموده‌اند: «فرزند که دنیا می‌آید روزی اش زودتر می‌رسد»؛ ۱۰ درصد با برداشتی فردگرایانه با عبارت: «داشتن فرزند، خواسته‌ها و پیشرفت‌های زن را به عقب می‌اندازد» موافق‌اند و نیز ۱۲ درصد جمله «تصمیم برای داشتن فرزند باید بر عهده زن باشد نه مرد» را انتخاب کرده‌اند - که تداعی‌کننده نگرشی فمینیستی در این باره می‌باشد؛ بنابراین می‌توان

چنین قضاوت نمود که اکثر زنان جامعه شهری تهران معنای دینی و کارکردی نسبت به فرزند دارند.

جدول ۳. توزیع پاسخگویان برحسب معنای فرزند

Table 3. Distribution of respondents in terms of child's meaning

38	فرزند کمک‌حال دوران پیری و تنهایی پدر و مادر است (کارکردی)
39	فرزند که دنیا می‌آید روزی‌اش زودتر می‌رسد (دینی)
10	داشتن فرزند، خواسته‌ها و پیشرفت‌های زن را به عقب می‌اندازد (فردی)
13	تصمیم برای داشتن فرزند باید بر عهده زن باشد نه مرد (فمینیستی)
100	جمع

در بحث از تبیین میزان فرزندآوری و فرزند ایدئال زنان برحسب چارچوب مفهومی (هویت، فرصت، هنجار و معنا) استفاده از آزمون آماری مناسب نشان می‌دهد که اهمیت فرزند (هویت) برابر با ضریب همبستگی ۰/۱۷، فرصت فرزندآوری با ضریب همبستگی ۰/۱۶ و نیز معنای فرزند با ضریب ۰/۲۳ با متغیر تعداد فرزندان موجود معنادار شده است. درواقع مشاهده می‌گردد هر چه زنان اهمیت زیادتری به داشتن فرزند و نیز فرصت فرزندآوری بیشتری داشته و نیز معنای نهادی (کارکردی و دینی) به فرزندآوری داشته باشند، تعداد فرزندان بیشتری در زندگی دارند و برعکس؛ ولی متغیر هنجار اجتماعی فرزندآوری رابطه معناداری را نشان نمی‌دهد؛ با عنایت بدین که ۸۴ درصد زنان اعلام کرده بودند که خانواده یا اطرافیان انتظار دارند که بچه‌دار شوند؛ ولی عملاً چنین چیزی در عمل اتفاق نیفتاده است؛ بنابراین فشار هنجاری فرزندآوری تأثیری بر تعداد فرزند موجود و مطلوب ندارد.

جدول ۴. ماتریس همبستگی ارزش‌ها و نگرش‌های زنان با فرزندآوری

Table 4. Matrix correlation of women's values and attitudes with childbirth

معنای فرزندآوری	فرصت فرزندآوری	هنجار فرزندآوری	اهمیت فرزندآوری	تعداد فرزند مطلوب	تعداد فرزند موجود	ضرایب
**0/23	**0/16	0/07	**0/17	**0/29	1	تعداد

معنای فرزندآوری	فرصت فرزندآوری	هنجار فرزندآوری	اهمیت فرزندآوری	تعداد فرزند مطلوب	تعداد فرزند موجود	ضرایب
						فرزند موجود
**0/16	**0/11	**0/10	**0/15	1	**0/29	تعداد فرزند مطلوب

ارزش‌ها و نگرش‌های زنان نسبت به نقش مادری: اکثریت مطلق دختران مجرد و زنان متأهل تهرانی علاقه بسیاری به پذیرش نقش مادری دارند (۶۸ درصد)، گرچه ۱۵ درصد چندان تمایل ندارند. در بحث از تأثیر و انتظارات خانواده و اطرافیان از یک زن مبنی بر ایفای نقش مادری، ۳۳ و ۳۴ درصد زنان به ترتیب در سطح زیاد و خیلی زیاد بدین هنجار اجتماعی اشاره کرده‌اند. در بحث از موانع و چالش‌های فردی و خانوادگی پذیرش نقش مادری ۲۵ درصد به گزینه اصلاً و ۲۲ درصد در حد کم، بدان اشاره کرده‌اند.

جدول ۵. توزیع پاسخگویان برحسب ارزش‌ها و نگرش‌های نقش مادری

Table 5. Distribution of respondents in terms of maternal values and attitudes

جمع	خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	اصلاً	ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون نقش مادری
100	40	28	17	10	5	چقدر به مادر شدن علاقه و تمایل دارید؟
100	34	33	17	8	8	چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما مادر شوید؟
100	57	25	10	4	4	چقدر به مادر شدن خود افتخار می‌کنید؟
100	14	14	25	22	25	چقدر برای مادر شدن با مشکل و محدودیت مواجه‌اید؟

در بحث از معنا و فهم نقش مادری، ۴۶ درصد زنان با داشتن برداشتی کارکردی با عبارت «زنان با مادر شدن عزت و احترام پیدا می‌کنند» موافق‌اند. همچنین ۳۱ درصد در وجه نظری

دینی موافق با گویه «بهشت زیر پای مادران است» هستند. البته ۶ درصد با موافقت پیرامون گزینه «مادر شدن به بدن و جسم زن لطمه می‌زند» نظر فمینیستی و ۱۶ درصد با انتخاب گزینه «مادر بودن چیزی جز زحمت و مسئولیت نیست» برداشتنی فردگرایانه نسبت به نقش مادری دارند.

جدول ۶. توزیع پاسخگویان برحسب معنای نقش مادری

Table 6. Distribution of respondents in terms of maternal role

46	زنان با مادر شدن عزت و احترام پیدا می‌کنند (کارکردی)
31	بهشت زیر پای مادران است (دینی)
10	مادر بودن چیزی جز زحمت و مسئولیت نیست (فردگرایی)
13	مادر شدن به بدن و جسم زن لطمه می‌زند (فمینیستی)
100	جمع

در بحث از تبیین نقش مادری برحسب متغیرهای هویت، فرصت، هنجار و معنای جنسیتی، ملاحظه می‌گردد رابطه آماری تمایل به پذیرش نقش مادری با میزان احساس اهمیت و افتخار نسبت به مادر شدن معنادار و همبستگی مثبت و بالایی دارد. در این میان نیز متغیر هنجار اجتماعی در قالب واقعیت‌های اجتماعی الزام آور بر تمایل به مادر شدن رابطه آماری معناداری را نشان می‌دهد. از سویی به موازات اینکه زنان و دختران در شهر تهران معنایشان از مادری فمینیستی و فردگرایانه باشد، میزان تمایل آن‌ها به مادر شدن کاهش می‌یابد؛ البته میزان فرصت داشتن برای مادری، ارتباطی با پذیرش و تمایل نسبت بدان ندارد.

جدول ۷. ماتریس همبستگی ارزش‌ها و نگرش‌های زنان با نقش مادری

Table 7. The correlation matrix of women's values and attitudes with maternal role

معنای نقش مادری	اهمیت مادری	فشاری هنجار مادری	فرصت مادری	تمایل به نقش مادری
**0/32	**0/56	**0/31	** -0/12	ضرایب

ارزش‌ها و نگرش‌های دختران پیرامون ازدواج: زنان و دختران نمونه میانگین سن مناسب برای دختران را ۲۵ سالگی، میانه سن و بیشترین سن موردنظر را ۲۵ سال اعلام

کرده‌اند. طبق نتایج حاصل نسبت دخترانی که در شهر تهران تمایل به ازدواج دارند با کسانی که تمایل ندارند، تقریباً برابرند (۲۹ در برابر ۳۴ درصد). ۳۸ درصد دختران در حد زیاد و خیلی زیاد ازدواج و تشکیل خانواده برای آن‌ها اهمیت دارد؛ بنابراین دختران مجردی که از طریق ازدواج احساس هویت می‌کنند، بیش از کسانی است که تشکیل زندگی برایشان مهم نیست (۳۸ در برابر ۲۶ درصد). نتایج به‌دست‌آمده پیرامون انتظار خانواده و اطرافیان برای ازدواج دختران، بیانگر آن است که ۲۲ و ۲۵ درصد در سطح زیاد و خیلی زیاد بدان اشاره کرده‌اند. همچنین حدود نیمی از دختران مورد مطالعه بیان داشته‌اند که امکان و فرصت ازدواج برای آن‌ها مسیر است؛ و در مقابل ۱۹ درصد معتقدند با مشکل و محدودیت برای ازدواج کردن مواجه‌اند.

جدول ۸: توزیع پاسخگویان برحسب ارزش‌ها و نگرش‌های ازدواج

Table 8: Distribution of respondents in terms of marriage values and attitudes

جمع	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	اصلاً	ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون ازدواج
100	10	19	37	20	14	چقدر تمایل به ازدواج و تشکیل زندگی مشترک دارید؟
100	14	24	37	17	9	چقدر ازدواج کردن و تشکیل زندگی، برای شما مهم دارد؟
100	25	22	28	14	11	چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما ازدواج کنید؟
100	4	45	32	7	12	تاکنون چقدر امکان و فرصت ازدواج برای شما فراهم بوده است؟

بررسی حاصل پیرامون معنای ازدواج بیانگر آن است که ۵۳ درصد زنان در معنایی فمینیستی معتقدند: «یک دختر می‌تواند ازدواج نکند و مستقل زندگی کند». در این میان نیز ۲۳ درصد با برداشتی فردگرایانه، گزینه «ازدواج باعث رفع نیازهای زیستی و عاطفی زنان می‌شود» را انتخاب کرده‌اند. ۱۵ درصد افراد با نگاهی دینی، ازدواج را سستی دینی و در راستای تکمیل شدن زن بیان نموده‌اند. کمتر از همه ۹ درصد زنان در برداشتی کارکردی به ازدواج به صاحب‌شأن و منزلت اجتماعی شدن از طریق ازدواج اشاره نموده‌اند.

جدول ۹. توزیع پاسخگویان برحسب معنای ازدواج

Table 9. Distribution of respondents in terms of marriage meaning

23	ازدواج باعث رفع نیازهای زیستی و عاطفی زنان می‌شود (فردگرایانه)
53	یک دختر می‌تواند ازدواج نکند و مستقل زندگی کند (فمینیستی)
15	ازدواج یک سنت دینی است و موجب تکامل زن می‌شود (دینی)
9	دختر با ازدواج کردن صاحب شأن و منزلت اجتماعی می‌شود (کارکردی)
100	جمع

در تبیین صورت گرفته، رابطه آماری بین دو متغیر فرصت ازدواج با تمایل به ازدواج معنادار شده است. ضریب الزام برای ازدواج در بین جوانان برابر با ۰/۴۰ می‌باشد. در این میان نیز متغیر اهمیت و ارزش ازدواج بیش از دو متغیر قبلی بر تمایل به ازدواج تأثیر دارد؛ بنابراین گرایش دختران جوان نسبت به ازدواج بیشتر تحت تأثیر میزان اهمیتی است که این پدیده در زندگی آن‌ها دارد؛ به عبارتی کسانی که به واسطه ازدواج احساس هویت بیشتری می‌نمایند، آمادگی بیشتری برای ازدواج دارند. همچنین دخترانی که معنای نهادی نسبت به ازدواج داشتند بیشتر تمایل به ازدواج داشتند و در مقابل کسانی که پنداشتی رابطه‌ای (فمینیستی و فردگرایانه) داشتند، رغبت چندانی نسبت به ازدواج ندارند.

جدول ۱۰. ماتریس همبستگی نگرش به ازدواج با تعیین‌کننده‌های آن

Table 10. Matrix correlation of attitude to marriage with its determinants

معنای ازدواج	فرصت ازدواج	فشار هنجاری ازدواج	اهمیت ازدواج	تمایل به ازدواج	سن مناسب ازدواج	ضرایب
- 0/03	0/001	0/09	*0/13	**0/19	1	سن مناسب ازدواج
**0/14	**0/46	**0/40	**0/72	1	**0/19	تمایل به ازدواج

ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون انجام امور منزل: بررسی‌ها نشان می‌دهد که اکثریت مطلق زنان خودشان به انجام امور مختلف منزل، آشپزی و پخت غذا (۹۱ درصد)،

جمع‌آوری و شستن ظرف‌ها (۸۶ درصد) و پاکیزگی و نظافت منزل (۸۹ درصد) می‌پردازند. همچنین در این میان به ترتیب ۵، ۹ و ۱۱ درصد در حد زیاد اعلام کرده‌اند که همسرانشان در این سه حوزه کمک می‌کنند.

جدول ۱۱. توزیع پاسخگویان برحسب انجام امور منزل

Table 11. Distribution of respondents in terms of homework

جمع	همسر			خودم			امور منزل
	زیاد	تاحدی	اصلاً	زیاد	تاحدی	اصلاً	
100	5	37	58	91	8	1	آشپزی و پخت غذا
100	9	46	45	86	13	1	جمع‌آوری و شستن ظرف‌ها
100	11	44	45	89	10	1	پاکیزگی و نظافت منزل

نتایج داده‌های پژوهش نشان می‌دهد، دختران و زنان مورد مطالعه عمدتاً تمایل زیادی به انجام امور مختلف منزل دارند. در این میان ۱۸ درصد اصلاً تمایلی به انجام امور منزل ندارند. اکثر زنان تهرانی انجام وظایف مختلف با امور منزل برایشان مهم است، حدود ۶۹ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و در مقابل ۱۱ درصد در سطح کم و اصلاً بدان اشاره کرده‌اند. طبق بررسی صورت گرفته حدود ۵۹ درصد زنان اعلام کرده‌اند که خانواده و اطرافیان انتظار دارند که به امور منزل رسیدگی کنند. همچنین ۶۱ درصد افراد بیان داشته‌اند که فرصت رسیدگی به امور منزل برایشان فراهم است و بدون هیچ محدودیت و چالشی به انجام امور منزل می‌پردازند.

جدول ۱۲. توزیع پاسخگویان برحسب ارزش‌ها و نگرش‌های پیرامون امور منزل

Table 12. Distribution of respondents in terms of values and attitudes around homework

جمع	خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	اصلاً	ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون امور منزل
100	19	29	30	4	18	چقدر علاقه‌مند به انجام دادن امور منزل هستید؟
100	36	33	20	6	5	چقدر رسیدگی و توجه به امور منزل، برای شما اهمیت دارد؟
100	23	36	29	8	4	چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما به انجام

جمع	خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	اصلاً	ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون امور منزل
						امور منزل پردازید؟
100	25	36	28	9	2	چقدر برای رسیدگی به امور منزل وقت دارید؟

بیشتر دختران و زنان تهرانی مورد مطالعه در پاسخ به معنای انجام امور منزل، در جهت گیری فمینیستی «انجام امور منزل را نه صرفاً بر عهده زن، بلکه بر عهده مرد می‌دانند» (۴۴ درصد). همچنین ۱۱ درصد اظهار داشتند: «انجام کار منزل یکنواخت و زن را فرسوده می‌کند». ۲۴ درصد در برداشتی دینی، تلقی داشتن ثواب از انجام امور منزل دارند. البته ۲۲ درصد به تقسیم امور منزل به صورت زنانه (درون منزل) و مردانه (خارج از منزل) موافق‌اند.

جدول ۱۳: توزیع پاسخگویان برحسب معنای انجام امور منزل

Table 13: Distribution of respondents in terms of homework

44	انجام امور منزل نه صرفاً بر عهده زن، بلکه بر عهده مرد هم هست (فمینیستی)
22	بهتر است کارهای داخل منزل برای زن و بیرون برای مردان باشد (کارکردی)
11	انجام کار منزل یکنواخت و زن را فرسوده می‌کند (فردگرایانه)
24	انجام امور منزل برای زن از هر کاری ثوابش بیشتر است (دینی)
100	جمع

بررسی‌ها نشان می‌دهد از میان چهار متغیر تعیین کننده تمایل افراد به انجام امور منزل، میزان اهمیت انجام امور منزل با ضریب همبستگی ۰/۵۰ و میزان فرصت داشتن برای انجام امور منزل تأثیر با ضریب همبستگی ۰/۲۷ بیشتری دارند. البته فشار هنجاری مبنی بر انجام امور منزل با تمایل، رابطه آماری معناداری را نشان نمی‌دهد. همچنین دیگر نتایج نشان می‌دهد که زنان متأهلی که گرایش رابطه‌ای به انجام امور منزل دارند، رغبت کمتری نسبت به انجام امور منزل دارند؛ در مقابل زنانی که گرایش کارکردی و دینی (نهادی) دارند، علاقه بسیاری به انجام امور منزل دارند و نیز انتظار کمتری از همسر برای انجام کارهای خانه دارند.

جدول ۱۴. ماتریس همبستگی انجام امور منزل با تعیین کننده‌های آن

Table 14. The correlation matrix of doing homework with its determinants

معنای انجام امور منزل	فرصت انجام امور منزل	فشار هنجاری انجام امور منزل	اهمیت انجام امور منزل	انجام امور منزل
*-0/08	**0/27	0/04	**0/50	تمایل به انجام امور منزل

ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون تحصیلات: طبق بررسی صورت گرفته، بیشتر زنان در شهر تهران دارای تحصیلات «کاردانی و کارشناسی» (۳۵ درصد) و «دیپلم» (۲۹ درصد) می‌باشند. همچنین نسبت افراد دارای تحصیلات «کارشناسی ارشد» و «ابتدایی و راهنمایی» به ترتیب برابر با ۱۲ و ۱۱ درصد است؛ به عبارت دیگر می‌توان بیان داشت که حدود ۴۹ درصد زنان نمونه بالاتر از دیپلم، ۲۹ درصد دیپلم و ۲۲ درصد زیر دیپلم هستند. اکثریت مطلق دختران و زنان تهرانی مورد مطالعه تمایل دارند که تحصیلاتشان را در مقاطع مختلف تحصیلات دانشگاهی ادامه بدهند؛ به طور دقیق‌تر ۲۳/۲ درصد تا مقطع کارشناسی ارشد، ۲۶/۲ درصد زنان تا مقطع کاردانی و کارشناسی و ۳۲/۴ درصد تا مقطع دکتری به ادامه تحصیل در چنین مقطعی امید دارند. بیش از نیمی از افراد نمونه مورد مطالعه، ادامه تحصیل در سطح مدارج عالی را در سطح زیاد و خیلی زیاد (۵۷ درصد) با اهمیت تلقی نموده‌اند؛ بنابراین می‌توان بیان نمود که بخشی از هویت‌یابی زنان با افزایش سرمایه فرهنگی عینی آن‌ها گره خورده است. حدود یک‌سوم دختران و زنان نمونه از فرصت آموزشی لازم برای ادامه تحصیل برخوردار نیستند؛ در مقابل زنانی که برای ادامه تحصیل محدودیت و مشکل خاصی ندارد دو برابر بیشتر از کسانی‌اند که وقت و فرصت لازم برای تحصیل را ندارند.

جدول ۱۵. توزیع پاسخگویان برحسب ارزش‌ها و نگرش‌های پیرامون تحصیلات

Table 15. Distribution of respondents in terms of values and attitudes around education

جمع	خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	اصلاً	ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون تحصیلات
100	31	26	29	9	5	رسیدن به مدارج تحصیلی بالا چقدر برای شما مهم است.
100	16	23	29	22	10	چقدر امکان و موقعیت ادامه تحصیل برای شما فراهم است؟

در بررسی معنای تحصیل برای زنان، بررسی‌ها حاکی از آن است که ۲۹ درصد زنان در برداشتی فردگرایی به تأثیر تحصیلات بر شکوفایی و اعتماد به نفس زن، ۱۰ درصد در برداشتی فمینیستی، تحصیلات زنان را موجب افزایش توان و قدرت زنان در برابر مردان می‌دانند، ۳۸ درصد در وجه نظری دینی به رشد اخلاقی و معنوی زن به واسطه تحصیل کردن اشاره نموده و نیز ۲۳ درصد به کارکرد سواد مبنی بر حضور و مشارکت زنان در سطح شهر معتقد هستند.

جدول ۱۶. توزیع پاسخگویان برحسب معنای تحصیل کردن

Table 16. Distribution of respondents in terms of education

29	تحصیل کردن موجب شکوفایی و اعتماد به نفس زن می‌شود (فردگرایانه)
10	تحصیلات توان و قدرت زنان را در برابر مردان بالا می‌برد (فمینیستی)
38	تحصیلات برای زنان بیش از هر چیزی باید به رشد اخلاقی و معنوی آن کمک کند (دینی)
23	تحصیلات زنان امکان حضور آن‌ها را در اجتماع بیشتر می‌کند (کارکردی)
100	جمع

در میان چهار متغیر مؤثر بر میزان سواد و تمایل به ادامه تحصیل، فشار هنجاری جامعه برای ادامه تحصیل بیش از همه تأثیر دارد؛ بنابراین انتظار اجتماعی خانواده و اطرافیان از افراد تأثیر بسزایی در تحصیل کردن افراد دارند. در مرحله بعد دو متغیر اهمیت و فرصت ادامه تحصیل می‌باشند که رابطه آماری معناداری را نشان می‌دهد. در این میان نیز پنداشت و درک زنان و دختران از تحصیل کردن، رابطه آماری معناداری را با میزان سواد و نیز میزان تمایل آن‌ها نسبت به ادامه تحصیل نشان نمی‌دهد.

جدول ۱۷. ماتریس همبستگی وضعیت تحصیل با تعیین کننده‌های آن

Table 17. Matrix correlation of education with its determinants

معنای تحصیل کردن	فرصت ادامه تحصیل	فشار هنجاری تحصیل کردن	اهمیت ادامه تحصیل	تمایل به ادامه تحصیل	میزان سواد	ضرایب
0/01	** 0/31	** 0/45	** 0/14	** 0/44	1	میزان سواد
0/01	** 0/26	** 0/49	** 0/38	1	-	تمایل به ادامه تحصیل

ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون اشتغال: طبق بررسی صورت گرفته ۵۰ درصد زنان مورد مطالعه، خانه‌دار و ۲۶ درصد شاغل‌اند. در این میان نیز ۱۱ درصد دانشجوی و ۶ درصد محصل هستند. همچنین زنان بازنشسته و در جستجوی کار هر کدام با سه درصد کمترین وضعیت را در حوزه اشتغال به خود اختصاص داده‌اند. طبق ارقام مندرج در جدول زیر نسبت زنانی که تمایل دارند به سرکار رفتن بروند (۶۵ درصد) تقریباً سه برابر کسانی است که چندان علاقه‌ای (اصلاً و کم) از خود نشان نداده‌اند. همچنین می‌توان بیان داشت که فشار اجتماعی بسیار برای شاغل شدن زنان برابر با ۴۳ درصد است. دختران و زنان مورد مطالعه در پاسخ به اهمیت رفتن به سرکار، ۵۰ درصد در سطح زیاد و خیلی زیاد و در مقابل حدود یک‌چهارم (۲۵ درصد) در حد «اصلاً» و «کم» بدان اشاره کرده‌اند؛ بنابراین مشاهده می‌گردد نسبت زنانی که سرکار رفتن برایشان اهمیت دارد، دو برابر کسانی است که به شاغل شدن چندان اهمیت نمی‌دهند. زنان مورد مطالعه در پاسخ به داشتن فرصت لازم برای شاغل شدن، حدود یک‌سوم در حد زیاد و خیلی زیاد و نیز در حد کم و اصلاً بدان اشاره کرده‌اند - که نسبت برابری را نشان می‌دهد.

جدول ۱۸. توزیع پاسخگویان برحسب ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون اشتغال

Table 18. Distribution of respondents in terms of women's values and attitudes on employment

جمع	خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	اصلاً	ارزش‌ها و نگرش‌های زنان پیرامون اشتغال
100	37	28	17	7	11	چقدر دوست دارید که شاغل باشید؟
100	24	19	19	12	26	چقدر خانواده یا اطرافیان، انتظار دارند که شما سرکار بروید؟
100	25	25	24	11	15	رفتن به سرکار چقدر برای شما مهم است؟
100	12	24	28	21	15	چقدر فرصت سرکار رفتن برای شما وجود دارد؟

در بحث از درک و معنای اشتغال در بین زنان شهر تهران، بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیش از نیمی از زنان شهر تهران برداشتنی فردگرایانه از سرکار رفتن دارد. همچنین ۱۸ درصد در رویکردی فمینیستی، موافق اشتغال زنان در تمام مشاغل‌اند. در مقابل ۱۶ درصد از افراد در

برداشتی دینی، آن را منوط به توافق همسر می‌دانند. ۱۶ درصد در برداشتنی کارکردی به تأثیر اشتغال بر تأثیرگذاری بر امور خانه و خانواده توجه کرده‌اند.

جدول ۱۹. توزیع پاسخگویان برحسب معنای اشتغال زنان

Table 19. Distribution of respondents in terms of women's employment meaning

50	زنان باید سرکار بروند تا استقلال مالی داشته باشد (فردگرایی)
16	سرکار رفتن زنان باید با موافقت همسرش باشد (دینی)
16	سرکار رفتن زن بایستی به امور خانه و خانواده کمک می‌کند (کارکردی)
18	زنان در تمام مشاغل می‌توانند دوشادوش مردان کار کنند (فمینیستی)
100	جمع

چنانچه ماتریس همبستگی زیر نشان می‌دهد رابطه آماری تمایل به شاغل شدن با دو متغیر، اهمیت شاغل شدن با ضریب همبستگی ۰/۵۰ و نیز فشار هنجاری جامعه با ضریب همبستگی ۰/۴۹ بیش از سایر متغیرها معنادار شده است؛ به عبارتی سرکار رفتن برای زنان، امری هویت‌بخش محسوب می‌شود و نیز انتظار اجتماعی خانواده و اطرافیان از افراد تأثیر بسزایی در شاغل شدن زنان دارد. همچنین زنانی که گرایش رابطه‌ای به شاغل شدن زنان دارند تمایل بیشتری به سرکار رفتن دارند؛ و برعکس رغبت کمتر برای شاغل شدن در بین زنان با گرایش نهادی (دینی و کارکردی) بیشتر مشاهده می‌گردد.

جدول ۲۰. ماتریس همبستگی اشتغال با تعیین‌کننده‌های آن

Table 20. Employment correlation matrix with its determinants

وضعیت اشتغال	اهمیت شاغل شدن برای زنان	فشار هنجاری شاغل شدن برای زنان	فرصت شاغل شدن زنان	معنای شاغل بودن برای زنان
ضرایب	**0/50	**0/49	**0/22	** -0/26

بحث و نتیجه‌گیری

با توصیف و تبیین‌های صورت گرفته پیرامون ارزش‌ها و نگرش‌های دختران و زنان در شهر تهران، جای این پرسش جامعه‌شناسی است که چه تفسیری می‌توان از رفتارهای

جنسیتی دختران و زنان در شهر تهران داشت؟

با توجه به یافته‌های صورت گرفته پیرامون تمایل به ازدواج، تداوم زندگی مشترک، پذیرش نقش مادری، فرزندآوری، اشتغال، تحصیل کردن و نیز فاصله گرفتن از آن‌ها و انتزاع بخشیدن به نتایج می‌توان تحولات ارزشی و نگرشی زنان را در قالب دو الگو و روند تحت عنوان «الگوی زیستی» و «الگوی فرازیستی» (فرهنگی و اجتماعی) مورد تحلیل و تفسیر بیشتر قرار داد؛ چراکه انسان هم موجودی طبیعی (زیستی) بوده و تمایلات و نیازهای اولیه و غریزی است که آن را به محیط فیزیکی پیرامون پیوند می‌زند؛ از سویی در الگوی فرازیستی می‌توان اظهار کرد، رفتارهای جنسیتی به عناصر موقعیتی، فرصت‌ها و محدودیت‌ها بستگی دارد که ارزش‌ها به آن‌ها شکل می‌دهد: موقعیت‌هایی مانند تعریف فرد از خود و اهداف، باورها و انتظارات دیگران و زمینه‌ای که تعامل در آن اتفاق می‌افتد. با مرور یافته‌ها مشخص گردید که در مطالعه حاضر الگوی فرازیستی در قالب ارزش‌های و نگرش‌های فمینیستی و عکس‌العمل‌های فردگرایانه پیرامون ابعاد مختلف رفتارهای جنسیتی زنان بر الگوی زیستی در حال غلبه شدن است.

درواقع رفتارهای جنسیتی زنان و مردان هم مبتنی بر «سائق‌های زیستی» و پایه‌ای است؛ بدین خاطر پدیده‌ای جهانی بوده و از سویی نیز پدیده‌ای فرازیستی بوده که به تعبیری «سایه فرهنگ» است که فهم و تجربه خاصی را بر برابر افراد می‌گشاید تا مدت‌های طولانی و یا برای همیشه نیازها و تمایلات زیستی (میل به ازدواج، بچه‌دار شدن، زندگی زناشویی) را در پس قواعد، باورها، تابوها، قوانین به تعویق می‌اندازد و با پذیرش الگوی عبور از تکیه بر امور زیستی، سعی می‌شود منزلتی درخور الگوی فرازیستی خود یا جامعه کسب نماید. همان‌طور که در یافته‌های توصیفی و تبیینی اشاره گردید در بحث از معنای جنسیتی زنان، سرانجام می‌توان چنین قضاوت نمود که بیشترین معنای رفتار جنسیتی در بین دختران مجرد، معنای فمینیستی پیرامون ازدواج با ۵۳ درصد می‌باشد. در بین زنان متأهل بیشترین معنای غالب از نوع فمینیستی مربوط به میزان انجام امور منزل، بیشترین معنای فردگرایی درباره سرکار رفتن زنان و ادامه تحصیل نمودن و در آخر بیشترین معنای

کارکردی مربوط به پذیرش نقش مادری می‌باشد. در زمینه فرصت‌های جنسیتی زنان نتایج نشان می‌دهد که وقت نداشتن برای انجام امور منزل با میانگین ۳/۷۵، فرصت کم برای فرزندآوری با میانگین ۳/۴۴، امکان و فرصت ازدواج برای دختران با میانگین ۳/۱۱، محدودیت برای ادامه تحصیل با میانگین ۳/۱۲، فرصت مادر شدن با میانگین ۲/۷۱، محدودیت‌های مربوط به سرکار رفتن با میانگین ۲/۹۸ از جمله مشکلات و موانعی هستند که زنان در شهر تهران با آن مواجه‌اند. درباره هنجارهای جنسیتی زنان (فشار هنجاری) طبق بررسی به‌دست‌آمده، هنجارهای اجتماعی مربوط به ادامه تحصیل با میانگین ۴/۸، فرزندآوری با میانگین ۳/۸۹، پذیرش نقش مادری با میانگین ۳/۷۶، هویت همسری با میانگین ۳/۶ بیش از سایر رفتارهای جنسیتی بوده؛ در مقابل انجام رفتارهایی از قبیل شاغل شدن با میانگین ۳/۰۳، ازدواج کردن به‌موقع دختران با میانگین ۳/۳۵ کمتر مورد انتظار جامعه می‌باشد.

در جمع‌بندی این وضعیت می‌توان نتیجه گرفت فضای عمومی خانواده‌ها و نیز اطرافیان در عین اینکه از زنان و دختران انتظار دارند که ادامه تحصیل بدهند، اما چندان توقع ندارد که شاغل شوند و به سرکار بروند. از این رو، مشاهده می‌گردد الگوی فرازیستی با سایه‌گستری هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، ادراک و تجربه زنان از رفتارها و نگرش‌های جنسیتی را مبتنی بر برابرخواهی، ایستادگی در برابر قدرت و کلیشه‌های جنسیتی مردانه و نیز توجه به پیشرفت‌های فردی و مفید بودن برای خود و جامعه سوق می‌دهد. بدین معنا که سائق زیستی در پناه هژمونی سایه‌گستر مؤلفه‌هایی از الگوی فرازیستی به حاشیه رانده می‌شود. زنان متأهلی که به‌خاطر سرکار رفتن اهمیتی به داشتن فرزند نمی‌دهند و حتی اولین بارداری خود را حدود چند سال به تعویق می‌اندازد؛ ولی فرزندان ایدئال بیشتری را آرزو می‌کنند، دخترانی که به‌خاطر پیشرفت‌های تحصیلی مدت‌ها و یا برای همیشه نیازهای جنسی خود را عقب می‌اندازد. این‌گله‌ها در تبیین حرکت از ارزش‌های مادی به فرامادی تکیه اساسی را بر امنیت و تأمین اقتصادی بنا می‌کند (Inglehart, 1999)؛ در این مطالعه پذیرش الگوی فرازیستی را بیشتر در بین دختران و زنان

تحت تأثیر افزایش سواد زنان، فرصت محدود، اشتغال، استقلال مالی و ... می‌توان جستجو و تحلیل نمود. البته آنچه اهمیت دارد تأثیری است که پذیرش این الگو به‌خاطر دامنه شمول و گستردگی آن در بین دختران، جوان، مجرد، تحصیل کرده و نیز شاغل جامعه شهری تهران، بر هنجارها و قضاوت‌ها آن‌ها دارد؛ بنابراین با توجه به اینکه تراکم دختران، جوان، مجرد، تحصیل کرده و نیز شاغل در گروه الگوی فرازیستی بیشتر است و چنین ارزش‌ها و نگرش‌های جنسیتی، به لحاظ ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه فرصت کمتر و پذیرش پایینی دارد؛ پس این دسته از دختران و زنان جامعه، به لحاظ هنجاری و نیز وجه نظر زندگی روزمره از آسیب‌پذیرترین افراد به حساب می‌آیند. چنانچه به‌مرور و مقایسه انواع وضعیت‌های احساس هویت جنسیتی زنان، بنگریم نتایج نشان می‌دهد که به ترتیب حفظ و تداوم زندگی مشترک با میانگین ۴/۵۳، افتخار به مادر شدن با میانگین ۴/۲۶، اهمیت دادن به انجام امور منزل با میانگین ۳/۸۹، ارزش و داشتن فرزند با میانگین ۴/۱۲، اهمیت ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر با میانگین ۳/۶۹، شاغل شدن با میانگین ۳/۳۴ و درنهایت اهمیت داده به ازدواج و تشکیل خانواده در بین دختران با میانگین ۳/۱۸، به ترتیب از جمله مواردی هستند که برای زنان و دختران دغدغه و بیش از سایر موارد مهم به نظر می‌رسند. به عبارتی امروزه مهم‌ترین دغدغه زنان متأهل جامعه شهری تهران حفظ و پایداری زندگی مشترک؛ و در مقابل ازدواج کردن و تشکیل خانواده کمترین اهمیت را برای دختران مجرد دارد. همچنین ملاحظه می‌گردد نداشتن فرصت برای انجام وظایف همسری، نداشتن امکان و موقعیت داشتن فرزند برای زنان متأهل و نیز نداشتن امکان فرصت ازدواج برای دختران مهم‌ترین مسائل زنان و در مقابل شاغل شدن کمترین محدودیت را برای زنان متأهل نشان می‌دهد. چنین یافته‌ای بیانگر تغییرات بطئی و کند در بین نگرش دختران و زنان می‌باشد، یا به تعبیر فستینگر (Festinger, 2021) و جک برم (Brehm, 2001) نوعی واکنش به هر آنچه تهدید در برابر تغییر در ارزش‌های و نگرش‌های زنان تفسیر نمود؛ نوعی استقلال و آزادی در نگاه به ارزش‌ها و هنجارهای رسمی جامعه را می‌توان در نظر گرفت.


تشکر و سپاسگزاری

از آقای دکتر حسین سراج زاده ناظر محترم که در مراحل مختلف داوری‌شان، نکات دقیق و ارزشمند علمی‌شان را ارائه نمودند، تشکر کنم. همچنین از سرکار خانم ملک محمدی و سرکار خانم موسی نژاد از اداره بانوان شهرداری تهران به‌خاطر کمک‌ها و هماهنگی‌هایشان در طول انجام تحقیق بسیار سپاسگزارم. این مطالعه در دو موج اول (۱۳۹۶) و موج دوم (۱۳۹۹) با حمایت مالی معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران انجام گردیده است.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Ahmed Ghiasvand  <http://orcid.org/0000-0003-4324-6556>

References

- Alirezanejad, S and Sarae, H (2026). Women in the General Area: A Study on Public Spaces available to Urban Women and Its Changes, *Journal of Social Sciences*, 30 (123-149).
- Azadarmaki, T and Ghiasvand, A (2013). *Sociology of Cultural Change in Iran*, Tehran: Publishing.
- Bernards, John. (2015). *An Introduction to Family Studies, Translated by: Hossein Qazian*. Tehran: Nashr-e-Ney- Chalabi, M (2016). *Sociology of Order*, Tehran: Ney Publishing.
- Gardiner, J. 1992. Psychoanalysis and feminism: An American humanist's view. *Signs* 17 (2): 437-454.
- Ghiasvand A (2015). *Investigating the effectiveness of Shekofahaye Eshgh among young couples in Tehran*.
- Goodarzi, M (2011). *Tehrani Citizens' Social Cultural Values and Attitudes*, Research Project. Client: Tehran Municipality.
- Holmes, M (2015). *Gender in daily Life*, Translated by Mohammad Mehdi Labibi, Tehran, Afkar Publishing.
- Horton, P.B et al. (2015). *Sociology*. New York: Mc Graw-Hill.
- Inglert, Roband (2003). *Cultural Transformation in Advanced Industrial Societies*, Translated by: Maryam Wetter, Tehran, Desert Publications.
- Michael, M (1999). *The Gender Society*, Oxford University Press.
- Root, M. (1984). Marital quality and power processes among Black Couples. *Journal of marriage the family*.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Integroup Relations*, Combridge: Cambridge University Press.
- Abramson, Paul and Ronald Ingelhart, (1999). "Generational Replacement and value change in sex west European Societies, *American journal of political science*, 30: L- 25.
- Ajzen, I. (2005). "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, No. 50, pp: 179-211
- Baron, R. A. and Byrne, D. (2019). "Social Psychology", Boston: Allyn and Bacon.
- Bott, Elizabeth. (1971). *Family and Social Network*, London, Tavistock.
- Braun Luckey, Eleanore & Koyn Bain, Joyce (1970), Children: A Factor in Marital Satisfaction. *Journal of Marriage and family*. Vol. 32. No. 1. Pp.43-45.
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (1981). *Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control*. Academic Press.
- Coale, A. J., Mc Neil, D. R. (1972). "The Distribution by Age of the Frequency of First Marriage in Female Cohort". *Journal of American Statistical Association*, 67.
- Festinger, L. (2021). *A Theory of Cognitive Dissonance (Anniversary ed.)*.

- Stanford University Press.
- Ford, C., & Beach, F. (1951). *Patterns of sexual behavior*, New York: Harper & Row.
- Gardiner, Judith Kegan (1998). "Feminism and the Future of Fathering" in Tom Digby (ed.) *Men Doing Feminism*, New York and London: Routledge.
- Giddens, Anthony (2017). *Modernity and Identity: Society and Personal Identity in the Age of Modernity*, translated by Nasser Moafaqian, Tehran: Ni Publishing.
- od, W. Jay (1989). *Family and Society*, Translated by Vida Nassehi, Tehran: Kavir
- Hamilton G and Siow A(2007). Class Gender and Marriag. *Review of Economic Dynamics Vol.10 NO. 44 PP. 549-575*
- Hilgard,E (2015). *Introduction to Psycholog, Harcourt, Brace & World, Inc.*; Fourth edition.
- Root, j. (1984), *Pictures of women: sexuality*. London: Pandora.
- Rotter, J. B., Chance, J. E., & Phares, E. J. (1972). *Applications of a social learning theory of personality*. Holt, Rinehart & Winston.

استناد به این مقاله: غیاثوند، احمد. (۱۴۰۱). ارزش‌ها و نگرش‌های جنسیتی زنان در شهر تهران، فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۹(۹۶)، ۴۷-۷۵.

DOI: 10.22054/qjss.2023.72148.2602



Social sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License...

