

جهانی شدن فرهنگی و نگرش مردان به نقش زنان (مطالعه موردی مردان شهر شیراز)

بیژن خواجه‌نوری^{۱*}، لیلا پرنیان^۲، صغری همت^۳

چکیده

این مقاله، که بر مبنای پژوهشی با همین عنوان انجام شده، به فرایند جهانی شدن فرهنگی و نگرش مردان به نقش زنان در جامعه پرداخته است. در این پژوهش، ترکیبی از نظریه‌های گیدنز و رابرتسون به‌منزله چارچوب نظری استفاده شده است. پرسش اصلی این است که آیا جهانی شدن فرهنگی بر نگرش مردان به نقش زنان در شهر شیراز تأثیر گذاشته است؟ در صورت وجود ارتباط بین این دو متغیر، کدام مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی بیشترین تأثیر را داشته‌اند؟ برای دستیابی به پاسخ این پرسش، از روش کمی و پیمایشی استفاده شده و اطلاعات لازم با استفاده از ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده است. بدین ترتیب، ۳۸۳ نفر از مردان شهر شیراز با روش نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای چندمرحله‌ای برای پاسخگویی به پرسش‌ها انتخاب و اطلاعات لازم از این گروه گردآوری شده است. نتایج بیانگر آن بود که متغیرهای بازانديشي، سبک زندگی ورزشی، سبک زندگی علمی-فرهنگی، آگاهی از جهانی شدن، و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی با نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت، ولی سبک زندگی سنتی و وسایل ارتباط جمعی داخلی رابطه منفی داشته‌اند. همچنین، متغیر بازانديشي با نگرش سنتی به نقش زنان رابطه منفی، ولی سبک زندگی سنتی و سبک زندگی ورزشی رابطه مثبت داشته‌اند.

کلیدواژگان

بازانديشي، جهانی شدن فرهنگی، نقش زنان، نگرش مردان.

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز
Bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

۲. کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز
parnian.leila@gmail.com

۳. کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز
hemmat.soghra@yahoo.com

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

۲. کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز

۳. کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۵/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۰/۲۴

مقدمه و طرح مسئله

با تغییر بافت اجتماعی از ساختار سنتی به مدرن و بر اثر تحولات ناشی از جهانی شدن فرهنگی^۱، شاهد تغییر نگرش و هویت افراد هستیم. این امر ناشی از آثار تمدن جدید صنعتی و ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی است [۱۵، ۸۴] که بر اثر آن گستره تأثیر و تأثر کنش‌های اجتماعی پهناتر شده است. ایران نیز، به‌ویژه در دو دهه گذشته، با رشد روزافزونی تحت تأثیر فرایند جهانی شدن و تحولات پُرشتاب فناوری‌های نوین آن قرار گرفته است [۶؛ ۷؛ ۸؛ ۱۴؛ ۴۰؛ ۴۱] که به نظر می‌رسد در این میان زنان آثار جهانی شدن را با گستردگی و عمق بیشتری تجربه می‌کنند [۱۷، ۹۴]. برای مثال، همان‌طور که کلیشه‌های جنسیتی سنتی محدودیت‌هایی را بر زنان اعمال می‌کنند، نگرش‌های افراطی و مدرن مردان به نقش زنان نیز، که متأثر از جریان جهانی است، می‌تواند پیامدهایی منفی مانند: تبدیل زنان به کالای جنسی، افزایش رفتار جنسی پُرخطر و تا حدودی بالا رفتن سن ازدواج در میان آنان، از خودبیگانگی و افزایش آسیب‌های جسمی و روانی، افزایش نزاع بر سر قدرت بین زوجین، کاهش حضور زوجین در کنار هم در خانه، و... داشته باشد. این در حالی است که برخورداری از نگرشی منصفانه، همان‌گونه که در تعالیم اسلام نیز آمده است^۲، به حفظ روابط زناشویی، رشد بیشتر مهارت‌های همسران، و سایر پیشرفت‌های فردی و خانوادگی و اجتماعی منجر خواهد شد. ضمن آنکه در فرهنگ اصیل اسلام، بنیان خانواده بر پایه مودت و در جهت تفاهم زوجین است. با غور در احادیث نبوی، درمی‌یابیم که تلقی پیشوایان دین اسلام از زنان به نحوی بوده است که آنان را همتای مردان می‌دانسته‌اند^۳ [۲۹، ص ۲۸]. افزون بر آن، بنا بر اصل بیستم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، همه افراد ملت، اعم از زن و مرد، یکسان از همه حقوق انسانی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی با رعایت موازین اسلامی برخوردارند [۲۶، ص ۲۲۸].

ادبیات تحقیق

در خصوص موضوع نگرش مردان به نقش زنان، تحقیقات ارزشمند، ولی بسیار معدودی صورت گرفته است. همچنین، بررسی نظری و تجربی رابطه فرایند جهانی شدن فرهنگی و نگرش مردان به نقش زنان تاکنون صورت نگرفته است و در این زمینه فقط می‌توان به تحقیق آلتمان^۴ با عنوان: «جنسیت و جهانی شدن» اشاره کرد که در آن نشان می‌دهد جهانی شدن در حوزه جنسیت (نقش و حقوق جنسیتی) هم آثار آزادی‌بخش و هم خردکننده و محدودکننده داشته است [۳۴]. سایر

1. cultural globalization

۲. اعراف/ ۱۸۹؛ حجرات/ ۱۳

۳. اِنَّمَا النِّسَاءُ شَقَائِقُ الرَّجَالِ (زنان همتای مردان‌اند).

4. Altman

پژوهش‌ها نیز به توصیف و تبیین ارزش‌ها و نگرش‌های رایج دربارهٔ زنان، به‌ویژه نقش مدیریتی آن‌ها، پرداخته‌اند. براساس نتایج این پژوهش‌ها، نوع نگرش مردان به نقش زنان در موفقیت زنان و تداوم فعالیت‌های آن‌ها اثرگذار است [۵؛ ۲۳؛ ۳۶؛ ۳۸؛ ۴۲؛ ۴۳]. پاره‌ای دیگر از پژوهش‌ها، ضمن توصیف چگونگی نگرش مردان به نقش زنان در بین گروه‌ها و کشورهای مختلف [۲۶؛ ۴۳]، نشان دادند که تحصیلات، آگاهی از نقش زنان، امکانات مادی خانواده و دیدگاه سیاسی [۹]، جنسیت [۲؛ ۲۶؛ ۳۵؛ ۳۶؛ ۴۲؛ ۴۳؛ ۴۵]، منزلت شغلی، طبقهٔ اجتماعی، انتظار فایده، ارزیابی فایده [۲۵]، کلیسای کاتولیک، جناح‌های سیاسی مختلف، سازمان‌های فمینیستی [۴۴]، سن [۳۵]، رسانه‌ها [۶]، محیط‌های دانشگاهی نظامی و غیرنظامی [۴۵]، و گرایش اجتماعی [۳۹] با متغیر وابسته نگرش مردان به نقش زنان رابطهٔ معناداری دارند.

مبانی و چارچوب نظری تحقیق

نظریهٔ یادگیری اجتماعی تأکید زیادی بر نقش محیط اجتماعی در یادگیری نگرش‌ها و رفتارها دارد [۳۰، ص ۱۵۰]. براساس این نظریه و همچنین نظریهٔ کارکردگرایی، عوامل و کارگزاران جامعه‌پذیری شامل: خانواده، مدرسه، و رسانه‌ها هستند [۳۱، ص ۱۱۷؛ ۳، ص ۶۳] که از طریق «تمرکز بر فرد» و «تمرکز بر گروه» نوع شخصیت افراد در بزرگسالی را تعیین می‌کنند [۲۴، ص ۱۴۰]. در این زمینه، بورديو بر این باور است که در خلال فرایند جامعه‌پذیری، باورهای ناصحیح جنسیتی به نحوی ملکهٔ ذهن کنشگران انسانی می‌شود که نه‌تنها تحمیل‌کنندگان آن‌ها، بلکه زنان جامعه نیز، که هدف کلیشه‌ها هستند، آن‌ها را می‌پذیرند [۴۶، ص ۲۳۸]. نظریه‌های فمینیستی نیز موقعیت زنان در خانه و اجتماع را جزئی از نظام اجتماعی می‌دانند که آنان را تابع مردان ساخته است [۲۵، ص ۱۴۱]. در این دیدگاه، رسانه‌های جمعی به‌منزلهٔ مهم‌ترین منابع تولید نگرش نقش جنسیتی، با ساختن «فضای نمادین زنانه»، به منظور تقویت تقسیم کار جنسیتی کار می‌کنند [۱، ص ۲۴]. از این رو، فمینیست‌ها اذعان می‌کنند که رسانه‌های جمعی «نقش‌بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی» را برعهده دارند [۶، ص ۲۴].

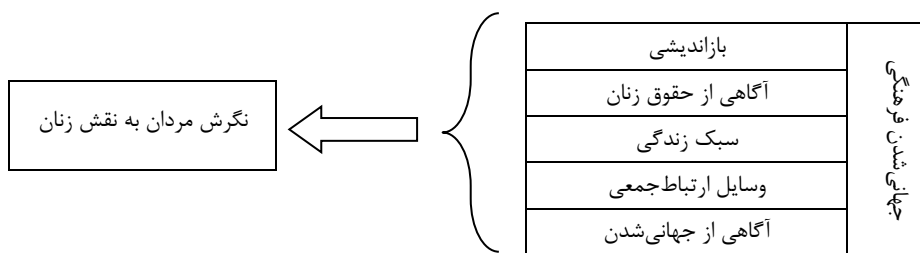
با وجود اینکه بیش از چند دهه از کاربرد واژهٔ «جهانی‌شدن» نمی‌گذرد، برخی از اندیشمندان همچون کانت و مارکس در قرن نوزدهم به مسئلهٔ فرهنگ جهانی پرداختند. در دوران معاصر نیز، در حوزهٔ جهانی‌شدن فرهنگی با نظریه‌های مختلفی روبه‌رو هستیم که از میان آن‌ها می‌توان به شیلر، رابرتسون، واترز، تاملینسون و گیدنز اشاره کرد [۴؛ ۱۱؛ ۱۶؛ ۱۹؛ ۴۷].

به باور گیدنز، جهانی‌شدن نوعی تحول فضا و زمان است [۱۸، ص ۸۹] که از طریق فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی نوین امواج اطلاعات را به درون مرزهای جوامع مختلف وارد کرده است [۲۲، ص ۴۶]. بنابراین، در تعریف از جهانی‌شدن می‌توان به فشردگی، همگونی، درهم‌تنیدگی، و وابستگی متقابل در سطح جهانی و افزایش آگاهی از آن اشاره کرد

[۱۲، ص ۳۵]. در نتیجه کاربرد فراگیر این تکنولوژی‌های رسانه‌ای، «تجربه‌های فرهنگی با واسطه» شکل گرفته [۴، ص ۲۱۰] که به «منطقه‌زدایی» فرهنگی منجر می‌شود که شرط فرهنگی جهانی شدن است [۲۷، ص ۱۳۶]. درحقیقت در فرایند جهانی‌شدن فرهنگی، سبک زندگی، و نگرش افراد با روند یکپارچگی جهانی حالت جدید می‌گیرند [۲۰، ص ۳۶]. سبک زندگی مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردهاست که روایت خاصی را که فرد برای هویت خود برگزیده در برابر دیگران متجسم می‌کند [۲۱، ص ۱۱۹]. بنابراین، جهانی‌شدن فرهنگی که در سطح کلان قرار دارد، از طریق متغیرهایی چون: سبک زندگی که در سطح میانی قرار دارد، بر هویت و نگرش‌های افراد در سطح خرد اثر می‌گذارد و آن را تغییر می‌دهد [۱۰، ص ۲۴].

همچنین در فرایند جهانی‌شدن فرهنگی با آگاهی از برخی مفاهیم فرهنگی مانند: فمینیسم، حقوق زنان، و نگرش‌های جدید نقشی، افراد در نگرش‌های خود دست به بازاندیشی می‌زنند. بنابراین، می‌توان گفت «آگاهی» عنصر اصلی جهانی‌شدن است. منظور از بازاندیشی آن است که ما به عقب برمی‌گردیم و خودمان را از نظر خاصیت و ماهیت مجدداً تعیین می‌کنیم [۳۷، ص ۲]. از جمله این نگرش‌های جدید، گفتمان تساوی‌گرایی در نقش‌های زنان و مردان است. با انتشار این گفتمان‌ها، نقش ثابت و تکراری زن و مرد، که به صورت خانه‌داری و نان‌آوری بوده است، تغییر کرده و زن بودن و مرد بودن، از نظر وظایف و هویت‌هایی که ایجاب می‌کند، معنای روشن و مشخص ندارد. همچنین موقعیت زنان و روابط میان دو جنس، مساوات‌طلبانه‌تر شده است [۱۹، ص ۸۹].

مدل نظری تحقیق



فرضیه‌های تحقیق

- بین سبک زندگی علمی- فرهنگی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛

- بین سبک زندگی سنتی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار منفی وجود دارد؛
- بین سبک زندگی فراغتی مدرن و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین سبک زندگی موسیقیایی سنتی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار منفی وجود دارد؛
- بین سبک زندگی ورزشی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین آگاهی از جهانی‌شدن و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین آگاهی از حقوق زنان و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین رسانه‌های مکتوب و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین رسانه‌های جمعی خارجی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛
- بین رسانه‌های جمعی داخلی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار منفی وجود دارد؛
- بین بازنمایی و نگرش مدرن مردان به نقش زنان رابطه معنادار مثبت وجود دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش، از روش کمی و پیمایشی استفاده شده و اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه به‌دست آمده است. جامعه آماری، کلیه مردان ساکن شهر شیراز در سال ۱۳۹۱ را شامل می‌شود. حجم نمونه آماری براساس جدول لین^۱، با سطح معناداری ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد برابر با ۳۸۳ نفر برآورد شد. روش نمونه‌گیری به‌کاررفته در این پیمایش، تصادفی سهمیه‌ای چندمرحله‌ای است. جهت تعیین اعتبار گویه‌های متغیرها از دو روش اعتبار صوری و اعتبار سازه استفاده شد. برای مشخص کردن اعتبار سازه، از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد.

1. Lin, N

تعریف مفاهیم

نگرش: عبارت است از نوعی حالت آمادگی و تمایل به عمل یا عکس‌العمل خاص در مقابل محرکی خاص [۳۳، ص ۹] (جدول ۱).

نقش: نقش شامل ارزش‌ها و رفتارهایی می‌شود که جامعه بر هریک یا همه افرادی که پایگاهی را در جامعه احراز نموده‌اند تفویض می‌دارد [۲، ص ۱۶۱].

فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی: مجموعه‌ای وسیع و متنوع از فناوری‌ها (اینترنت، ماهواره، ...) که برای برقراری ارتباط بین انسان‌ها به کار می‌روند [۶، ص ۱۶].

وسایل ارتباط جمعی: به همه اشکال ارتباط نوشتاری (روزنامه‌ها و مجلات، ...) و همه گونه‌های ارتباطات پخشی (رادیو و تلویزیون، ...) که پیش از پیدایش ICT ها به وجود آمده‌اند، گفته می‌شود [۲۸، ص ۶۳].

بازاندیشی: فرایندی است که طی آن تغییراتی بر هویت واقعی افراد و گروه‌های اجتماعی اعمال می‌شود [۱۳، ص ۱۸]. گویه‌هایی مانند بازاندیشی در آرایش، پوشاک، فرهنگ، الگوی زندگی، هویت، و... عملیاتی شده است (جدول ۱).

جدول ۱. نتیجه آزمون پایایی هر متغیر به روش آلفای کرونباخ

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
آگاهی از جهانی شدن	۱۳	۰٫۸۴۰
بازاندیشی	۱۵	۰٫۷۷۵
آگاهی از حقوق زنان	۹	۰٫۹۳۱
نگرش مدرن مردان به نقش زنان	۲۵	۰٫۸۷۵
نگرش سنتی مردان به نقش زنان	۷	۰٫۷۰۰

سبک زندگی: در این مطالعه، با توجه به نظریه آگنیو و پترسون^۱، برای سبک زندگی شاخص‌های: ۱. سبک‌های فراغتی منفعلانه یا غیراجتماعی (پاساژگردی و پرسه‌زنی در خیابان‌ها و...); ۲. سبک‌های فراغتی فعالانه یا اجتماعی (شرکت در کلاس‌های آموزشی، با دوستان بودن و...); ۳. سبک‌های سنتی (حضور در مجالس و مراسم مذهبی و...); ۴. سبک‌های مدیریت بدن؛ و ۵. استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی در نظر گرفته شده است [۳۲، ص ۳۳۲].

آگاهی از جهانی شدن: «آگاهی از جهانی شدن» به منزله قابلیت پذیرش و درک فرهنگ‌های دیگر، غیر از فرهنگ خودی، تعریف شده است [۱۱، ص ۳۶]. این متغیر با استفاده از گویه‌هایی در زمینه آگاهی از: اقتصاد، سیاست، فرهنگ، رسانه‌ها، و سایر تحولات جهانی عملیاتی شده است (جدول ۱).

1. Agnew & Petersen

آگاهی از حقوق زنان: این متغیر با استفاده از گویه‌هایی مانند آگاهی از: حقوق سیاسی، حقوق دینی، حقوق بین‌المللی و حقوق مدنی زنان، و... عملیاتی شده است (جدول ۱).

یافته‌های تحقیق

با توجه به مقادیر ارائه‌شده در جدول ۲، مشاهده می‌شود که سبک زندگی فرهنگی علمی بیشترین میانگین (۲۰/۸۷۴) را در بین ابعاد مختلف سبک زندگی دارد. همچنین در بُعد وسایل ارتباط جمعی نیز بیشترین میزان استفاده از رسانه‌ها به متغیر رسانه‌های مکتوب (۷/۲۲۳) مربوط می‌شود. فراوانی نگرش سنتی مردان به نقش زنان نیز ۲۱/۹۰۴ و نگرش مدرن مردان به نقش زنان ۶۳/۸۶۳ است. همچنین، میانگین آگاهی از جهانی‌شدن و آگاهی از حقوق زنان و بازاندیشی به ترتیب ۴۴/۸۸۳، ۲۰/۴۹ و ۳۱/۸۱ است.

جدول ۲. توصیف مؤلفه‌های جهانی‌شدن فرهنگی و نگرش مردان به نقش زنان در شهر شیراز

متغیر مستقل	میانگین	انحراف معیار
بازاندیشی	۳۱/۸۱	۶/۶۹۷
آگاهی از حقوق زنان	۲۰/۴۹	۱۰/۲۲۳
آگاهی از جهانی‌شدن	۴۴/۸۸۳	۸/۷۹۳
سبک زندگی فرهنگی علمی	۲۰/۸۷۴	۱۲/۹۵۵
سبک زندگی سنتی	۱۷/۹۷۲	۱۰/۶۷۰
سبک زندگی فراغتی مدرن	۱۰/۷۵۳	۷/۷۰۷
سبک زندگی موسیقیایی سنتی	۴/۷۷۷	۲/۶۹۵
سبک زندگی ورزشی	۴/۷۴۶	۳/۳۷۳
فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی	۴/۴۱	۲/۲۰۵
وسایل ارتباط جمعی خارجی	۳/۰۶۹	۲/۵۳۷
وسایل ارتباط جمعی داخلی	۳/۹۴۴	۲/۲۳۹
رسانه‌های مکتوب	۷/۲۲۳	۴/۱۲۳
نگرش مدرن مردان به نقش زنان	۶۳/۸۶۳	۱۱/۱۳۵
نگرش سنتی مردان به نقش زنان	۲۱/۹۰۴	۴/۰۹۶

بر پایه نتایج تکنیک تحلیل عامل رسانه‌ها، چهار عامل به‌دست آمد که به ترتیب بُعد فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی شامل گویه‌هایی مانند: پست الکترونیکی، پیامک، سی‌دی یا دی‌وی‌دی، و چت؛ بُعد رسانه‌های مکتوب شامل: روزنامه‌ها و مجلات داخلی و خارجی، فیلم و سی‌دی، و کتاب‌های غیردرسی؛ بُعد رسانه‌های جمعی خارجی شامل: ماهواره و رادیوهای خارجی، و در نهایت رسانه‌های جمعی داخلی نیز با دو گویه: تلویزیون و رادیوی

داخلی بودند. براساس نتیجه تحلیل عامل و با توجه به آماره $K.M.O=0,733$ و سطح معناداری ($sig=0,000$) می‌توان نتیجه گرفت داده‌ها برای تحلیل عاملی بسیار مناسبند و همه عناصر به کاررفته برای هر بُعد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته‌اند.

همچنین با توجه به نتایج تحلیل عاملی که در ادامه به آن اشاره شده؛ برای متغیر سبک زندگی نیز پنج عامل به دست آمده است که شامل: ۱. سبک زندگی علمی فرهنگی (با گویه‌هایی مانند: حضور در کلاس‌های آموزشی یا مهارتی، استفاده از رایانه در منزل یا محیط کار، مطالعه کتاب‌های غیردرسی، استفاده از فیلم‌ها و یا سی‌دی‌های آموزشی، و...)؛ ۲. سبک زندگی سنتی (با گویه‌هایی مانند: همکاری با هیئت‌های دینی، تماشای برنامه‌های مذهبی تلویزیون داخلی، حضور در مکان‌های زیارتی، و...) این فعالیت‌ها اگرچه متأثر از دین هستند، دقیقاً منطبق بر آن نیستند. بلکه می‌توانند در طول زمان از فلسفه وجودی خود تا حدودی فاصله بگیرند و زاویه‌دار شوند و تحت تأثیر زمان و فرهنگ جامعه به سنت تبدیل شوند. بنابراین، در این پژوهش، با عنوان سنت نامگذاری شدند، ۳. سبک زندگی فراغتی مدرن (با گویه‌های: گوش دادن به موسیقی جاز، گشت‌وگذار در خیابان‌ها، صرف غذا در رستوران و فست فود، و...)؛ ۴. سبک زندگی موسیقایی سنتی (با گویه‌های: گوش دادن به موسیقی‌های سنتی و مجاز ایرانی)، و ۵. سبک زندگی ورزشی (با گویه‌های: انجام ورزش شنا، کار با دستگاه‌های ورزشی در پارک، و...) هستند. مقدار آماره $K.M.O=0,837$ و سطح معناداری ($sig=0,000$) نشان می‌دهد که داده‌ها برای تحلیل عاملی بسیار مناسب بوده‌اند.

همچنین بر پایه نتایج تحلیل عامل نگرش مردان به نقش زنان، پنج عامل به دست آمده است که شامل: نگرش مدرن به مشارکت زنان (مانند اعتقاد به بدون مانع بودن مشارکت هنری، اقتصادی، ورزشی، سیاسی، و مذهبی زنان)، نگرش مدرن به حقوق زنان (مانند اعتقاد به سهم برابر زن و مرد، تقسیم برابر فرصت‌های اجتماعی، التزام مرد به همکاری با زنان در کار منزل و...)، نگرش مدرن به ورزش زنان (مانند پذیرش عضویت و فعالیت حرفه‌ای زنان در ورزش)، نگرش مدرن به تقسیم کار (مانند مخالفت با تقسیم کارهای درون منزل و درون جامعه به مقوله کار زنانه و کار مردانه)، و نگرش سنتی به نقش زنان (مانند اعتقاد به اینکه جای زن در خانه است، مخالفت با اشتغال زنان، آزادی عمل زنان در جامعه و حضور اداری آنان، و...) است. مقدار آماره $K.M.O=0,837$ و سطح معناداری ($sig=0,000$) نشان می‌دهد که با سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد همه عناصر به کار رفته برای هر بُعد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را برای متغیر داشته‌اند.

جدول ۳، نتایج همبستگی متغیرهای مستقل تحقیق با متغیر نگرش به نقش زنان را نشان می‌دهد. چنانکه مشاهده می‌شود، متغیرهای: بازانديشي، سبک زندگی ورزشی، سبک زندگی فرهنگی علمی، آگاهی از جهانی شدن، و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی رابطه معنادار و

مثبتی با نگرش مدرن مردان به نقش زنان (در سطح کل) دارند. در این میان، بین متغیر سبک زندگی سنتی و رسانه‌های جمعی داخلی با نگرش مدرن به نقش زنان رابطه معنادار و منفی برقرار است، اما ارتباط متغیرهای سبک زندگی ورزشی و سبک زندگی سنتی با متغیر وابسته نگرش سنتی مردان به زنان معنادار و مثبت است. این در حالی است که متغیر بازاندیشی ارتباط معنادار و منفی با نگرش سنتی مردان به نقش زنان دارد.

جدول ۳. نتایج همبستگی ابعاد جهانی‌شدن فرهنگی و نگرش مردان به نقش زنان

متغیر مستقل	نگرش مدرن به نقش زنان	نگرش سنتی به نقش زنان
بازاندیشی	۰/۱۲۸*	-۰/۴۵۴**
سبک زندگی ورزشی	۰/۱۴۹**	۰/۱۲۸*
آگاهی از جهانی‌شدن	۰/۲۸۱**	—
سبک زندگی فرهنگی علمی	۰/۳۶۲**	—
سبک زندگی سنتی	-۰/۱۶۴**	۰/۱۴۸*
فناوری‌های نوین ارتباطاتی	۰/۲۰۴**	—
وسایل ارتباط جمعی داخلی	-۰/۱۵۲**	—

* P < ۰/۰۵, ** P < ۰/۰۱

جدول ۴. تحلیل رگرسیونی نگرش مردان به نقش زنان

متغیرهای مستقل	R	R ^۲	B	Beta	F	Sig F	T	Sig	نگرش مدرن به نقش زنان	نگرش سنتی به نقش زنان
بازاندیشی	۰/۹۰۹	۰/۸۲۶	۰/۵۹۰	۰/۸۹۹	۸۵۲/۳۲۴	۰/۰۰۰	۳۳/۵۸۷	۰/۰۰۰		
آگاهی از حقوق زنان	۰/۹۱۳	۰/۸۳۴	۰/۰۹۲	۰/۰۸۱	۵۷۰/۸۳۴	۰/۰۰۰	۳/۰۰۰	۰/۰۰۳		
سبک زندگی فراغتی مدرن	۰/۹۱۶	۰/۸۳۹	۰/۱۳۰	۰/۰۹۱	۳۹۳/۲۷۴	۰/۰۰۰	۳/۲۶۸	۰/۰۰۱		
سبک زندگی ورزشی	۰/۹۱۸	۰/۸۴۲	۰/۲۲۱	۰/۰۶۴	۳۰۱/۶۴۹	۰/۰۰۰	۲/۲۷۱	۰/۰۲۴		
بازاندیشی	۰/۴۶۹	۰/۲۲۰	-۰/۱۲۸	۰/۵۱۲	۶۴/۷۱۲	۰/۰۰۰	-۸/۷۶۷	۰/۰۰۰		
آگاهی از جهانی‌شدن	۰/۴۹۱	۰/۲۴۱	-۰/۰۸۱	۰/۱۷۰	۳۶/۲۰۱	۰/۰۰۰	-۲/۸۹۳	۰/۰۰۴		
سبک زندگی سنتی	۰/۵۱۵	۰/۲۶۶	۰/۰۶۲	۰/۱۵۹	۲۷/۳۷۵	۰/۰۰۰	۲/۷۶۱	۰/۰۰۶		

جدول ۴ داده‌های دو مدل رگرسیونی نگرش مردان به نقش زنان را نشان می‌دهد. چنان‌که مشاهده می‌شود، در مدل اول چهار متغیر: بازاندیشی، آگاهی از حقوق زنان، سبک زندگی فراغتی مدرن، و سبک زندگی ورزشی وارد معادله شده و توانسته‌اند ۸۴/۲ درصد تغییرات متغیر وابسته (نگرش مدرن مردان به نقش زنان) را تبیین کنند. در مدل ۲ سه متغیر بازاندیشی، آگاهی از جهانی‌شدن و سبک زندگی سنتی وارد معادله شده و ۲۶/۶ درصد از تغییرات نگرش سنتی به نقش زنان را تبیین کرده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

براساس نتایج تکنیک تحلیل عاملی، پنج نوع سبک زندگی در بین مردان شهر شیراز شناسایی شد که شامل: سبک زندگی فراغتی مدرن، سبک زندگی سنتی، سبک زندگی ورزشی، سبک زندگی علمی-فرهنگی، و سبک زندگی موسیقیایی سنتی است. همچنین، بر پایه نتایج تکنیک تحلیل عاملی گویه‌های نگرش مردان به نقش زنان نیز پنج عامل به دست آمد که به ترتیب: نگرش مدرن مردان به مشارکت زنان، نگرش مدرن مردان به حقوق زنان، نگرش مدرن مردان به ورزش زنان، نگرش مدرن مردان به تقسیم کار و نگرش سنتی مردان به نقش زنان نامگذاری شدند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بیشتر مردان انواع مختلفی از نگرش‌های با گرایش مدرن را دارند و این امر می‌تواند بیانگر این باشد که آن‌ها به مقدار زیادی تحت‌تأثیر جهانی‌شدن فرهنگی و پیام‌های آن، گرایش‌های برابری‌گرایانه به نقش زنان در ابعاد و حوزه‌های مختلف پیدا کرده‌اند. علاوه بر آن، بر پایه نتایج تکنیک تحلیل عاملی وسایل ارتباط جمعی، چهار عامل: فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی، رسانه‌های مکتوب، وسایل ارتباط جمعی داخلی، و وسایل ارتباط جمعی خارجی شناسایی شد.

براساس نتایج آزمون همبستگی صورت‌گرفته، متغیرهای: بازاندیشی، سبک زندگی ورزشی، سبک زندگی علمی فرهنگی، آگاهی از جهانی‌شدن، و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی رابطه معنادار و مثبت و متغیرهای: سبک زندگی سنتی و وسایل ارتباط جمعی داخلی رابطه معنادار و منفی با متغیر نگرش مدرن مردان به زنان داشتند. درحالی‌که متغیر بازاندیشی رابطه معنادار و منفی و متغیرهای: سبک زندگی سنتی و سبک زندگی ورزشی رابطه معنادار و مثبتی با متغیر نگرش سنتی مردان به نقش زنان داشتند. از آنجا که جهانی‌شدن فرهنگی از طریق رسانه‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی، آگاهی‌هایی را در حوزه جنبش‌های برابری‌گرایانه و فمینیسم ایجاد می‌کند و عمده این آگاهی‌ها در قالب سبک‌های زندگی با جهت‌گیری مدرن انتقال می‌یابد، بنابراین طبیعی است به موازات هرچه مدرن‌تر شدن سبک زندگی افراد، مردان در نگرش سنتی به نقش‌های زنان نیز بازاندیشی و نگرش مدرن‌تر پیدا کنند. درخصوص ارتباط مثبت سبک زندگی سنتی با نگرش سنتی به نقش زنان می‌توان گفت بسیاری از ارزش‌های

سنتی جامعه، زنان را در وهله اول و بیشتر به ایفای نقش مادری و همسری دعوت می‌کنند و اگرچه فعالیت و اشتغال زن در خارج از خانه و در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، و... نفی نشده، می‌توان گفت زنان به این فعالیت‌ها تشویق هم نشده‌اند.

همچنین نتایج به‌دست‌آمده از رگرسیون چندمتغیره نشان داد که متغیرهای: بازاندیشی، آگاهی از حقوق زنان، سبک زندگی فراغتی مدرن، و سبک زندگی ورزشی توانستند در مجموع ۸۴/۲ درصد از تغییرات متغیر نگرش مدرن مردان به نقش زنان و متغیرهای: بازاندیشی، آگاهی از جهانی‌شدن، و سبک زندگی سنتی روی هم نزدیک به ۲۷ درصد از تغییرات متغیر نگرش سنتی مردان به نقش زنان را تبیین کنند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، متغیر بازاندیشی در هر دو مدل رگرسیونی تأثیری قوی و معنادار داشته است. باید توجه داشت که بسیاری از حقوقی که در فرایند مدرنیته و خلف آن (جهانی‌شدن) برای زنان تقاضا شده است، همچون حق مالکیت، ارث، تحصیل، کار، داشتن موقعیت هم‌تا با مردان، و مانند آن‌ها در قوانین مترقی اسلامی در هزار و چهارصد اندی سال پیش، پیش‌بینی شده است، هرچند به دلیل مقاومت جوامع از آن روزگار تاکنون برخی از این قوانین اجرایی نشده‌اند، با رشد آگاهی جوامع، این قوانین به تدریج به اجرا در خواهند آمد. در نتیجه این امر ملاحظه می‌شود که بازاندیشی نقش بسیار قوی در تبیین و پیش‌بینی نگرش مدرن به نقش زنان را دارد.

بنابراین، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان نتیجه گرفت ما از یک طرف در موقعیت خاصی که نام آن فرهنگ ایرانی است حشر و نشر می‌کنیم، که در زمینه نگرش به نقش زنان ممکن است گرفتار سنت‌هایی خاص باشد، و از سوی دیگر، شرایط پیرامون زندگی ما حکایت از حضور نظام فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی جهانی است که می‌تواند با تبلیغ ایده‌های جدید نقش‌هایی را به زنان عرضه کند که آنان را از مقام مادری و نقش والای همسری بازدارد و زمینه استثمار و خطرات جدی را برای خانواده‌ها و زنان جامعه داشته باشد. بنابراین، همان‌طور که برخی اعتقادات سنتی (زنان احساساتی، ترسو، خرافاتی و نازک‌دل هستند) درنهایت به پیش‌داوری و تبعیض جنسیتی منجر می‌شود، از طرف دیگر اندیشه‌هایی افراطی در قالب برابری‌گرایی جنسیتی و در جریان جهانی‌شدن فرهنگی نیز می‌تواند از طریق نشان‌رفتن نقش مادری و همسری خطرات جدی برای زنان و بنیان خانواده‌ها محسوب شود. شایان ذکر است که در رویکرد مترقی دینی هم باورهای متحجرانه سنتی به زنان مردود است و هم نگرشی که با عنوان برابری‌خواهی جنسیتی، نقش‌های طبیعی زنان را نفی می‌کنند.

با توجه به مباحث ذکر شده به نظر می‌رسد، با تغییر ذهنیت‌ها و سیاست‌های نادرست کلیشه‌ای و بازسازی ساختارهای جنسیتی می‌توان گامی مهم در پیشگیری از پیش‌داوری و تبعیض جنسیتی (به ویژه علیه زنان) برداشت. برای مثال، با پذیرفتن زنان به‌عنوان کانون زندگی در روابط درونی خانواده، پذیرفتن نقش‌های منحصربه‌فرد و مستقل از مردان برای آن‌ها،

اعتقاد به نقش متمم و مکمل آنان در معیشت و تولید، می‌توان پشتوانه مناسبی برای ارتقای جایگاه و منزلت اجتماعی زنان در فضای فرهنگی و اجتماعی جامعه فراهم کرد تا احساس تبعیض و ناراحتی در زنان جامعه برطرف شود. اما نکته حائز اهمیت این است که هرگونه بازسازی ساختارهای جنسیتی و فرهنگ‌سازی در این حوزه باید با به‌کارگیری فرمان‌های اسلامی درباره نقش‌های زن و مرد همراه باشد.

منابع

- [۱] استویناتی، دومینیک (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*، ترجمه ثریا پاک نظر، تهران: گام نو.
- [۲] باقری، شهلا (۱۳۷۵). «بررسی تأثیر خصوصیات اقتصادی و اجتماعی دانشجویان دانشگاه شیراز، بر نگرش آن‌ها در باب نقش اجتماعی زن»، *مجله علوم انسانی دانشگاه الزهراء*، ش ۱۷ و ۱۸، ص ۱۵۹-۱۸۰.
- [۳] بستان، حسین (۱۳۸۵). «بازنگری نظریه‌های نقش جنسیتی»، *پژوهش زنان*، دوره ۴، ش ۱ و ۲، ص ۳۱-۵.
- [۴] تاملینسون، جان (۱۳۸۱). *جهانی‌شدن و فرهنگ*، ترجمه محسن حکیمی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی با همکاری مرکز بین‌المللی گفت‌وگوی تمدن‌ها.
- [۵] حاجیلو، فتانه؛ دادورخانی، فضیله (۱۳۸۷). «بررسی تأثیر نگرش مردان بر ایجاد گروه‌های مستقل زنان روستایی (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی)»، *فصلنامه روستا و توسعه*، س ۱۱، ش ۱، ص ۱۵۱-۱۷۱.
- [۶] خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۸۹). «رسانه‌های جمعی و نگرش جنسیتی: مقایسه فناوری‌های گذشته و حال»، *مجله تحقیقات زنان*، س ۴، ش ۲، ص ۱۰۰-۱۲۲.
- [۷] خواجه‌نوری، بیژن؛ مقدس، علی‌اصغر (۱۳۸۷). «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت، مطالعه موردی: دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان آباد»، *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران*، ویژه‌نامه «پژوهش‌های اجتماعی»، ش ۲، ص ۱۳۳-۱۵۶.
- [۸] خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۸۵). «بررسی رابطه مؤلفه‌های فرایند جهانی‌شدن و مشارکت اجتماعی زنان مطالعه موردی: تهران، شیراز و استهبان»، رساله دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.
- [۹] خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۸۱). «نگرش مردان نسبت به نقش زنان. عوامل فرهنگی و خانوادگی مؤثر در شهر شیراز»، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی بیرجند*، س ۲، ش ۲، ص ۷۵-۱۰۴.
- [۱۰] خواجه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی؛ هاشمی، سمیه (۱۳۹۱). «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی. مطالعه موردی زنان شهر شیراز»، *جامعه‌شناسی کاربردی اصفهان*، ش ۴۷، ص ۱۴۱-۱۶۶.

- [۱۹] رابرتسون، دونالد (۱۳۸۵). *جهانی‌شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگی*، ترجمه کمال پولادی، تهران: ثالث.
- [۱۱] رابرتسون، دونالد (۱۳۸۲). *جهانی‌شدن*، ترجمه کمال پولادی، تهران: ثالث.
- [۱۲] راودراد، اعظم؛ منتظر قائم، مهدی؛ سرکاراتی، پریسا (۱۳۸۷). «تفسیر زنان از بازنمایی هویت زنانه در تلویزیون»، فصلنامه پژوهش‌های فرهنگی، س اول، ش ۲، ص ۱-۲۱.
- [۱۳] سحابی، جلیل (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی‌شدن بر هویت قومی (مطالعه موردی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان)»، *مطالعات ملی*، ش ۱۱، ص ۱-۴۱.
- [۱۴] شجاعی‌زند، علیرضا؛ طالبان، محمدرضا؛ صنعتی شرقی، نادر (۱۳۸۹). «رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و عرفی‌شدن فردی با تأکید بر نقش عوامل زمینه‌ای (مطالعه لتی)»، *نشریه مسائل اجتماعی ایران*، س اول، ش اول، ص ۲۴-۳۷.
- [۱۵] شیلر، هربرت (۱۳۷۶). *وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری امریکا*، ترجمه احمد میرعابدینی، تهران: سروش.
- [۱۶] طاهرخانی، مهدی (۱۳۸۳). «آثار جهانی‌شدن بر زنان»، *زن در توسعه و سیاست*، ش ۸، ص ۹۳-۱۱۲.
- [۱۷] گیدنز، آنتونی؛ بردسال، کارن (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نی.
- [۱۸] گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). *مدرنیته و مدرنیسم*، ترجمه حسینعلی نودری، تهران: نقش جهان.
- [۱۹] _____ (۱۳۷۹). *جهان ره‌اشده*، ترجمه علی‌اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران: علم و ادب.
- [۲۰] _____ (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- [۲۱] _____ (۱۳۷۸). *تجدد، تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- [۲۲] لندران اصفهانی، سعید (۱۳۸۳)، «مطالعه نگرش مدیران نسبت به مشارکت‌دادن زنان در تصمیم‌گیری»، *نشریه تحول اداری*، دوره ۷، ش ۴۶، ص ۷۱-۹۶.
- [۲۳] لهسائی‌زاده، عبدالعلی؛ باور، یوسف (۱۳۸۱). «نگرش دانشجویان نسبت به مشارکت سیاسی زنان»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ش ۱۹، ص ۱۳۷-۱۵۰.
- [۲۴] لهسائی‌زاده، عبدالعلی (۱۳۸۰). «مطالعه عوامل مؤثر بر نگرش مردان نسبت به نقش زنان در جامعه، مطالعه موردی شهر شیراز»، *نشریه علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز*، ش ۳۲، ص ۹۹-۱۳۰.
- [۲۵] ملکی، امیر (۱۳۸۴). «نگرش جوانان نسبت به مشارکت زنان در سطح برگزیدگان سیاسی»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۵، ص ۲۲۵-۲۵۷.
- [۲۶] منادی، مرتضی. (۱۳۸۶). «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی‌شدن مقایسه دو نسل»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ش ۸، ص ۱۳۱-۱۶۵.

- [۲۷]. مور، استفن (۱۳۸۲). «بررسی جامعه‌شناختی رسانه‌های جمعی»، ترجمه عبدالرسول یعقوبی، نشریه معرفت، ش ۷۲، ص ۶۹-۶۳.
- [۲۸] مهریزی، مهدی (۱۳۸۱). *زن در اندیشه اسلامی*، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- [۲۹] نقدی، اسدالله؛ بلالی، اسماعیل؛ ایمانی، پروین (۱۳۹۰). «موانع فرهنگی اجتماعی مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی»، *زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)*، دوره ۹، ش اول، ص ۱۴۷-۱۶۳.
- [۳۰] یزدخواستی، بهجت؛ میرزایی، حسینعلی؛ لاله، فتحی (۱۳۸۸). «مطالعه نگرش شاغلان سازمان‌های دولتی استان آذربایجان شرقی نسبت به تصدی پست‌های مدیریتی توسط زنان»، *پژوهش زنان*، دوره ۷، ش ۲، ص ۱۱۳-۱۳۰.
- [31] Agnew, R. & D. Petersen (1987). "Leisure and Delinquency", social problems, vol.36, No.4, p: 332_350.
- [32] Ajzen, I. (1989). "Attitude Structure and Behavior", In A. Pratkanis, S. Breckler, and A. Greenwald (eds), *Attitude structure and Function, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates*, p: 241-274.
- [33] Altman, D. (2004). "Sexuality and Globalization", *Sexuality Research & Social Policy, Journal of NSRC*, Vol.1, No.1.
- [34] Bhatnagar, D. & Rajadhyaksha, V. (2001). "Attitudes Toward Work and Family Roles and Their Implication for Career Growth of Women: A Report from India", *Sex Roles*, Vol.45, Nos.7/8.
- [34] Bryant, A. N. (2003). "Changes in Attitudes toward Women's Roles: Predicting Gender_Role Traditionalism among College Students", *Sex Roles*, Vol.48, No's 34.
- [35] Crossley, N. (2005). "Mapping reflexive body technique: on body modification and maintenance", *body & society*, vol.11, no.1.
- [36] Galanaki, E. & Papalexandris, N. & J. Halikias (2009). "Revisiting Leadership Styles and Attitudes toward Women as Managers in Greece 15 Years Later", *Gender in Management: An International Journal*, Vol.24, No.7, p: 484-504.
- [37] Heaven, P. C.L. (1999). "Attitudes Toward Women's Rights: Relationships with Social Dominance Orientation and Political Group Identities", *Sex Roles*, Vol.41, No's .718.
- [38] Internet World Stats (2005). "Internet Usage In The Middle East", (Online). (<http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>). [17sept2005].
- [39] Khajenoori, B. (2010). "The Relationship between ICT's and Adolescents' Delinquencies Case Study: Students in Abadeh county", *Journal of Applied Sociology University of Isfahan*, Vol. 39, No. 3, 113-134.
- [40] Mihail, Dimitrios, M. (2006). "Women in Management: Gender Stereotypes and Students Attitudes in Greece", *Women in Management Review*, Vol.21, No.8, p: 681-689.

- [41] Olivas-Luján, M.R., Monserrat, S.I, Ruiz-Gutierrez, A., Greenwood, R.A., Gómez, S.M., Murphy Jr, E.F., Bastos, N. M. & F. Santos (2009). "Values and Attitudes toward Women in Argentina, Brazil, Colombia and Mexico", *Employee Relations*, Vol.31, No.3, p: 227-244.
- [42] Oprica, V. (2008). "Gender Equality and Conflicting Attitudes Toward Women in Post-Communist Romania", *Hum Rights Rev*, 9:29-40.
- [43] Robinson, Kurpius, S.E. & A. Leigh lucart (2000). "Military and Civilian Undergraduates: Attitudes toward Women Masculinity and Authoritarianism", *Sex Roles*, Vol.43, No.3/4.
- [44] Turner, J. (1999). "The Structure of Sociological Theory", *Journal of Personality and Social Psychology*, 69:797-811.
- [45] Waters, M. (2001). *Globalization*. London: Rutledge.