



مطالعات راهبردی زنان

نشریه‌ی علمی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و خانواده

Women's Strategic Studies

The Quarterly journal of Women and Family Socio

Cultural Council

Print ISSN: 2008-2827

Online ISSN: 2538-404X

—:~:~:~: صاحب امتیاز: شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده ~:~:~:—

☆ مدیر مسئول: کبری خزعلی

☆ سر دبیر: محمدجواد جاوید

☆ معاون سردبیر و مدیر اجرایی: شهربانو پاپی نژاد

ویراستار: زهره احدی یار

صفحه آرا: طاهره توکلی

حروف نگار: زهره محمدی

ناشر: روابط عمومی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و خانواده

www.jwss.ir

ketabezanan@gmail.com

www.shorayezanan.ir

info@shorayezanan.ir

آدرس: تهران، خیابان انقلاب اسلامی، خیابان فلسطین شمالی، شماره ۳۰۹،
دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و خانواده
کد پستی ۱۵۸۳۹۱۷۶۵۴ صندوق پستی: ۱۴۱۸۵/۶۱۸
تلفن: ۶۶۴۶۸۲۷۱-۵

چاپ زیتون

آدرس چاپخانه: قم، خیابان امام خمینی، خیابان شهید زین الدین،

چهل و پنج متری مدرس، سینای جنوبی

تلفن: ۶۶۶۲۰۵

❖ فصلنامه «مطالعات راهبردی زنان» (کتاب زنان سابق) براساس نامه شماره ۳/۴۴۱۱ مورخ ۸۷/۶/۵ از کمیسیون نشریات علمی کشور، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری درجه علمی - پژوهشی دریافت نموده است.

❖ حق رد یا قبول و ویراستاری مقالات برای فصلنامه محفوظ است.

❖ استفاده از مطالب فصلنامه با ذکر مأخذ مجاز می باشد.

❖ مقالات منتشره لزوماً بیان کننده دیدگاه های شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و خانواده نیست.

❖ این نشریه در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام به نشانی www.isc.gov.ir، بانک اطلاعات نشریات

کشور به نشانی www.magiran.com، پایگاه مجلات تخصصی نور به نشانی www.noormags.com

و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی به نشانی www.SID.ir نمایه می شود.

✧ داوران: (به ترتیب حروف الفبا)

نادر افقی
قادر بالاخانی
حامد بخشی
اسماعیل بلالی
لطیف پرتوی
محمد باقر تاج‌الدین
حاتم حسینی
کرم حبیب‌پور گتابی
مهدی رضایی
مریم سروش
جواد شجاعی
رسول صادقی
رضا صفری شالی
عباس عسکری ندوشن
منصوره لولاور
محمود مشفق

✧ هیئت تحریریه

سوسن آل‌رسول
(استاد دانشگاه آزاد اسلامی)
علی‌اکبر ایزدی‌فر
(استاد دانشگاه مازندران)
شهلا باقری میاب
(دانشیار دانشگاه خوارزمی)
اسماعیل بلالی
(دانشیار دانشگاه بوعلی‌سینا)
محمد حسین پناهی
(استاد دانشگاه علامه طباطبایی)
احمد حاجی ده‌آبادی
(استاد دانشگاه تهران)
محمد سعید ذکایی
(استاد دانشگاه علامه طباطبایی)
عبدالحسین شیروی خوزانی
(استاد دانشگاه تهران)
محمدباقر علیزاده اقدام
(استاد دانشگاه تبریز)
طوبی کرمانی
(استاد دانشگاه تهران)
محمد تقی کرمی قهی
(دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی)
مجید معارف
(استاد دانشگاه تهران)

- هدف مقالات فصلنامه واکاوی مسائل، مطالبات، شبهات و مشکلات در حوزه مسائل زنان به منظور ارائه پاسخ و راهکار است.
- مقالات ناظر به یافته‌های جدید پژوهشی، نظریه یا روش جدید در حل مسائل (اعم از پژوهش‌های بنیادی، کاربردی و...) باشد.
- مقالات قبلاً در نشریه یا مجموعه مقالات سمینارها چاپ نشده یا در دست بررسی و چاپ نباشد.
- مقاله در قالب حداکثر ۷ هزار کلمه و در محیط word تنظیم شده باشد.
- چکیده فارسی، انگلیسی و عربی حداکثر در ۱۸۰ کلمه و شامل موضوع مقاله، روش تحقیق و مهمترین نتایج همراه با واژگان کلیدی (۸-۵ کلمه) تنظیم شود.
- معادل لاتین اسامی، مفاهیم و اصطلاحات مهم در پانویست هر صفحه درج شود.
- ویراستاری مقالات به عهده‌ی مؤلف بوده و لازم است به جدیدترین روش، ویراستاری شود.
- برای ارجاع به منابع در داخل متن به صورت (نام مؤلف، سال انتشار: شماره صفحه) عمل شود.
- فهرست منابع در آخر مقاله برحسب حروف الفبایی نام خانوادگی نویسنده به صورت ذیل تنظیم شود:
- کتاب: نام خانوادگی، نام، (سال انتشار). عنوان کتاب (با قلم ایتالیک)، نام و نام خانوادگی مترجم، محل نشر: ناشر.
- مقاله: نام خانوادگی، نام، (سال). «عنوان مقاله»، نام نشریه (با قلم ایتالیک)، شماره مجله.
- پایان‌نامه: نام خانوادگی، نام، (سال)، عنوان پایان‌نامه (مقطع پایان‌نامه و رشته تحصیلی)، به راهنمایی (نام استاد راهنما)، شهر، نام دانشگاه، نام دانشکده.
- منابع اینترنتی: نام خانوادگی، نام، (سال). «عنوان». نشانی کامل سایت.
- چاپ مقاله در فصلنامه منوط به تأیید داوران بوده و فصلنامه در ویرایش مطالب آزاد است.

فهرست مطالب

- ۷ ✧ بررسی و مقایسه روند کاهش باروری در کشورهای آسیایی با استفاده از تحلیل پیشینه واقعه
فاطمه ترابی، نورالدین فراش خیالو
- ۳۳ ✧ تحلیل چندسطحی همبسته‌های فردی و استانی باروری در ایران
رسول صادقی، نصیبه اسمعیلی
- ۵۷ ✧ آسیب‌شناسی ارتباطات بین سازمانی متولیان حجاب و عفاف (سازمان ناجا، شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)
رضا عبدالرحمانی، حسین علی سهرابی
- ۸۳ ✧ بررسی رابطه‌ی ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی با توجه به نقش میانجی‌گر باورهای قالبی (مطالعه‌ی موردی: زنان کارآفرین استان خوزستان)
معصومه باقری، سیده منا فاضلی‌پور، علی موسوی‌نسب
- ۱۰۳ ✧ زنان کارآفرین و ورود موفقیت‌آمیز به حوزه کارآفرینی اجتماعی: ارائه‌ی یک مدل نظری
محمد رضا فلاح، رها پاشایی نیا
- ۱۳۳ ✧ بررسی رابطه‌ی سبک‌های عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی (مورد مطالعه: زنان شاغل شهر کرمان)
سوده مقصودی، طاهره بازمانده، سیدمحمد حسین موسوی نسب
- ۱۵۱ ✧ مطالعه‌ی جامعه‌شناختی تأثیر رسانه بر احساسات بازاندیشانه و همدلانه زنان در روابط زناشویی
فرود هاشمی، علی روشنایی، محمدحسین اسدی داودآبادی، لیلا عظیمی
- ۱۸۰ ✧ چکیده مقالات به عربی
- ۱۸۷ ✧ چکیده مقالات به انگلیسی

بررسی و مقایسه روند کاهش باروری در کشورهای آسیایی با استفاده از تحلیل پیشینه واقعه

فاطمه توابی*، نورالدین فراش خیالو**

چکیده

هدف از انجام این مطالعه بررسی و مقایسه روند کاهش باروری در کشورهای آسیایی با استفاده از روش تحلیل پیشینه‌ی واقعه طی سال‌های ۲۰۱۹-۱۹۷۰ است. پژوهش حاضر با روش تحلیل ثانویه و با استفاده از داده‌های بانک جهانی انجام شده است. داده‌ها با استفاده از روش‌های ناپارامتری برآورد تابع بقای کاپلان-میر، نلسن آلن و مدل نیمه پارامتری مخاطره متناسب کاکس مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش نشان داد در دوره زمانی ۱۹۷۴-۱۹۷۰، ۴۷ کشور در معرض واقعه رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی بودند که این تعداد در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۵ به ۲۰ کشور کاهش یافت. ۵۸ درصد از کشورهای آسیایی نیز تا سال ۲۰۱۹ باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کردند. رخداد واقعه کاهش باروری و رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی در کشورهای شرق آسیا سریع‌تر از سایر مناطق آسیا است به طوری که ۸۵ درصد کشورهای این منطقه این واقعه را تجربه کرده‌اند. این در حالی است که ۵۰ درصد کشورهای آسیای مرکزی به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند. همچنین اگرچه برخی کشورهای آسیای غربی با فاصله‌ای ۲۰ ساله و از سال ۱۹۹۰ به بعد باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کرده‌اند ولی سرعت کاهش باروری در این منطقه بالاتر از آسیای مرکزی بوده است. به طوری که در سال ۲۰۱۹، ۶۱ درصد کشورهای آسیای غربی به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند. در منطقه جنوب شرق آسیا، در دوره ۱۹۷۴-۱۹۷۰، تنها یک کشور این واقعه را تجربه کرده و تا دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵، ۴۶ درصد کشورهای این منطقه به باروری زیر سطح جانشینی رسیدند. کشورهای جنوب آسیا با فاصله‌ای طولانی و از دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۰ به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند و تا دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵، ۵۰ درصد کشورهای این منطقه این واقعه را تجربه کردند. نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان داد متغیرهای امید زندگی در بدو تولد، روش‌های پیشگیری از بارداری، نرخ تورم، میزان خام مرگ و میر و منطقه جغرافیایی تاثیر معنی داری بر رسیدن کشورها به باروری زیر سطح جانشینی دارند.

واژگان کلیدی

میزان باروری کل، تحلیل پیشینه واقعه، مخاطره تجمعی، آسیا

*. دانشیار جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران، تهران، ایران (fatemeh_torabi@ut.ac.ir)

** . دانشجوی دکتری جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده‌ی مسئول) (farrash_n@yahoo.com)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲۵

۱. مقدمه و بیان مسئله

بررسی ساختار و حرکات جمعیت‌های انسانی و مطالعه‌ی روابط متقابل پدیده‌های جمعیتی با عوامل اقتصادی-اجتماعی از دیرباز کانون توجه محققان و اندیشمندان بوده است. در حال حاضر نیز یکی از عمده‌ترین عوامل مورد استفاده در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی-اجتماعی در هر کشور جمعیت است و در تمام برنامه‌ریزی‌های اقتصادی-اجتماعی ناگزیر باید جمعیت و تغییرات آن را مدنظر قرار داد. مسائل جمعیتی همواره با تغییرات همراه است و رفتارهای باروری گوناگونی را به همراه دارد. باروری به‌عنوان یکی از اجزای اصلی رشد جمعیت موضوعی است که همواره مورد توجه قرار گرفته و تحقیقات گسترده و دامنه‌داری پیرامون شناخت عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته است. تغییر در میزان باروری یکی از موضوعات پیچیده‌ای است که توسط عوامل مختلفی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. مطالعات مختلف نشان داده است که فرآیند تغییرات در نرخ باروری کل در کشورهای مختلف از روند یکسانی پیروی نمی‌کند (Weil, 2005: 131). در این راستا محققان جمعیتی برای تبیین باروری بسیار تلاش کرده‌اند و نکته‌ی مهم این است پدیده‌های اجتماعی پیچیده و مدام در حال تغییر هستند؛ بنابراین محققان اجتماعی باید این تغییرات را رصد و تبیین‌های خود را به‌روز کنند (دراهکی و کوشکی، ۱۳۹۸: ۶۷).

عوامل مختلفی از جمله تغییرات نگرشی در جامعه، درآمد و پس‌انداز خانوار، میزان دسترسی به وسایل پیشگیری از بارداری، چگونگی اجرای سیاست‌های تنظیم خانواده از سوی دولت‌ها، هنجارهای اجتماعی و هزینه‌های رشد و پرورش فرزند بر میزان باروری کل تأثیرگذار است (Hartmann, 2010: 45).

براساس نظریه‌ی وندکا، متغیرهایی نظیر کاهش میزان ازدواج، اجتناب از ازدواج اجباری، افزایش سن زنان در اولین ازدواج، افزایش میزان جدایی و طلاق، تأخیر در فرزندآوری ناشی از ازدواج و افزایش فاصله‌ی سن مادر در اولین ازدواج تا تولد اولین فرزند، تمایل به بی‌فرزندی قطعی، کاهش باروری‌های ناخواسته و برنامه‌ریزی برای فرزندآوری با به‌کارگیری روش‌های نوین پیشگیری از بارداری برخی از جلوه‌های گذار جمعیتی دوم هستند (خیالو و همکاران، ۱۳۹۹). به نقل از (de ka, 2002: 396). همچنین شواهد تجربی نشان می‌دهد که بسیاری از متغیرهای اقتصاد کلان بر میزان باروری در یک جامعه اثرگذار است. از مهم‌ترین این متغیرها می‌توان به درآمد، سطح پس‌انداز خانوار، نرخ تورم و رشد اقتصادی اشاره کرد. بنابراین به باور صاحب‌نظران علوم اجتماعی به ویژه جمعیت‌شناسان باروری تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی، اقتصادی،

سیاسی، فرهنگی و زیستی قرار دارد (نیازی و همکاران، ۱۳۹۵). همین امر موجب گردیده دولت‌ها سیاست‌های متعدد و مختلفی را برای جمعیت در راستای برنامه‌های توسعه خود به کار گیرند. در نیم قرن گذشته، باروری جهان به طرز بی‌سابقه‌ای کاهش پیدا کرد. میزان باروری کل از پنج فرزند برای هر مادر در نیمه نخست دهه ۱۹۵۰ (برنامه توسعه سازمان ملل^۱، ۲۰۰۹) به ۲/۲۰ در سال ۲۰۱۹ رسید (سازمان ملل ۲۰۲۰). اگرچه در دوره‌ی ۱۹۵۵-۱۹۵۰، اروپا، آمریکای شمالی، استرالیا و نیوزیلند در وضعیت باروری در حال گذار بودند، اما در منطقه‌ی آسیا میزان باروری در حدود شش فرزند برای هر مادر بود (Gubhaju, 2007: 19). هر چند تا سال‌های دهه‌ی ۱۹۷۰ و نیمه‌ی نخست دهه ۱۹۸۰ باروری در مناطق توسعه‌یافته به سطوح پایینی تقلیل یافت، اما قاره‌ی آسیا روندهای باروری متفاوتی در طول ۵۰ سال گذشته تجربه کرده است. در اوایل دهه‌ی ۱۹۵۰ باروری در آسیا بسیار بالا بود و در اواخر این دهه کشورهای آسیای شرقی در مسیر گذار باروری قرار گرفتند. طی سال‌های ۱۹۸۰-۱۹۶۵، باروری در این کشورها به سرعت کاهش یافت و در سال ۱۹۷۴-۱۹۷۰ ژاپن به باروری زیر سطح جانشینی (یا میزان باروری کل معادل ۲/۱ فرزند به ازای هر زن) رسید (worldbank, 2019: 1). استمرار روندهای نزولی باروری سبب شد سایر کشورهای این منطقه در اوایل دهه ۱۹۹۰ به باروری زیرسطح جانشینی دست یابند.

سطح باروری در آسیای شرقی کمتر، در آسیای جنوبی و مرکزی بالاتر و در جنوب شرقی آسیا در حدود متوسط است. همچنین باروری در تمام کشورهای آسیای شرقی به جز مغولستان در سطح جانشینی یا پایین‌تر است (Ibid). در سال‌های اخیر نرخ پایین باروری در آسیای شرقی منجر به تغییرات مهمی در ساختار سنی و کاهش در رشد جمعیت شده است. تجربه‌ی کشورهای صنعتی در آسیا از قبیل هنگ کنگ، کره جنوبی، سنگاپور و تایوان از بهترین نمونه‌های سیاست‌گذاری رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌رود، زیرا این کشورها با کاهش نرخ باروری و اجرای برنامه‌ریزی‌های مؤثر برای خانواده توانسته‌اند به رشد پایدار اقتصادی دست یابند (Lee and Mason, 2010: 71). بنابراین در حال حاضر مسئله‌ی باروری و کاهش آن، به خصوص رسیدن آن به سطح جانشینی به یکی از مهم‌ترین مسائل جهان تبدیل شده است. امروزه مناطق دارای زیر سطح جانشینی نصف جمعیت جهان را در برمی‌گیرد، لذا باروری پایین به یک پدیده‌ی جهانی تبدیل شده است (Basten & et al, 2013: 20) و کشورهای دنیا اعم از توسعه یافته و در حال توسعه، در حال تجربه‌ی آن هستند.

1 - United Nations Development Programme

2 - United Nations

به طور کلی، در آسیا روند باروری در آسیا به سمت همگرایی جمعیتی گرایش پیدا کرده است و پارامترهای جمعیتی در کشورهای آسیایی ممکن است همگرا شوند و کشورهایی که از نظر اقتصادی مدرن نیستند. به زودی از نظر جمعیتی^۱ مدرن شوند (Wilson, 2001: 168). در تمام کشورهای آسیایی که کاهش باروری به زیر سطح جانشینی را تجربه کرده‌اند. رشد مثبت جمعیت در صورت عدم برنامه‌ریزی ممکن است معکوس و منجر به سالخوردگی جمعیت شود. از آنجا که تعداد کمی از کشورهای آسیایی آمادگی لازم برای شرایط سالخوردگی جمعیت را دارند، چشم‌اندازهای سالخوردگی جمعیت از نگرانی‌های عمده سیاست‌گذاری در کشورهای آسیایی است که بیشتر تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. بنابراین در آسیا با ظهور دوگانگی نگرانی‌های جمعیتی مواجه هستیم. از یک طرف در برخی کشورها مشکلات پیش‌بینی شده مرتبط با رشد سریع جمعیت هنوز هم یک نگرانی اساسی است و از سوی دیگر در برخی کشورها مشکلات و چالش‌های احتمالی مربوط به سالخوردگی جمعیت در دستور کار سیاست‌گذاری‌ها برای ارائه‌ی یک چارچوب تحلیلی جامع جهت «تبادل جمعیت» ایجاد شده است. این موضوع نشان می‌دهد که هر دو مسئله‌ی رشد سریع و سالخوردگی جمعیت می‌تواند بر زیرساخت‌های موجود فشار وارد کرده و منجر به ایجاد مشکلات اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی و... شود (Yeoh & Lutz, 2003: 129).

در نتیجه‌ی کاهش باروری به زیر سطح جانشینی، کودکان کمتری متولد می‌شوند، به طور تدریجی تعداد زیادی از افراد بزرگسال به گروه‌های سنی مسن‌تر انتقال می‌یابند و در نتیجه تغییر در ساختار سنی جمعیت و افزایش سن از عواقب اجتناب‌ناپذیر باروری پایین است. در درازمدت، سالخوردگی جمعیت تنها نتیجه‌ی اساسی باروری پایدار پایین نیست، بلکه ساختار سالخوردگی نیز نیروی محرکه‌ی کاهش جمعیت را فراهم می‌کند (McDonald, 2007: 24). کاهش مداوم باروری، افزایش طول عمر و افزایش فاصله بین امید زندگی زن و مرد در بدو تولد، منجر به افزایش نسبت وابستگی و زنانه شدن افراد مسن می‌شود و در نتیجه باید منابع دولتی، خانوادگی و فردی برای مراقبت از سالمندان تامین شود، نیروی کار بتواند نیازهای اقتصادی بازار و توسعه فن‌آوری را برآورده کند. در نتیجه‌ی کاهش باروری و افزایش سالمندی، نیاز به خدمات متنوع بهداشتی، خانه‌های سالمندان، سن بازنشستگی و سیستم تأمین اجتماعی، کمبود نیروی کار و کاهش عرضه آن در آینده و ... چالش‌های بزرگی را برای سیاست‌های عمومی به وجود خواهد آورد (Gubhaju & Durand, 2003: 4).

در برخی کشورهای آسیایی که باروری آن‌ها در حال حاضر بالاتر از سطح جانشینی است، هیچ شواهدی مبنی بر اینکه باروری آن‌ها در سطح ۲/۱ فرزند برای هر زن متوقف شود، وجود ندارد. زیرا باروری در برخی مناطق با سطح پایین توسعه اقتصادی-اجتماعی به حدود سطح جانشینی رسیده است که به نظر می‌رسد با پیشرفت و بهبود توسعه در این کشورها، باروری آنها حتی بیشتر هم کاهش یابد (United Nation, 2001). بنابراین طی دهه‌های اخیر به لحاظ تغییرات عمده و متفاوت و ناهمگونی که در روند باروری در جوامع مختلف روی داده است این پدیده بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. در این پژوهش نیز با انجام تحلیل پیشینه‌ی واقعه بر روی داده‌های بانک جهانی از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹، روند تغییرات میزان باروری کل و عوامل اصلی موثر بر رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی در ۴۷ کشور آسیایی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

مطالعات متعددی در زمینه باروری و عوامل موثر بر آن انجام شده (مانند عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۸۳، منصوریان و خوش نویس، ۱۳۸۵، قاضی طباطبایی و مهری، ۱۳۹۲؛ محمودیانی، ۱۳۹۳؛ محمودیانی و همکاران، ۱۳۹۳، Hank & Kvey، 2003، Quesnel and Morgon) که به برخی از مهم‌ترین مطالعاتی که در حوزه باروری کشورهای مختلف آسیایی انجام شده است، اشاره می‌شود. خلج‌آبادی فراهانی و رحیمی در پژوهشی با عنوان «تعیین‌کننده‌های سن اولین ازدواج در ده کشور منتخب آسیا و اقیانوسیه: یک مرور نظام‌مند» عوامل تعیین‌کننده سن ازدواج و فرزندآوری در سطح کلان را توسعه اقتصادی، سیاست جمعیتی، بازار و مزیقه ازدواج، پذیرش و گسترش روابط جنسی قبل از ازدواج و همبازی و عوامل محیطی مانند بی‌ثباتی اجتماعی، نزاع و جنگ‌ها عنوان می‌کند. همچنین عوامل تعیین‌کننده سطح خرد را وضعیت اقتصادی اجتماعی فرد، نگرش‌ها و باورها، مذهب و پایبندی به مذهب، قومیت و طبقه اجتماعی، توانمندسازی زنان به علت تحصیلات و اشتغال، عوامل ارزشی و هنجاری، نقش‌های جنسیتی، عوامل خانوادگی، زندگی با والدین و تعداد فرزندان برمی‌شمرند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که با توجه به تنوع و تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی در سطح منطقه، بسیاری از تفاوت‌های دیده شده در شاخص‌های ازدواج و روند تغییرات آن، به نظر می‌رسد تنها به میزان توسعه یافتگی کشورها بستگی نداشته باشد؛ بلکه عوامل ارزشی و فرهنگی در زمینه‌ی ازدواج و خانواده در برخی جوامع آسیایی همچنان از تأثیر بالایی برخوردارند و در جوامعی که ارزش‌های فوق دستخوش تغییرات مهمی شده‌اند، شاهد افزایش قابل توجه سن ازدواج بوده‌اند (خلج‌آبادی فراهانی و رحیمی، ۱۳۹۷) حسینی

در پژوهشی با عنوان «سرمایه‌ی انسانی زنان و هم‌گرایی باروری در کشورهای آسیایی» اذعان می‌دارد که با وجود تنوع در سطح باروری، کاهش باروری قابل توجهی در منطقه، طی سه دهه‌ی گذشته صورت گرفته است. نتایج این پژوهش نشان داد که بیش از ۷۰ درصد کشورها در نیمه‌ی نخست دهه‌ی ۱۹۷۰ در شرایط باروری طبیعی بوده‌اند و در طول زمان، به تدریج از اختلاف سطح باروری کشورها با باروری جهانی کاسته شده است. در سال‌های ۱۹۷۰ و ۲۰۰۷ نیز تفاوت‌های آشکاری در شاخص سرمایه‌ی انسانی زنان وجود داشته است. بر اساس نتایج تحلیل همبستگی، شدت همبستگی شاخص سرمایه‌ی انسانی زنان و باروری در سال ۲۰۰۷ بیشتر از سال ۱۹۷۰ است. با وجود این، در سال ۲۰۰۷ نوعی هم‌گرایی در باروری کشورهای آسیایی به وجود آمده است. یافته‌های نتایج تحقیقات پیشین هم‌گرایی باروری در بسترهای مختلف اقتصادی اجتماعی و فرهنگی را تأیید می‌کند (حسینی، ۱۳۸۹: ۲۱).

یافته‌های پژوهش ترابی با عنوان «نقش ناهمگونی مشاهده نشده در تحلیل‌های پیشینه واقعه: کاربرد در تحلیل رفتار باروری زنان در ایران» نشان داد، کاهش اخیر در وقوع بارداری‌های دوم و سوم را می‌توان علاوه بر افزایش تحصیلات زنان و کاهش مرگ و میر کودکان (در سطح فردی) به افزایش اشتغال به تحصیل کودکان (در سطح زمینه‌ای) نسبت داد. از میان عوامل فردی، به طور خاص افزایش تحصیلات زنان به ویژه تا سطح دبیرستان، شانس فرزندآوری آنها را به طور قابل توجهی کاهش می‌دهد. از منظر محقق این پژوهش، تحصیلات می‌تواند از طریق تغییر نگرش زنان نسبت به شرایط گسترش بعد خانواده (مانند کیفیت مطلوب فرزندان) و نیز از طریق معرفی نقش‌های جایگزین مادری، هزینه‌های فرصت فرزندآوری را افزایش داده و بر آن تأثیر گذارد. دیگر متغیر تأثیرگذار بر وقوع بارداری‌های دوم و سوم (در سطح فردی)، نداشتن تجربه‌ی مرگ و میر فرزند است. مرگ و میر کودکان از طریق مکانیزم‌های زیستی و رفتاری می‌تواند فرزندآوری را تسهیل نماید. از این رو، نداشتن تجربه‌ی این واقعه می‌تواند عوامل تسهیل‌کننده‌ی بارداری را مرتفع ساخته و باعث کاهش شانس فرزندآوری گردد. دیگر متغیر تأثیرگذار بر بارداری دوم، زندگی در مناطق صنعتی است. کنترل متغیرهای گوناگون نشان داد، زندگی در مناطق صنعتی شانس بارداری دوم را کاهش می‌دهد. زندگی در این مناطق می‌تواند با کم‌رنگ کردن روش‌های خانوادگی تولید و در نتیجه کاهش منافع اقتصادی و افزایش هزینه‌های فرزندان، منافع داشتن خانواده بزرگ را کاهش دهد (ترابی، ۱۳۸۹: ۱۵). در پژوهش دیگری آمده طی پنجاه سال گذشته، زنان در آسیا به طور متوسط بیش از پنج فرزند داشتند. نگرانی عمده‌ای از انفجار جمعیت در منطقه وجود داشت. بعدها میزان باروری به خصوص در برخی کشورها به شدت کاهش یافت.

امروزه چهار اقتصاد پررونق آسیا یعنی ژاپن، سنگاپور، کره جنوبی و تایوان از پایین‌ترین سطح باروری در جهان برخوردارند. این جوامع ساختار سالخورده‌ای دارند و نیروی کار کمتری برای پرداخت هزینه‌های خدمات اجتماعی و رشد اقتصادی دارند. رهبران دولت سیاست‌ها و برنامه‌های متنوعی را برای ترغیب ازدواج و فرزندآوری در پیش گرفته‌اند و با توجه به روندهای فعلی اقتصادی و اجتماعی، بعید به نظر می‌رسد که روند کاهش باروری شدید آسیا حداقل در آینده‌ای نزدیک برعکس شود (Sidney & et al, 2010: 19).

گوباجو در پژوهشی نشان داد طی ۵۰ سال گذشته آسیا روندهای بسیار متفاوت باروری را داشته است. در اوایل دهه‌ی ۱۹۵۰ باروری در آسیا بسیار بالا بوده و گذار باروری برای نخستین بار در اواخر دهه‌ی ۱۹۵۰ اتفاق افتاده است. کاهش شدید باروری در دوره‌ی ۱۹۶۶-۱۹۷۰ و ۱۹۷۵-۱۹۸۰ رخ داده و در نهایت آسیای شرقی در اوایل دهه ۱۹۹۰ باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کرده است. در سال ۲۰۰۵ میزان باروری کل در مناطق مختلف آسیا بسیار قابل توجه بود، این میزان در آسیای شرقی، شمالی و مرکزی به زیر سطح جانشینی (۱/۷) سقوط کرد. در مقابل میزان باروری کل در جنوب و جنوب غربی آسیا ۳ و در جنوب شرقی آسیا این میزان ۲/۴ بود. بر این اساس پیش‌بینی می‌شود کشورهای آسیایی تغییر چشم‌گیری در نسبت جوانی و سالخوردگی را بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۵۰ تجربه کنند. پیش‌بینی می‌شود، نسبت جمعیت ۶۰ سال به بالا از ۹ تا ۲۳ درصد افزایش یابد، درحالی‌که احتمالاً نسبت جمعیت در سنین جوانی از ۳۰ درصد به ۱۹ درصد کاهش یابد (Gubhaju, 2008: 53). گوباجو و دوراند در پژوهشی نشان دادند ۱۴ کشور در آسیا میزان باروری کل در سطح جانشینی یا پایین‌تر دارند. این امر در چین، ژاپن، کره، سنگاپور و تایلند بیشتر مشهود است و پیامدهای گسترده و عمیق دارد. زیرا بر ساختار سنی جمعیت تأثیر گذاشته و باعث سالخوردگی جمعیت، کمبود نیروی کار، افزایش نسبت‌های وابستگی سالمندی و زنانگی شدن سالمندان می‌شوند. شواهد حاصل از کشورهای اروپایی نشان می‌دهد که اگرچه ممکن است باروری دوباره افزایش یابد، اما در بیشتر کشورها بعید است، به حدی افزایش یابد که در آینده‌ی نزدیک به سطح جانشینی برسد. در این صورت کاهش مرگ و میر همچنان به عنوان یک هدف مهم سیاستی خواهد بود، که روند سالمندی را بیشتر می‌کند. بنابراین، بزرگترین چالش برای سیستم‌های بازنشستگی، سیستم‌های مراقبت از سالمندان و سیستم‌های درمانی یا بیمه درمانی خواهد بود (Gubhaju & Durand, 2003: 12).

بررسی منابع مرتبط نشان می‌دهد، در سال‌های اخیر مطالعات و پژوهش‌های متعددی به بررسی روند، الگوها، تعیین‌کننده‌ها و تفاوت‌های باروری پرداخته‌اند. همانطور که مطالعات نشان داد علی‌رغم همگرایی ایجاد شده در رفتار باروری، تفاوت‌های قومی باروری به دلیل نابرابری‌های توسعه‌ای وجود داشته و در آینده نیز احتمالاً وجود خواهد داشت. برخی مطالعات نیز بر تغییرات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مانند افزایش سطح تحصیلات، استقلال زنان و برابری جنسیتی، تغییرات فرهنگی و سکولاریسم، مشخصه‌های فرهنگی، استفاده از رسانه و مدیریت بدن، جهانی شدن، فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، ضرورت کیفیت فرزندان و نگرانی از محیط مخاطره اجتماعی و فرهنگی و... تأکید داشته‌اند (Dribe & Christopher, 2020: 34). اما در بین مطالعات صورت گرفته تاکنون مطالعه‌ای با هدف مقایسه تعیین‌کننده‌های باروری کشورهای آسیایی با استفاده از روش تحلیل پیشینه واقعه صورت نگرفته است. اکثر پژوهش‌های انجام شده به صورت مقطعی باروری را مورد بررسی قرار داده و به روندهای طولی و مقایسه‌ای بین کشورهای مختلف آسیا پرداخته نشده است. از آنجا که اتخاذ هر گونه برنامه عمل در این حوزه مستلزم انجام مطالعات زمینه‌ای با هدف آگاهی و شناخت از شرایط اقتصادی-اجتماعی جوامع است، به نظر می‌رسد مطالعه و توجه به تغییرات جمعیتی دهه‌های اخیر، اثرات تعاملی فضا و ضرورت اتخاذ سیاستی مشخص در زمینه باروری و آهنگ رشد جمعیت در آینده، آگاهی و شناخت از تفاوت‌های کشورها ضروری به نظر می‌رسد.

۳. مبانی و چارچوب نظری پژوهش

برای تبیین تغییرات باروری، متخصصان نظریه‌های مختلفی ارائه کرده‌اند. از نخستین تلاش‌ها می‌توان به صورت‌بندی نظریه‌ی گذار جمعیتی اشاره کرد. بر اساس این نظریه به موازات صنعتی شدن، سطح زندگی و شرایط بهداشت بهبود یافته و در نتیجه سطوح مرگ و میر کاهش یافته است. کاهش باروری، تحت‌تأثیر این تغییرات، اندکی پس از کاهش مرگ‌ومیر رخ داده است که این کاهش مربوط به تغییر در شیوه زندگی اجتماعی، شهرنشینی و صنعتی شدن است. این عوامل در ابتدا باعث کاهش مرگ و میر می‌شوند که این امر به نوبه خود از طریق افزایش احتمال بقای کودکان، باعث کاهش باروری می‌گردد. بر این اساس شهرنشینی و صنعتی شدن باعث ایجاد سبکی از زندگی می‌شود که فرزندآوری را هزینه‌آور می‌سازد و به تدریج ارزش‌های مربوط به داشتن فرزندان فراوان از بین می‌رود. شرط اساسی این نظریه این است که باروری پایین، نتیجه‌ی مستقیم نوسازی و صنعتی شدن است (United nation, 1990). از نظر دیویس زمانی که خانواده‌های بزرگ در معرض مشکلات و تنگناهای اقتصادی قرار می‌گیرند و نمی‌توانند از مزایای فرصت‌های

فراهم شده از طریق توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی بهره‌مند گردند، تلاش می‌کنند با پاسخ‌های مختلف خودشان را با تغییرات به‌وجود آمده هماهنگ کنند (حسینی و عباسی‌شوازی، ۱۳۹۰: ۷۲).

به عقیده‌ی بیلی رام طی سال‌های اخیر کاهش باروری و تحولات اجتماعی در جوامع صنعتی و در حال صنعتی‌شدن نشان می‌دهد که بحث سطح، الگوها و سن بارداری است بر روی تحولات اجتماعی از سه طریق عمده کاهش رشد اجتماعی، تغییرات ساختارهای سنی و تحولات نظام خانوادگی تأثیرگذار است (Ram, 2003: 297). رویکرد اقتصادی از باروری بر درآمد و هزینه والدین برای فرزند آوردن تأکید دارد. از نظر بکر، فرزندان به عنوان کالای مصرفی بادوام در نظر گرفته می‌شود که طی زمان برای والدین منفعت دارند. این رویکرد شمار و کیفیت فرزندان دلخواه زوجین را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بر هزینه رشد و تربیت، فرصت‌های از دست رفته (اشتغال زنان) و سطح درآمد خانواده تأکید دارد (Becker & Baro, 1986: 69). در طول رکود اقتصادی نیز روند باروری نیز کاهش پیدا می‌کند و این رابطه منفی بین رکود اقتصادی، باروری و ازدواج در مطالعات قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم مطرح شده است؛ اما یک نوع عامل کمک‌کننده واسط در ناامنی اقتصادی، سرمایه اجتماعی است (Sobtko & et al, 2010: 19). استرلین بر این عقیده است که شانس پایین کاری جوانان به علت درآمد کم‌تر، بیکاری و بالا رفتن مهاجرت برای یافتن شغل، تأخیر در ازدواج، تأخیر در فرزندآوری، افزایش مشارکت نیروی کار زنان و افزایش طلاق بر کاهش باروری تأثیر دارد (Billingsley, 2010: 8). از نظر بونگارت به موازات توسعه، متوسط سن در اولین ازدواج افزایش می‌یابد. همچنین به عقیده وی نگرش‌ها نسبت به اندازه ایده‌آل خانواده و ترجیح جنسی ممکن است باروری را تحت تأثیر قرار دهند (حسینی، ۱۳۹۰: ۱۱۷-۸۳).

براساس نظریه‌ی اشاعه‌ی نوآوری استدلال می‌شود که عوامل فرهنگی نحوه‌ی نگرش افراد به فرزند و فرزندآوری را تغییر می‌دهد. طرفداران این دیدگاه استدلال می‌کنند که کاهش باروری ناشی از اشاعه‌ی ایده‌های جدید و آگاهی از تنظیمات باروری است (Abbasi. Shovazi & et al, 2009: 10). تئوری اشاعه‌ی نوآوری از گسترش تکنولوژی‌های جدید رفتار در جامعه بحث می‌کند. براساس این دیدگاه کاهش باروری در دو مرحله صورت می‌گیرد. نیروهای اشاعه و نه عوامل ساختاری تعیین‌کننده آغاز کاهش باروری‌اند. صاحب‌نظران اشاعه، برنامه‌ی سازمان‌یافته تنظیم خانواده منطبق بر واقعیت‌های اجتماعی فرهنگی و تاریخی یک کشور یا منطقه را شرط ضروری و نه کافی برای آغاز کاهش باروری می‌دانند. در مرحله‌ی دوم استمرار کاهش باروری، به مجموعه‌ی پیچیده‌ای از تغییرات ساختاری، اقتصادی، اجتماعی بستگی دارد. در این رویکرد تعیین‌کننده‌های باروری نه تنها برنامه‌ی سازمان‌یافته‌ی تنظیم خانواده، بلکه سال‌های تحصیلات

زنان و آموزش همگانی به عنوان عناصر فرضیه‌ی اندیشه‌سازانه و نه تبیین ساختاری در نظر گرفته می‌شوند. اساس نظریه‌ی اشاعه این است که تنظیم خانواده و کنترل مولید نوعی نوآوری است که از فردی به فرد دیگر، از گروهی به گروه دیگر و از منطقه‌ای به منطقه‌ی دیگر گسترش می‌یابد (Vandeka, 1997: 14). در سطح فردی وقتی پیش‌گیری از حاملگی موجب کاهش باروری است، اشاعه‌ی ایده‌ی پیش‌گیری از حاملگی را بایستی به‌عنوان بخشی از این فرآیند در نظر گرفت. تردیدی نیست که اشاعه و پذیرش پیش‌گیری از حاملگی مثل برنامه‌ی تنظیم خانواده، این فرآیند را تسریع می‌بخشد (Abbasi. Shovazi & et al, 2009: 11). به‌طور کلی، نظریه‌ی اشاعه به تبیین چگونگی گسترش مفهوم تنظیم خانواده و کنترل مولید در جهان می‌پردازد. از آن‌جا که این نظریه تغییر نگرش‌ها و هنجارها را مدنظر قرار می‌دهد، می‌توان از آن به صورت کلی برای تبیین رابطه‌ی نگرش‌های فردی در خصوص تحصیلات، اشتغال و فرزندآوری با رفتار باروری که خود از تعیین‌کننده‌های اصلی رفتار باروری است، استفاده نمود. می‌توان گفت طیف متنوعی از نظریه‌ها به منظور تبیین رویکردها و علل مرتبط با کاهش باروری ارائه شده است. زیرا باروری به طور مستقیم تحت‌تأثیر تصمیم‌گیری‌های فردی و خانوادگی و به‌طور غیرمستقیم از عوامل اقتصادی و اجتماعی، جمعیتی، فرهنگی و سیاسی تأثیر می‌پذیرد. بدین ترتیب چارچوب نظری پژوهش حاضر، مبتنی بر ترکیب و برآیندی از نظریات گذار جمعیت‌شناختی، رویکرد بیلی و رام، بکر، استرلین، بونگارت و نظریه اشاعه باروری است که وجه مشترک آنها، تبیین تحولات بنیادین خانواده معاصر به طور عام و نگرش نسبت به کاهش و تغییرات باروری به طور خاص در چارچوب خصوصیات هم‌چون نوگرایی و فردگرایی است. برای بررسی متغیرهای پژوهش از رویکرد تغییر ساختاری (به ویژه نظریه کلاسیک انتقال جمعیتی)، و رویکرد تغییرات ارزشی و اشاعه ایده‌های جدید در زمینه تنظیم خانواده و رفتارهای باروری به عنوان مکمل استفاده شده است.

۴. روش پژوهش

این پژوهش از نوع تحلیل ثانویه است و از داده‌های منتشر شده‌ی بانک جهانی برای تجزیه و تحلیل موضوع مورد بررسی استفاده شده است. بانک جهانی مجموعه‌ای از شاخص‌های جمعیتی، اقتصادی و اجتماعی را به صورت سری زمانی از ابتدای دهه‌ی ۱۹۶۰ برای کشورهای جهان ارائه کرده که آخرین به‌روزرسانی آن در سال ۲۰۱۹ بوده است.^۱ برای تجزیه و تحلیل

۱. در این پژوهش به دلیل عدم وجود داده‌های برخی کشورهای آسیایی از دهه‌ی ۱۹۶۰، داده‌ها از دهه‌ی ۱۹۷۰ به بعد مورد استفاده قرار گرفتند.

داده‌ها از بسته آماری Stata16 استفاده شد. در این مطالعه داده‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته در مورد جمعیت ۴۷ کشور آسیایی طی سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ جمع‌آوری، کدبندی و استفاده شد.

روش آماری استفاده شده تحلیل در این پژوهش پیشینه بقا است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها روش‌های ناپارامتری برآورد تابع کاپلان - میر، نلسن - آلمن و مدل نیمه پارامتری مخاطره متناسب کاکس به کار گرفته شد. همان‌گونه که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، متغیر وابسته این تحقیق، میزان باروری کل است که در این مطالعه بر مبنای مقدار این متغیر، کشورهای که به میزان باروری کل زیر ۲/۱ برسند، در زمره‌ی کشورهای دارای باروری زیر سطح جانمایی قلمداد می‌شوند. متغیرهای مستقل این پژوهش، شاخص امید زندگی در بدو تولد، میزان باروری زنان ۱۹-۱۵ سال، میزان مرگ و میر کودکان زیر ۵ سال، تولید ناخالص داخلی، میزان استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری، نرخ تورم، میزان خام مرگ و میر، رشد روستانشینی و شهرنشینی هستند.

جدول (۱): تعریف متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعریف
میزان باروری کل	متوسط تعداد فرزندان متولد شده از یک زن تا پایان دوره فرزندآوری.
میزان باروری زنان ۱۹-۱۵ سال	تعداد متولدین زنده از هر ۱۰۰۰ نفر زن در سنین ۱۹-۱۵ سال در یک سال معین.
شاخص امید زندگی در بدو تولد	متوسط سال‌هایی که در صورت ثابت بودن شرایط زیستی و الگوی مرگ و میر، انتظار می‌رود هر فرد واقع در یک سن خاص، عمر کند.
میزان استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری	درصد زنانی که از یکی از روش‌های پیشگیری از بارداری استفاده می‌کنند.
میزان خام مرگ و میر	تعداد کل متوفیات یک سال معین تقسیم بر تعداد جمعیت میانه همان سال.
میزان مرگ و میر کودکان زیر ۵ سال	تعداد مرگ کودکان کمتر از ۵ سال در مدت یک سال تقسیم بر تعداد مولید زنده همان سال.
نسبت روستانشینی	درصد افرادی که در مناطق روستایی زندگی می‌کنند.
نسبت شهرنشینی	درصد افرادی که در مناطق شهری زندگی می‌کنند.
تولید ناخالص داخلی	مجموع ارزش نهایی تمامی کالاها و خدماتی که در یک بازه زمانی معین در داخل مرزهای یک کشور تولید شده‌اند.
نرخ تورم	تغییر در یک شاخص قیمت که معمولاً شاخص قیمت مصرف کننده است.

لازم به توضیح است که متغیرهای باروری زنان ۱۹-۱۵ ساله، مرگ و میر کودکان زیر ۵ سال و نسبت روستانشینی به ترتیب به دلیل هم‌خطی بودن با روش‌های پیشگیری از بارداری، امید زندگی در بدو تولد و نسبت شهرنشینی در تحلیل نهایی حذف شدند. همچنین کشورهای تیمور شرقی، فلسطین و مالدیو به دلیل نداشتن داده طی سال‌های مورد مطالعه (۲۰۱۹-۱۹۷۰) از فهرست کشورهای این پژوهش کنار گذاشته شدند.

۵. یافته‌های پژوهش

بررسی روند تغییرات باروری ۴۷ کشور قاره آسیا در جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که میزان باروری کل در سال‌های ۱۹۷۴-۱۹۷۰، ۵/۴۴ بوده است و فقط دو کشور ژاپن و روسیه باروری زیر سطح جاننشینی را تجربه کرده‌اند. همان‌طور که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، میزان باروری کل در کشورهای آسیایی همزمان با افزایش متوسط میزان امید زندگی در بدو تولد، بالا رفتن میزان استفاده از وسایل تنظیم خانواده و در مقابل با کاهش میزان باروری زنان ۱۹-۱۵ ساله، مرگ و میر کودکان کمتر از ۵ سال، میزان خام مرگ و میر و نیز تحولات تولید ناخالص داخلی و نرخ تورم، کاهش یافته و در انتهای دوره مورد مطالعه به ۲/۳ رسیده است. به نظر می‌رسد کشورهای آسیایی در زمینه همگرایی کاهش باروری، روند و مسیرهای متفاوتی را طی کرده‌اند.

جدول (۲): معرفی و توصیف داده‌های پیشینه‌ی واقعه

سال	میزان باروری کل	امید زندگی در بدو تولد	باروری زنان ۱۵-۱۹ سال	روش‌های پیشگیری	مرگ و میر کمتر از ۵ سال	رشد GDP	تجربه باروری زیر سطح جاننشینی
۱۹۷۴-۱۹۷۰	۵/۴۴	۵۹	۸۷/۱	۲۴/۴۴	۱۱۸/۰۱	۵/۶	۲
۱۹۷۹-۱۹۷۵	۴/۹۶	۶۱/۱	۷۵/۵	۲۹/۸	۹۶/۲۶	۴/۲	۱
۱۹۸۴-۱۹۸۰	۴/۷	۶۳/۶	۷۰/۶	۳۵/۶۴	۸۰/۷	۳/۷	۲
۱۹۸۹-۱۹۸۵	۴/۲۰	۶۵/۷	۶۳	۴۰/۵	۶۶/۵	۲/۹	۱
۱۹۹۴-۱۹۹۰	۳/۴	۶۷/۳	۵۱/۷	۴۶/۱	۵۵/۵	۴/۸	۳
۱۹۹۹-۱۹۹۵	۳/۰۴	۸۶/۶	۴۳/۷	۵۰/۸	۴۷/۶	۵	۵
۲۰۰۴-۲۰۰۰	۲/۷	۷۰/۳	۳۶/۹	۵۱/۸	۳۷/۱۱	۸/۱	۳
۲۰۰۹-۲۰۰۵	۲/۵۳	۷۱/۸	۳۳/۶	۵۴/۴	۲۸/۷	۲/۲	۲
۲۰۱۴-۲۰۱۰	۲/۳۹	۷۳/۲	۳۰/۸	۵۶/۳	۲۳/۰۴	۴/۱	۷
۲۰۱۹-۲۰۱۵	۲/۳۱	۷۳/۸	۲۸/۷	۵۷/۷	۱۹/۸۴	۳/۵	۱

برآورد کاپلان میر

همان طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد در سال ۱۹۷۰-۱۹۷۴، ۴۷ کشور در معرض واقعه رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی بودند که این تعداد در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۵ به ۲۱ کشور کاهش می‌یابد. احتمال بقای کشورها یا نرسیدن به باروری زیر سطح جانشینی در سال ۱۹۷۰-۱۹۷۴، ۹۶ درصد بوده است که با گذشت زمان در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۵ کاهش یافته و به ۴۲ درصد رسیده است. بنابراین هر چقدر به زمان حال نزدیک می‌شویم احتمال اینکه کشورها به باروری زیر سطح جانشینی برسند، افزایش می‌یابد. سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۰، بیشترین تعداد رخداد واقعه (۷ کشور) و دوره‌های زمانی ۱۹۷۵-۱۹۷۹ و ۱۹۸۹-۱۹۸۵ کمترین خروج (هر کدام، ۱ کشور) را به خود اختصاص داده‌اند. ۵۷ درصد از کشورهای آسیایی تا سال ۲۰۱۹ باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کردند.

جدول (۳). برآورد کاپلان-میر برای داده‌های باروری به صورت کل

[95% Conf. Int.]		انحراف استاندارد	تابع بقا	تعداد واقعه	تعداد در معرض واقعه	زمان
۰/۹۸۹۲	۰/۸۴۰۴	۰/۰۲۹۴	۰/۹۵۷۴	۲	۴۷	۱۹۷۰-۱۹۷۴
۰/۹۷۹۰	۰/۸۱۵۰	۰/۰۳۵۷	۰/۹۳۶۲	۱	۴۵	۱۹۷۵-۱۹۷۹
۰/۹۵۴۳	۰/۷۶۳۱	۰/۰۴۵۰	۰/۸۹۳۶	۲	۴۴	۱۹۸۰-۱۹۸۴
۰/۹۳۹۰	۰/۷۳۶۸	۰/۰۰۵۶	۰/۸۶۳۹	۱	۴۲	۱۹۸۵-۱۹۸۹
۰/۸۹۵۴	۰/۶۶۴۳	۰/۰۵۷۴	۰/۸۰۸۵	۳	۴۱	۱۹۹۰-۱۹۹۴
۰/۸۱۱۵	۰/۵۴۹۵	۰/۰۶۶۷	۰/۷۰۲۱	۵	۳۸	۱۹۹۵-۱۹۹۹
۰/۷۵۷۳	۰/۴۸۴۳	۰/۰۷۰۱	۰/۶۳۸۳	۳	۳۳	۲۰۰۰-۲۰۰۴
۰/۷۱۹۹	۰/۴۴۲۱	۰/۰۷۱۶	۰/۵۹۵۷	۲	۳۰	۲۰۰۵-۲۰۰۹
۰/۵۸۱۱	۰/۳۰۲۵	۰/۰۷۲۵	۰/۴۴۶۸	۷	۲۸	۲۰۱۰-۲۰۱۴
۰/۵۶۰۳	۰/۲۸۳۵	۰/۰۷۲۱	۰/۴۲۵۵	۱	۲۱	۲۰۱۵-۲۰۱۹

براساس جدول شماره ۴ سرعت و شدت رخداد واقعه کاهش باروری و رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی در کشورهای شرق آسیا (چین، هنگ کنگ، ماکائو، کره شمالی، کره جنوبی، ژاپن، تایوان، مغولستان) سریع از سایر مناطق دیگر آسیا است به طوری که ۸۵ درصد کشورهای این منطقه واقعه را تجربه کرده‌اند. ۵۰ درصد آسیای مرکزی به باروری زیر سطح جانشینی

رسیده‌اند. همچنین اگرچه برخی کشورهای آسیای غربی با فاصله ۲۰ ساله و از سال ۱۹۹۰ به بعد باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کرده‌اند ولی سرعت کاهش باروری در این منطقه بالاتر از آسیای مرکزی بوده به طوری که در سال ۲۰۱۹، ۶۱ درصد کشورهای آسیای غربی به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند. در منطقه جنوب شرق آسیا، در دوره ۱۹۷۴-۱۹۷۰، تنها یک کشور واقعه را تجربه کرده و تا دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵، ۴۶ درصد کشورهای این منطقه به باروری زیر سطح جانشینی رسیدند. کشورهای جنوب آسیا با فاصله طولانی و از دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۰ به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند و تا دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵، ۵۰ درصد کشورهای این منطقه واقعه را تجربه کردند.

جدول (۴). برآورد کاپلان-میر برای داده‌های باروری به تفکیک مناطق

[95% Conf. Int.]		انحراف استاندارد	تابع بقا	تعداد واقعه	تعداد در معرض ریسک	زمان	مناطق آسیا
۰/۹۶۰۵	۰/۱۲۹	۰/۲۱۶۵	۰/۷۵۰۰	۱	۴	۱۹۷۰-۱۹۷۴	آسیای مرکزی
۰/۸۴۴۹	۰/۰۵۷۸	۰/۲۵۰۰	۰/۵۰۰۰	۱	۳	۱۹۹۵-۱۹۹۹	
۰/۸۴۴۹	۰/۰۵۷۸	۰/۲۵۰۰	۰/۵۰۰۰	۰	۲	۲۰۱۵-۲۰۱۹	
۰/۹۷۴۷	۰/۲۷۳۱	۰/۱۵۲۱	۰/۸۳۳۳	۱	۶	۱۹۷۰-۱۹۷۴	شرق آسیا
۰/۸۰۳۷	۰/۱۱۰۹	۰/۲۰۴۱	۰/۵۰۰۰	۲	۵	۱۹۸۰-۱۹۸۴	
۰/۶۷۵۶	۰/۰۴۶۱	۰/۱۹۲۵	۰/۳۳۳۳	۱	۳	۱۹۹۰-۱۹۹۴	
۰/۵۱۶۸	۰/۰۰۷۷	۰/۱۵۲۱	۰/۱۶۶۷	۱	۲	۱۹۹۵-۱۹۹۹	
۰/۵۱۶۸	۰/۰۰۷۷	۰/۱۵۲۱	۰/۱۶۶۷	۰	۱	۲۰۱۵-۲۰۱۹	
۰/۹۷۱۰	۰/۶۲۴۲	۰/۰۷۴۱	۰/۸۸۸۹	۲	۱۵	۱۹۹۰-۱۹۹۴	غرب آسیا
۰/۹۱۰۲	۰/۵۱۱۰	۰/۰۹۸۰	۰/۷۷۷۸	۲	۱۶	۱۹۹۵-۱۹۹۹	
۰/۸۳۴۳	۰/۴۰۳۵	۰/۱۱۱۱	۰/۶۶۶۷	۲	۱۴	۲۰۰۰-۲۰۰۴	
۰/۷۴۷۵	۰/۳۰۵۱	۰/۱۱۷۱	۰/۵۵۵۶	۲	۱۲	۲۰۰۵-۲۰۰۹	
۰/۵۹۹۶	۰/۱۷۴۹	۰/۱۱۴۹	۰/۳۸۸۹	۳	۱۰	۲۰۱۰-۲۰۱۴	
۰/۵۹۹۶	۰/۱۷۴۹	۰/۱۱۴۹	۰/۳۸۸۹	۰	۷	۲۰۱۵-۲۰۱۹	
۰/۸۶۰۷	۰/۲۲۹۳	۰/۱۷۱۲	۰/۶۲۵۰	۳	۸	۲۰۱۰-۲۰۱۴	جنوب آسیا
۰/۷۷۴۹	۰/۱۵۲۰	۰/۱۷۶۸	۰/۵۰۰۰	۱	۵	۲۰۱۵-۲۰۱۹	

[95% Conf. Int.]		انحراف استاندارد	تابع بقا	تعداد واقعه	تعداد در معرض ریسک	زمان	مناطق آسیا
۰/۹۸۶۷	۰/۵۰۸۱	۰/۰۸۶۷	۰/۹۰۹۱	۱	۱۱	۱۹۷۰-۱۹۷۴	جنوب شرق آسیا
۰/۹۵۱۲	۰/۴۴۷۴	۰/۱۱۶۳	۰/۸۱۸۲	۱	۱۰	۱۹۹۰-۱۹۹۴	
۰/۹۰۲۸	۰/۳۷۰۸	۰/۱۳۴۳	۰/۷۲۷۳	۱	۹	۱۹۹۵-۱۹۹۹	
۰/۸۴۵۲	۰/۲۹۶۹	۰/۱۴۵۰	۰/۶۳۶۴	۱	۸	۲۰۰۰-۲۰۰۴	
۰/۷۷۹۶	۰/۲۲۸۵	۰/۱۵۰۱	۰/۵۴۵۵	۱	۷	۲۰۱۰-۲۰۱۴	
۰/۷۷۹۶	۰/۲۲۸۵	۰/۱۵۰۱	۰/۵۴۵۵	۰	۶	۲۰۱۵-۲۰۱۹	

برآورد کاپلان میر بیانگر این نکته است که سرعت رسیدن به باروری زیر سطح جانیشینی برای مناطق مختلف آسیا متفاوت است. به طوری که تا پایان دوره ۸۵ درصد کشورهای شرق آسیا، ۵۰ درصد کشورهای آسیای مرکزی، ۵۵ درصد جنوب آسیا، ۴۶ درصد جنوب شرق آسیا و ۶۱ درصد کشورهای آسیای غربی باروری زیر سطح جانیشینی را تجربه کردند. به این ترتیب احتمال رخداد واقعه یا رسیدن به باروری زیر سطح جانیشینی برای کشورهای شرق آسیا در کل دوره بالاتر است. همان طور که برآورد کاپلان میر نشان می‌دهد از سال ۱۹۹۵ به بعد برای کشورهای آسیای مرکزی روند ثابتی داشته است اما کشورهای غرب آسیا بیشترین جهش را در سال ۲۰۱۰ داشته‌اند.

برآورد تابع مخاطره

یکی از ویژگی‌های جالب منحنی‌های مخاطره هموارشده، تعیین فرض متناسب بودن مخاطره‌هاست. همان‌گونه که در جدول شماره ۵ ملاحظه می‌شود تعداد واقعه‌های مشاهده شده و مورد انتظار برای کشورها بر حسب ۵ منطقه آسیا، تفاوت معنی‌داری با هم دارند؛ بنابراین فرض صفر در این مورد تأیید نشده و تفاوت در بقاء کشورها بر حسب این متغیر مورد تأیید قرار می‌گیرد یا به عبارتی فرض برابری توابع بقا در مورد کشورها رد می‌شود. به این ترتیب، می‌توان از این متغیر در مدل چند متغیره رگرسیون کاکس استفاده کرد.

جدول (۵). آزمون رتبه لگاریتمی برای داده‌های باروری

chi2	واقعۀ مورد انتظار	واقعۀ مشاهده شده	مناطق
۹/۳۴ P= ۰/۰۰۵	۱/۹۶	۲	آسیای مرکزی
	۱/۶۰	۵	آسیای شرقی
	۶/۲	۴	جنوب آسیا
	۶/۵۳	۵	جنوب شرق آسیا
	۱۰/۷۱	۱۱	آسیای غربی
	۲۶/۰	۲۷	کل

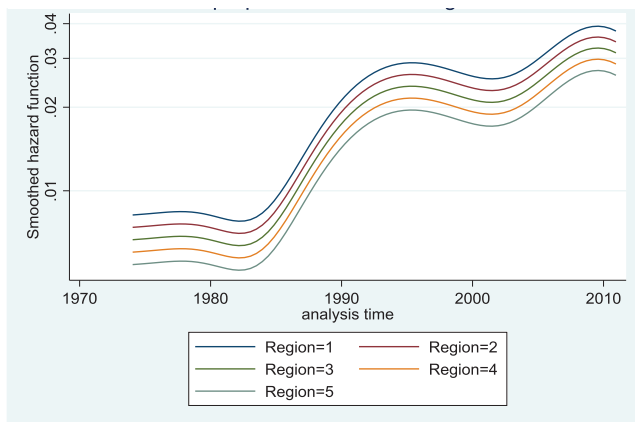
جدول شماره‌ی ۶، ضرایب به دست آمده از تحلیل چندمتغیره کاکس و تأثیر متغیرهای جمعیتی-اقتصادی بر رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی را برای کشورهای منتخب نشان می‌دهد. بر مبنای تعداد مشاهدات، ۴۷ آزمودنی در مطالعه حضور داشته‌اند، ۲۷ واقعۀ رخ داده است و کل زمانی که این آزمودنی‌ها در معرض واقعۀ بوده‌اند ۹۴۲۰۵ بوده است. متغیرهای امید زندگی در بدو تولد، روش‌های پیشگیری از بارداری، نرخ تورم، میزان خام مرگ و میر و منطقه جغرافیایی (شرق و غرب آسیا) تأثیر معنی‌داری بر رسیدن کشورها به باروری زیر سطح جانشینی دارند. متغیرهای امید زندگی در بدو تولد، روش‌های پیشگیری از بارداری و نرخ تورم تأثیر افزایشی بر متغیر رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی دارند. به طوری که بالا رفتن میزان این متغیرها، سرعت رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی افزایش می‌یابد. میزان خام مرگ و میر و منطقه جغرافیایی (شرق و غرب آسیا) تأثیر کاهشی بر متغیر وابسته دارد. به عبارتی با کاهش سطح این متغیرها میزان رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی افزایش می‌یابد. در مقابل متغیرهای رشد تولید ناخالص داخلی و رشد شهرنشینی تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته رسیدن کشورها به باروری زیر سطح جانشینی ندارند.

جدول (۶). برازش مدل مخاطره های متناسب کاکس برای داده‌های باروری

[Conf. Interval% 95]		P	Z	انحراف معیار	Coef	-t
۰/۲۸۹۵۳۰۵	۰/۰۴۳۶۵۴۴	۰/۰۰۸	۲/۶۶	۰/۰۶۲۷۲۴۷	۰/۱۹۶۵۹۴	امید زندگی
۰/۲۳۷۹۰۵	۰/۰۴۹۷۳۶	۰/۰۱۵	۲/۴۷	۰/۰۱۷۰۳۲۸	۰/۱۷۴۰۸۵	روش‌های پیشگیری
۰/۰۰۸۳۹۴	۰/۱۰۸۲۴۳۸	۰/۷۹۳	۰/۲۶	۰/۰۴۸۶۹۳۵	-۰/۰۱۲۰۶۳	رشد GDP
۰/۱۴۳۶۳۵	۰/۰۰۶۴۲۰۱	۰/۰۳۴	۰/۲۱	۰/۰۳۷۷۹۳	۰/۱۱۹۸۷۲	نرخ تورم
۰/۳۳۷۱۸۳۴	۰/۲۱۸۱۱۶۲	۰/۸۵۳	۰/۱۹	۰/۱۲۲۸۹۸	۰/۰۲۲۷۲۹۴	رشد شهری
۰/۲۱۷۶۷۱	۰/۱۰۹۰۴۶۲	۰/۰۲۹	۰/۱۵	۰/۱۵۹۵۵۴	-۰/۱۴۰۶۸۶	میزان خام مرگومیر
۰/۱۲۰۶۲۵	-۰/۲۷۹۶۱۶	۰/۰۱۳	۰/۶۴	۰/۱۶۸۷۱۳	۰/۱۱۹۰۲۷	منطقه ۲
۰/۶۵۸۷۰۷	۰/۱۹۷۳۴۷	۰/۷۱۵	۰/۳۶	۰/۹۴۵۱۶۳۲	۰/۰۴۴۸۶۱۳	منطقه ۳
۰/۱۵۷۴۹۵	۰/۱۱۴۱۲۸	۰/۸۸۹	۰/۱۴	۰/۹۱۱۴۵۴۲	۰/۰۲۷۷۱۰۴	منطقه ۴
۰/۱۳۴۶۲	۰/۷۷۰۸۱۸	۰/۰۱۱	۱/۰۳	۰/۹۲۵۶۰۶۴	۰/۱۵۶۶۶۲۷	منطقه ۵
-۸۰/۴۶۳		Log likelihood		۴۷		تعداد مشاهدات
۳۰/۸۲		LR chi 2		۲۷		تعداد رخداد واقعه
۰/۰۰۰		P		۹۴۲۰۵		زمان در معرض واقعه

نمودار شماره ۱ تابع مخاطره پایه برآورد شده را برای داده‌های باروری مناطق مختلف آسیا که با هموارکننده‌ی هسته‌ای هموار شده‌اند نشان می‌دهد. مخاطره‌های برآورد شده برای هر گروه الگوی موازی دارند که متناسب بودن مخاطره‌ها به‌عنوان پیش فرض به‌کارگیری روش کاکس را آشکار می‌کند.

۱. منطقه (۲) شرق آسیا (دربرگیرنده چین، هنگ کنگ، ماکائو، کره شمالی، ژاپن، تایوان، مغولستان) - منطقه (۳) جنوب آسیا (دربرگیرنده افغانستان، پاکستان، هند، مالدیو، سری لانکا، نپال، بوتان، بنگلادش. یا به عبارتی دربرگیرنده شبه‌قاره هند، به اضافه افغانستان) - منطقه (۴) جنوب شرق آسیا (دربرگیرنده برونئی، کامبوج، اندونزی، لائوس، مالزی، میانمار، فیلیپین، سنگاپور، تایلند، تیمور شرقی، ویتنام) - منطقه (۵) آسیای غربی (دربرگیرنده ارمنستان، جمهوری آذربایجان، بحرین، گرجستان، ایران، عراق، اسرائیل، اردن، کویت، لبنان، نوار غزه، عمان، قطر، عربستان سعودی، سوریه، ترکیه، امارات متحده عربی، یمن، قبرس).



نمودار (۱). توابع مخاطره برآورد شده برای داده های باروری: مناطق آسیا، مقیاس لگاریتمی

فرض مخاطره های متناسب را می توان بر مبنای تحلیل باقی مانده ها نیز آزمون کرد. براساس آزمون باقی مانده های شوئفولد برای داده های باروری متغیرهای نوع منطقه، امیدزندگی در بدو تولد، روش های پیشگیری از بارداری، مرگ و میر کودکان زیر ۵ سال، نرخ تورم، رشد شهرنشینی و میزان خام مرگومیر - از آنجا که سطح معنی داری آنها زیر ۰/۰۵ است - نشان می دهد فرض برابری مخاطره در متغیرهای مذکور رد می شود. همان طور که جدول شماره ۷ نشان می دهد، میزان آزمون global test برای متغیرها ۲۷/۰ به دست آمده است که در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی دار است.

جدول (۷). آزمون فرض مخاطره های متناسب با استفاده از آزمون باقی مانده های شوئفولد برای داده های باروری

متغیرها	مقدار آزمون	درجه آزادی	P
Global test	۲۷/۰	۱۰	۰/۰۰۰۸

۱. کد (۱) آسیای مرکزی (دربرگیرنده قزاقستان، ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، قرقیزستان و روسیه) - کد (۲) شرق آسیا (دربرگیرنده چین، هنگ کنگ، ماکائو، کره شمالی، کره جنوبی، ژاپن، تایوان، مغولستان) - کد (۳) جنوب آسیا (دربرگیرنده ی افغانستان، پاکستان، هند، مالدیو، سری لانکا، نپال، بوتان، بنگلادش. یا به عبارتی دربرگیرنده شبه قاره هند، به اضافه افغانستان) - کد (۴) جنوب شرق آسیا (دربرگیرنده برونئی، کامبوج، اندونزی، لائوس، مالزی، میانمار، فیلیپین، سنگاپور، تایلند، تیمور شرقی، ویتنام) - کد (۵) آسیای غربی (دربرگیرنده ارمنستان، جمهوری آذربایجان، بحرین، گرجستان، ایران، عراق، اسرائیل، اردن، کویت، لبنان، نوار غزه، عمان، قطر، عربستان سعودی، سوریه، ترکیه، امارات متحده عربی، یمن، قبرس).

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به تحلیل پیشینه‌ی واقعه رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی (میزان باروری کل پایین تر از ۲/۱ فرزند به ازای هر زن) در ۴۷ کشور آسیایی بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ پرداخت. نتایج نشان داد کشورها در مناطق مختلف آسیایی در زمینه همگرایی کاهش باروری، روند و مسیرهای متفاوتی را طی کرده‌اند. در سال ۱۹۷۴-۱۹۷۰، ۴۷ کشور در معرض این واقعه بودند که این تعداد در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۵ به ۲۰ کشور کاهش یافت. تابع بقای کشورها در وضعیت برخورداری از باروری سطح یا بالاتر از سطح جانشینی در سال ۱۹۷۴-۱۹۷۰، ۹۶ درصد بوده است که با گذشت زمان در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۵ کاهش یافته و به ۴۲ درصد رسیده است. ۵۷ درصد از کشورهای آسیایی تا سال ۲۰۱۹ باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کردند. سرعت و شدت رخداد واقعه کاهش باروری و رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی در کشورهای شرق آسیا سریع از سایر مناطق دیگر آسیا است به طوری که ۸۵ درصد کشورهای این منطقه واقعه را تجربه کرده‌اند. ۵۰ درصد آسیای مرکزی به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند. اگرچه برخی کشورهای آسیای غربی با فاصله ۲۰ ساله و از سال ۱۹۹۰ به بعد باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کرده‌اند ولی سرعت کاهش باروری در این منطقه بالاتر از آسیای مرکزی بوده به طوری که در سال ۲۰۱۹، ۶۱ درصد کشورهای آسیای غربی به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند. در منطقه جنوب شرق آسیا، در دوره ۱۹۷۴-۱۹۷۰، تنها یک کشور و تا دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵، ۴۶ درصد کشورهای این منطقه به باروری زیر سطح جانشینی رسیدند. کشورهای جنوب آسیا با فاصله طولانی و از دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۰ به باروری زیر سطح جانشینی رسیده‌اند و تا دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۵، ۵۰ درصد کشورهای این منطقه واقعه باروری زیر سطح جانشینی را تجربه کردند. به این ترتیب احتمال رخداد واقعه یا رسیدن به باروری زیر سطح جانشینی برای کشورهای شرق آسیا در کل دوره بالاتر است.

نتایج رگرسیون چندمتغیره کاکس نشان داد متغیرهای امید زندگی در بدو تولد، روش‌های پیشگیری از بارداری، نرخ تورم، میزان خام مرگ و میر و منطقه جغرافیایی (شرق و غرب آسیا) تأثیر معنی‌داری بر رسیدن کشورها به باروری زیر سطح جانشینی دارند. در مقابل متغیرهای رشد تولید ناخالص داخلی و رشد شهرنشینی تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته رسیدن کشورها به باروری زیر سطح جانشینی ندارند. براین اساس کاهش باروری در آسیا را می‌توان تنها به عنوان بخشی از کاهش باروری جهان قابل درک دانست. بعد از انقلاب صنعتی، مرگ و میر کاهش و احتمال بقای کودکان افزایش یافت. احتمال بقای کودکان به اندازه کافی بالا رفت تا بتواند گذار باروری در همه

جا و به‌ویژه در تمام آسیای شرقی رخ بدهد و حتی برخی کشورها به باروری زیرسطح جانشینی برسند. البته مرگ‌ومیر به تنهایی بر کاهش سریع باروری تأثیرگذار نبود، هر چند که بین اطمینان نداشتن ناشی از مرگ‌ومیر و کاهش باروری رابطه وجود دارد. بنابراین باید جنبه‌های دیگر انقلاب صنعتی از جمله ظهور اقتصادهای پولی، جایگزینی مشاغل ثانویه و تولید اولیه که در آن کودکان همیشه نقش کاملی داشتند را هم در نظر گرفت. افزایش هزینه‌های بیشتر کودکان، آماده‌سازی زنان برای اشتغال در اقتصاد جدید شهری و شیوه متفاوت زندگی شهری که در آن نیازها فقط با پول قابل تأمین بود (Caldwell, 2006: 197).

براساس نظریه‌ی گذار جمعیت‌شناسی به موازات صنعتی شدن، سطح زندگی و شرایط بهداشت بهبود یافته و در نتیجه سطوح مرگ‌ومیر کاهش یافته است. کاهش باروری، تحت تأثیر این تغییرات، اندکی پس از کاهش مرگ‌ومیر رخ داده است و این کاهش مربوط به تغییر در شیوه زندگی اجتماعی، شهرنشینی و صنعتی شدن است. این عوامل در ابتدا باعث کاهش مرگ‌ومیر می‌شوند که این امر به نوبه خود از طریق افزایش احتمال بقای کودکان، باعث کاهش باروری می‌گردد. براین اساس شهرنشینی و صنعتی شدن باعث ایجاد سبکی از زندگی می‌شود که فرزندآوری را هزینه‌آور می‌سازد و به تدریج ارزش‌های مربوط به داشتن فرزندان بیتر از بین می‌رود. می‌توان این‌گونه استدلال کرد، تحولات اقتصادی - اجتماعی ناشی از تسریع در فرایند شهرنشینی، صنعتی شدن و اشکال مختلف مدنی‌زاسیون، کاهش مرگ‌ومیر نوزادان و کودکان و... - که کشورها در چند دهه‌ی اخیر بیش از همه ادوار متأثر از آنها بوده و هستند - به‌عنوان عوامل مهم در تغییر نظام ارزش‌ها و هویتی افراد جامعه، باعث ایجاد تغییر در زمینه‌ی نگرش به رفتار باروری و فرزندآوری در بین افراد شده است. از همین رو نظریه نوگرایی بر نقش تأثیرگذار پیشرفت و توسعه و فن‌آوری بر رفتارهای عاطفی و ارزشی مردم تأکید می‌کند. تغییرات رفتار باروری و کاهش میزان باروری در چند دهه‌ی اخیر را بر مبنای نظریه‌ی اشاعه نیز می‌توان تبیین و تحلیل کرد. گسترش ایده‌ها و هنجارهای اجتماعی جدید در مورد اولویت‌های بعد خانوار و وسایل تنظیم خانواده شبکه‌های رسمی و غیررسمی ارتباط اجتماعی باروری تأثیر می‌پذیرد. این مفهوم و دو بعد اساسی آن یعنی نفوذ و یادگیری اجتماعی، بر سطوح بافتی متفاوت - بین شخصی، محلی، ملی و جهانی - دخیل در انتقال اطلاعات تمرکز دارد که در اشاعه کاهش باروری نقش زیادی داشته‌اند (صادقی، ۱۳۹۵: ۲۴۳). جامعه مصرفی نیازهایی را احساس می‌کند که در گذشته احساس نمی‌شده است و مقادیر بالای مصرف فقط با بهره‌گیری از اقتصاد غیر کشاورزی امکان‌پذیر است. این امر به طور فزاینده‌ای با حقوق بالایی همراه است که اغلب افراد با تحصیلات بالا به آن دسترسی دارند. این امر در میان

بیشتر خانواده‌های شهری با طبقه متوسط و تعداد قابل توجهی از خانواده‌های روستایی منجر به آن شد که بر روی آموزش فرزندان سرمایه‌گذاری کنند. از طرف دیگر وسایل تنظیم خانواده معمولاً در آسیا با هزینه کم و با حمایت دولت‌ها ارائه می‌شود. ضمن اینکه بی‌ثباتی در سطح عمومی قیمت‌ها و نرخ تورم بالا این ذهنیت را برای خانوارها شکل خواهد داد که توان خرید آنها را به تناسب خواهد کاست و تمایل آنها برای داشتن فرزند بیشتر، کمتر خواهد شد. در طول رکود یا تورم اقتصادی روند باروری کاهش پیدا می‌کند و این رابطه منفی بین رکود اقتصادی و باروری و نیز حتی ازدواج وجود دارد (Sobtko & et al, 2010:19). در جریات تحولات جمعیتی، پیش از اینکه باروری کاهش یابد، سطح مرگ و میر جمعیت کاهش یافته و پی‌آمد این مهم، افزایش شانس زنده ماندن همه نسل‌ها بوده است. بسیاری از کشورهای آسیایی با کنترل بیشتر بر مرگ و میر کودکان و پیشگیری از بیماری‌های قابل کنترل همچنان ظرفیت‌هایی برای افزایش بیشتر امید زندگی دارند. با کاهش مرگ و میر اطفال و نوزادان و افزایش امید زندگی در بدو تولد، اطمینان خانواده‌ها از اینکه کودکان بیشتری به سنین بالاتر برسند، افزایش می‌یابد. این افزایش یک نوع حالت بیمه‌ای دارد که منجر به کاهش تمایل به فرزندآوری می‌شود.

همچنین به نظر می‌رسد فاصله و فضا در یک منطقه معین، عامل مهمی در کاهش باروری است و محیط جغرافیایی در ارتباط دیالکتیک با سایر عوامل مؤثر بر باروری باشد. فضا، سیمایی از الگوی استقرار است و اثرات تعامل اجتماعی منطقه‌ای نقش تعیین‌کننده‌ای بر موفقیت، زمان‌بندی و سرعت انتشار رفتارهای جمعیتی نوآورانه دارد. مناطق جغرافیایی که در مجاورت یکدیگر قرار می‌گیرند، باعث شکل‌گیری الگوهای فضایی در زمینه گذارهای رفتاری می‌شوند (Goldstein & Klusenner, 2014: 507). این الگوهای فضایی مبتنی بر قانون اول جغرافیا -همه‌ی پدیده‌ها به همدیگر مرتبط‌اند، این ارتباط بین پدیده‌هایی که به هم نزدیک‌ترند، بیشتر و بین پدیده‌هایی که از هم دورند، کم‌تر است- می‌باشد. در نهایت اگر چه کشورهای آسیایی سطوح باروری متفاوتی دارند اما همه‌ی آنها کاهش باروری را تجربه کرده‌اند و این نتیجه جهانی‌شدن انقلاب صنعتی است. بخشی از اثرگذاری آن بر روی ازدواج و باروری مستقیماً از متغیرهای اقتصادی - جمعیتی، افزایش درآمد و تغییر شغل ناشی می‌شود، اما بیشترین اثرگذاری این تحولات از طریق کاهش مرگ و میر، بالا رفتن سطح تحصیلات و حمایت دولت از وسایل پیشگیری از بارداری به صورت غیرمستقیم خواهد بود. به نظر می‌رسد جوامع و سیاست‌های جمعیتی باید در صدد از بین بردن موانع پیش روی ازدواج، فرزندآوری، احترام به حقوق اساسی و آزادی افراد در جهت غلبه بر نابرابری‌های اقتصادی - اجتماعی باشند. جوامع به سیاست‌های ترکیبی و حمایتی برای رفع نگرانی‌های افراد

و تشویق به فرزندآوری مانند حمایت مالی برای خانواده‌های دارای فرزند(در قالب پرداخت نقدی یا کاهش مالیات)، مرخصی زایمان برای مادر و یا والدین (چه با حقوق و چه بدون حقوق)، کمک به مراقبت از کودکان (از طریق مهدکودک‌ها و مراکز مراقبت‌های روزانه، برنامه‌های بعد از مدرسه و پشتیبانی مالی برای مراقبت از کودکان در خانه) و کمک به خانواده‌های جوان (مانند ترجیحات مسکن و بیمه‌های درمانی که هزینه‌های مربوط به بارداری و زایمان را تأمین می‌کنند) نیاز دارند.

منابع

- ◀ ترابی، فاطمه، (۱۳۸۹). «نقش ناهمگونی مشاهده نشده در تحلیل‌های پیشینه واقعه: کاربرد در تحلیل رفتار باروری زنان در ایران»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ش ۱۰.
- ◀ حسینی، حاتم، (۱۳۸۹). «سرمایه انسانی و همگرایی باروری در کشورهای آسیایی»، زن در توسعه و سیاست، ش ۲.
- ◀ حسینی، حاتم، (۱۳۹۰). *درآمدی بر جمعیت‌شناسی اقتصادی-اجتماعی و تنظیم خانواده با تاکید بر ایران*، همدان، دانشگاه بوعلی سینا، چاپ چهارم.
- ◀ حسینی، حاتم و محمدجلال عباسی‌شوازی، (۱۳۹۰). «تغییرات اندیشه‌ای و تأثیر آن بر رفتار و ایده‌آل‌های باروری زنان کرد و ترک»، پژوهش زنان، د ۷، ش ۲.
- ◀ خلیج آبادی فراهانی، فریده و علی رحیمی، (۱۳۹۷). تعیین‌کننده‌های سن اولین ازدواج در ده کشور منتخب آسیا و اقیانوسیه: یک مرور نظام‌مند، مطالعات جامعه‌شناختی، د ۲۵، ش ۲.
- ◀ دراهکی، احمد و نیلوفر کوشکی، (۱۳۹۸). «تأثیر ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی در رفتار باروری زنان مناطق شهری استان بوشهر»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۲، ش ۸۵.
- ◀ صادقی، رسول، (۱۳۹۵). «تحلیل بسترها و مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی کاهش باروری در ایران»، راهبرد اجتماعی فرهنگی، ش ۲۰.
- ◀ عباسی شوازی، محمدجلال و حاتم حسینی، (۱۳۸۶). «تفاوت‌های قومی باروری در ایران: روند و عوامل موثر بر آن»، جامعه‌شناسی ایران، ش ۳۲.
- ◀ عباسی شوازی، محمدجلال و عباس عسکری ندوشن، (۱۳۸۴). «تغییرات خانواده و کاهش باروری در ایران، مطالعه موردی استان یزد»، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۵.
- ◀ عباسی شوازی، محمدجلال و ملیحه علی‌مندگاری، (۱۳۸۹). «تأثیر ابعاد متفاوت استقلال زنان بر رفتارهای باروری آنها در ایران»، زن در توسعه و سیاست، د ۸، ش ۱.
- ◀ عباسی شوازی، محمدجلال و میمنت حسینی چاوشی، (۱۳۹۲). «روند و سطح باروری طی چهار دهه اخیر در ایران: کاربرد روش فرزندان خود در برآورد باروری در سرشماری ۱۳۶۵ و ۱۳۹۰»، گزارش تحقیقاتی، پژوهشکده آمار، مرکز آمار ایران.

- ◀ عباسی شوازی، محمدجلال، (۱۳۸۹). «طرح تحولات باروری در ایران»، مرکز آمار ایران، پژوهشکده آمار.
- ◀ فراش خیالو، نورالدین، نگار رمضی و رسول صادقی، (۱۳۹۹). «تعیین کننده‌های اجتماعی و فرهنگی نگرش دانشجویان به سقط جنین»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۲، ش ۸۷.
- ◀ قاضی طباطبایی، محمود و نادر مهری، (۱۳۹۲). «سنجش تأثیر مسئولیت زنان شاغل بر باروری در ایران»، زن در توسعه و سیاست، د ۱۱، ش ۱.
- ◀ محمودیانی، سراج الدین، (۱۳۹۳). «باروری ایده‌آل زنان و تعیین کننده‌های آن (مطالعه موردی زنان شهر کرمانشاه)»، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی ایلام، د ۲۲، ش ۷.
- ◀ منصوریان، کریم و اعظم خوشنویس، (۱۳۸۵). «ترجیحات جنسی و گرایش زنان همسردار به رفتار باروری: مطالعه موردی: شهر تهران». مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز، د ۲۴، ش ۲.
- ◀ نیازی، محسن، فاطمه تورنجی پور، میلاد نوروزی و اسماء عسگری، (۱۳۹۵). «فرا تحلیل عوامل اجتماعی مؤثر بر باروری در ایران»، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، س ۲، ش ۲۹.
- Yeoh, B.S.A. Lutz, W. Prachuabmoh, V(2003). Fertility decline in Asia: Trends, implications and futures. *Journal of Population Research* 20, iii–ix. <https://doi.org/10.1007/BF03031791>.
- Abbasi- shavazi, M, J.; M. Hosseini- chavoshi, & P. McDonald (2007) “The Path to Below Replacement Fertility in the Islamic Republic of Iran“, *Asia-pacific population journal*, 2(2).
- Abbasi-shavazi, M.J., P, McDonald., and M, Hosseini-Chavoshi. (2009), *The Fertility Transition in Iran: Revolution and Reproduction*, New York, Springer.
- Adsera, A. (2006). “Differences in desired and actual fertility: An economic analysis of the Spanish case”. *Rev Econ Household*, 4.
- Basten, S. Sobotka, T. & Zeman k. (2013), “Future fertility in low fertility countries. Vienna: Institute of Demography.
- Becker, G. & Barro, R. (1986). “Altruism and the Economic Theory of Fertility”. *population and Development Review*. (12).
- Billingsley, S(2010).”Downward Social Mobility and Fertility Decline in Russia”.Stockholm university Linnaeus center on social policy and family Dynamics in Europe, SPaDe.
- Caldwell, J.C(2006).The western fertility decline: Reflections from a chronological perspective. *Journal of Population Research*, 23,(7).

- ▶ Chesnais JC. «Determinants of below Replacement Fertility». Population Bulletin of the United Nation.200040/41,121-36.
- ▶ Dribe, M and Christopher D, S (2020) Social class and fertility: A long-run analysis of Southern Sweden, 1922–2015, Population Studies . 37, (12).
- ▶ Goldstein,J, R and Klüsener, S (2014)Spatial Analysis of the Causes of Fertility Decline in Prussia, population and development review, 40(3).
- ▶ Gubhaju, B, (2008). Fertility Decline in Asia: Opportunities and Challenges, The Japanese Journal of Population, 5(1).
- ▶ Gubhaju, B, B and Durand, Y(2003) Below-replacement fertility in east and southeast asia: Consequences and policy responses, Journal of Population Research volume 20.
- ▶ Gubhaju, B.B., Moriki-Durand, Y(2003). Below-replacement fertility in east and southeast asia: Consequences and policy responses. Journal of Population Research 20.
- ▶ Hank K, Kreyenfeld M (2003) A multilevel analysis of child care and women's fertility decisions in Western Germany. Journal of Marriage and Family 65.
- ▶ Hartmann. AM, Fertility and economic growth: how does the fertility rate influence economic growth in developing countries. [Dissertaion Thesis]. Denmark: Aarhus School of Business, University of Aarhus; 2010.
- ▶ <https://www.worldbank.org>.
- ▶ John C. Caldwell & Bruce K. Caldwell (2005) THE CAUSES OF THE ASIAN FERTILITY DECLINE , Asian Population Studies, 1:1, 31-46, DOI: 10.1080/17441730500125714.
- ▶ Lee, R, Mason. A, Fertility, human capital, and economic growth over the demographic transition. Eur J Popul 2010; 26(2).
- ▶ McDonald, P. (2007). 'Low fertility and policy', Ageing Horizons, 7.
- ▶ Ram, B, (2003). 'Fertility Decline and Social Change: New Trends and Challenges'. Canadian Studies in population. 30(2).
- ▶ Sidney B, Choe, M, K and Retherford, R, D (2010) Very Low Fertility in Asia: Is There a Problem? Can It Be Solved? AsiaPacific Issues, No. 94.
- ▶ Sobotka, T; Skirbekk, V; Philipov,D(2010). 'Economic recession and Fertility

- in the Developed World”. Vienna Institute of Demography. Vienna, Austria.
- ▶ United nation (1990). ‘‘Socio- economic development and fertility’’.V.102.
 - ▶ United Nations (2001).World Urbanization Prospects: The 1999 Revision. New York. Sales No.E.01.XIII.11.
 - ▶ United Nations (2019). World Population Prospects: The 2000 Revision. Volume I: Comprehensive Tables. New York. Sales No. E.01.XIII.8.
 - ▶ Van de Kaa, D.J. (1997), ‘‘Options and sequences: Europes demographic patterns’’, Journal of the Australian Population Association, 14(1).
 - ▶ Weil, D. Economic growth. 1st ed. Boston: Addison-Wesley; 2005.
 - ▶ Wilson, Chris. 2001. ‘‘On the Scale of Global Demographic Convergence 1950-2000.’’ Population and Development Revie, 27, (1).
 - ▶ World Bank (2020), World Development Indicators (WDI), Washington, DC: World Bank. online available at: <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do>.

تحلیل چندسطحی همبسته‌های فردی و استانی باروری در ایران

رسول صادقی*، نصیبه اسمعیلی**

چکیده

رفتارهای باروری با طیف گسترده‌ای از عوامل سطوح خرد و کلان مرتبط و همبسته‌اند. هدف از این مقاله بررسی عوامل فردی و استانی مؤثر در باروری در ایران با استفاده از تحلیل چندسطحی است. برای داده‌های سطح خرد (فردی) از اطلاعات مربوط به نمونه‌ی ۷۰۰۰ نفری زنان ۱۵-۴۹ ساله‌ی ساکن در ۳۱ استان کشور بر مبنای داده‌های خرد سرشماری سال ۱۳۹۵ و برای سطح کلان (استانی) از منابع مختلف داده‌ای نظیر سرشماری سال ۱۳۹۵، و پیمایش جمعیت و سلامت سال ۱۳۸۹ استفاده شده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار HLM تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد، متغیرهای سطح فردی شامل تحصیلات، اشتغال و محل سکونت شهری-روستایی با رفتار باروری زنان رابطه معناداری دارند. در سطح استانی عواملی نظیر میزان استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری، ضریب نفوذ اینترنت و شاخص توسعه‌ی استانی با باروری رابطه‌ی معناداری دارند. همچنین نتایج نشان داد، نفوذ و اثرگذاری عوامل فردی (به‌ویژه تحصیلات) در رفتار باروری قوی‌تر از عوامل سطح استانی است. در بحث و نتیجه‌گیری، کاربرد نتایج مقاله در درک پویایی باروری در ایران و سیاست‌های افزایش باروری به بحث گذاشته شده است.

واژگان کلیدی

باروری، عوامل سطح فردی، عوامل سطح استانی، تحلیل چندسطحی، ایران.

*. دانشیار جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران و محقق موسسه تحقیقات جمعیت کشور، تهران، ایران (rassadeghi@ut.ac.ir)

** . دانشجوی دکتری جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده‌ی مسئول) (n.esmaeli@gmail.com)

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۱۶ تاریخ دریافت: ۹۹/۷/۲۹

۱. مقدمه و بیان مسئله

رفتار باروری براساس محرک‌ها، فرایند تصمیم‌گیری و نگرش‌های مرتبط - به‌عنوان رفتاری اجتماعی که در یک محیط اجتماعی خاص حادث می‌شود- در نظر گرفته می‌شود. به‌دلیل تغییرات اقتصادی و اجتماعی گسترده باروری در بسیاری از کشورهای جهان به زیر سطح جانشینی کاهش یافته است (Bongaarts, 2002: 419-443). کشورهای پیشرفته‌ی صنعتی برای چندین دهه است که باروری پایین را تجربه کرده‌اند (Kohler & et al, 2002: 461-680). امروزه، این مسئله تنها مربوط به کشورهای توسعه‌یافته نیست، بلکه تقریباً نیمی از جمعیت جهان در کشورهای با باروری پایین و زیر سطح جانشینی زندگی می‌کنند.

ایران نیز از دهه‌ی ۱۳۸۰ در زمره‌ی کشورهای با باروری پایین قرار گرفته‌است. مطالعات انجام‌شده در مورد سطح و روند باروری در ایران، حاکی از کاهش چشمگیر باروری در سه دهه‌ی اخیر است (Abbasi-Shavazi et al, 2009: 1309-1324). در اوایل دهه‌ی ۱۳۴۰ میزان باروری کل در ایران حدود ۷ فرزند برای هر زن بوده که با کاهش اندک در نیمه‌ی اول دهه‌ی ۱۳۵۰ به ۶ فرزند رسید (عباسی‌شوازی، ۱۳۸۰: ۲۳۱-۲۰۱؛ Abbasi- Shavazi & McDoland, 2006: 217-237). در نگاه کل‌نگر، عوامل مؤثر در باروری در حقیقت فرهنگ جامعه، عوامل محیطی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و مذهبی است. با توجه به شرایط خاص اجتماعی، فرهنگی و مذهبی بعد از انقلاب و شرایط روانی پیش‌آمده ناشی از جنگ تحمیلی ازدواج‌ها در سنین پایین رخ داد و در نتیجه باروری افزایش یافته و به ۷ فرزند به ازای هر زن رسید، اما این وضعیت موقتی بود و بلافاصله در اثر توسعه‌ی بهداشت در روستاها و انجام گسترده‌ی واکسیناسیون در مراکز بهداشت، میزان مرگ‌ومیر کودکان در دهه‌ی ۱۳۶۰ کاهش و در نتیجه تقاضا برای فرزند بیشتر، کمتر و به تبع آن تقاضا برای خدمات تنظیم خانواده افزایش پیدا کرد. اتخاذ و اجرای سیاست‌های کنترل جمعیت، ارائه‌ی خدمات تنظیم خانواده به صورت گسترده و رایگان در مراکز بهداشتی، افزایش سطح تحصیلات زنان، بالا رفتن سن ازدواج، توسعه‌ی روستایی و افزایش تورم و هزینه‌های اقتصادی زندگی به کاهش باروری در ایران منجر شد. بر این اساس، میزان باروری کل در سال ۱۳۷۵ به ۲/۷ فرزند و در سال ۱۳۷۹ به سطح جانشینی (۲/۱ فرزند) کاهش یافت (عباسی‌شوازی، ۱۳۸۰: ۲۳۱-۲۰۱). میزان باروری کل در سال ۱۳۸۵ به زیر سطح جانشینی (۱/۹ فرزند) و در سال ۱۳۹۰ به حدود ۱/۸ فرزند کاهش یافت (عباسی‌شوازی و حسینی‌چاوشی، ۱۳۹۲). در دوره‌ی ۹۵-۱۳۹۰ باروری افزایش اندکی داشته و به ۲/۰۱ فرزند به ازای هر زن رسید (مرکز آمار ایران،

۱۳۹۸)، اما این افزایش مقطعی و عمدتاً در اثر تمپو^۱ بوده و دوباره باروری از سال ۱۳۹۵ به بعد در مسیر کاهش - هرچند با سرعت اندک و بطئی - قرار گرفته‌است و برای سال ۱۳۹۸ به حدود ۱/۸ فرزند رسید.

بر مبنای نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵، بیشتر استان‌های کشور باروری پایین‌تر از سطح جانشینی را تجربه می‌کنند. پایین‌ترین میزان باروری در استان گیلان با ۱/۳ فرزند و بالاترین آن در استان سیستان و بلوچستان با ۳/۹ فرزند بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۸). از این‌رو، علی‌رغم همگرایی استانی در روند باروری، استان‌های کشور همچنان سطوح باروری متفاوتی دارند.

جمعیت‌شناسان - همانند سایر اندیشمندان اجتماعی - رفتار انسانی را در سطوح متفاوتی از کلان داده^۲ مطالعه و بررسی می‌کنند (Courgeau & Baccaini, 1998:39). جمعیت‌شناسان در تحلیل داده‌های کلان مانند نتایج سرشماری‌ها مطلوبیت طولانی مدتی دارند و این موجب شده است تا توجه اندکی به رفتارها و مشخصه‌های فردی داشته باشند، اما تقریباً از دهه‌ی ۱۹۷۰ به بعد با بررسی باروری جهانی (WFS) و سایر مطالعات پیمایشی به داده‌های سطح خرد و فردی نیز توجه شد. البته در مورد اخیر یعنی تحلیل رفتارهای جمعیتی در سطح خرد، با خطای هسته‌ای کردن^۳ مواجه شدند. یعنی بستر و زمینه‌ای را که رفتار انسانی در آن رخ می‌داد، نادیده گرفته می‌شد. این مسائل و لزوم توجه هم‌زمان به سطوح خرد و کلان در تحلیل پدیده‌ها و فرایندهای جمعیتی موجب شده است تا ضرورت و نیاز به انجام تحلیل‌های چندسطحی^۴ در تحقیقات جمعیت‌شناسی ایجاد شود. از این‌رو، جمعیت‌شناسان برای پیوند بهتر ارتباط و تأثیرپذیری فرد از محیط اجتماعی به تجزیه و تحلیل‌های چندسطحی توجه ویژه کردند (Mason & et al, 1983: 72-103).

بر اساس این مدل، افراد در واحدهای سطح دو، درون استان‌ها قرار گرفته‌اند یا به عبارت دقیق‌تر آشیانه شده‌اند. با استفاده از این مدل می‌توان نشان داد که چگونه متغیرهای یک سطح در سطح دیگر تأثیر می‌گذارند. از این‌رو، مسئله‌ی اصلی مقاله یافتن نقش عوامل مرتبط با سطوح خرد و کلان در تعیین سطح باروری در ایران است و این مطالعه قصد دارد به این سؤال پاسخ دهد که تفاوت موجود در تعداد فرزندان زنده به دنیا آمده در بین زنان، بیشتر از تفاوت در ویژگی‌های سطح فردی زنان ناشی می‌شود یا ویژگی‌ها و بسترهای هر استان باعث این تفاوت شده است؟.

1. Tempo effects
2. Big Data
3. Atomic error
4. Multilevel

۲. پیشینه‌ی پژوهش

در موضوع عوامل تعیین‌کننده‌ی باروری در داخل و خارج از کشور تحقیقات متعددی انجام شده است. با این حال، تحقیقات محدودی به تحلیل چندسطحی عوامل تأثیرگذار در رفتار باروری در سطوح خرد و کلان پرداخته‌اند؛ برای مثال، عباسی‌شوازی و رازقی‌نصرآباد به تحلیل چندسطحی عوامل مؤثر در زمان وقوع تولد اول پرداختند. بر اساس نتایج این مطالعه، اصلی‌ترین تعیین‌کننده‌های زمان تولد اولین فرزند، سن ازدواج و دسترسی زنان به تحصیلات است. همچنین نتایج تحلیل چندسطحی نشان داد که تفاوت معنی‌داری در رسیدن به تولد اول در یک فاصله‌ی پنج‌ساله از ازدواج بین استان‌های کشور وجود دارد. تفاوت مشاهده شده بین میانگین استان‌ها ناشی از تصادف نبوده و تابعی از متغیرهای سطح کلان بوده است (عباسی‌شوازی و رازقی‌نصرآباد، ۱۳۸۹: ۷۹-۷۰). محمودیانی و صادقی با استفاده از مدل‌های دو سطحی مشخصه‌های فردی و استانی مرتبط با رفتار باروری در زنان ایرانی در سال ۱۳۹۰ را بررسی می‌کردند. نتایج آنها نشان داد، رفتار باروری زنان در استان‌های کشور به سوی همگرایی پیش رفته است و اگر بین استان‌ها تفاوتی هم در زمینه‌ی باروری وجود دارد، متأثر از سطح توسعه است. سایر متغیرها (مانند وضعیت سواد و وضعیت اشتغال) که در رفتار باروری زنان تأثیرگذارند نیز متأثر از سطح توسعه‌ی استان‌ها بوده‌اند (محمودیانی و صادقی، ۱۳۹۳: ۶۴۷-۶۴۰).

دراهکی و کوشکی در پژوهشی به بررسی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی در رفتار باروری زنان مناطق شهری استان بوشهر پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است تغییراتی که در جامعه جدید در زمینه شبکه‌های اجتماعی در حال وقوع است، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی در جهت حفظ پیوندهای اجتماعی مستحکم و پایدار بین اعضای شبکه‌های اجتماعی تأثیر تعیین‌کننده بر رفتار باروری دارد (دراهکی و کوشکی، ۱۳۹۸: ۷۲-۵۱).

معینی و همکاران نیز در یک مطالعه‌ی دوسطحی تأثیر عوامل اقتصادی در رفتار باروری زنان ایرانی را بررسی کردند. نتایج آنها نشان داد، خانواده‌های با سطح درآمد بالا و پایین نسبت به خانواده‌های سطح متوسط فرزندان بیشتری دارند (Moeeni & et al, 2014: 135-144). محمودیانی و شهریاری با استفاده از مدل‌های دوسطحی نقش مذهب و توسعه در رفتار باروری زنان کرد در ایران را بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد، تفاوت سطح باروری در گروه مذهبی مورد نظر خیلی پایین است. عامل مذهب اثر معناداری در میزان باروری زنان شهرستان‌های منتخب نداشت و شدت اثرگذاری آن بسیار ناچیز بود. در مقابل درجه‌ی توسعه‌یافتگی اثری قوی و معناداری در باروری زنان داشته است (محمودیانی و شهریاری، ۱۳۹۴: ۱۰۰-۹۱).

خیالو و همکاران در پژوهشی « تعیین‌کننده‌های اجتماعی و فرهنگی نگرش دانشجویان به سقط جنین» را بررسی کردند و نتایج پژوهش نشان داد در پی افزایش تحصیلات و آگاهی، اشتغال و استقلال زنان و کاهش وابستگی آنها به مردان، آزادی و اختیار زن در زمینه‌ی باروری بالاتر رفته است (خیالو و همکاران، ۱۳۹۹).

هریسمن و گست با استفاده از مدل‌های چندسطحی باروری چهار کشور اندونزی، مالزی، فیلیپین و تایلند را بررسی کردند. نتایج تحقیق آنها نشان داد، ویژگی‌های سطح خرد زنان به‌ویژه اشتغال آنها در بخش‌های مدرن و صنعتی بیشترین تأثیر را در کاهش باروری در این کشورها داشته است (Hirschman & Guest, 1990:369-396). آمارا محمد در تحقیقی رفتار باروری زنان در کشور تونس را بررسی کرد. وی با استفاده از تجزیه و تحلیل چندسطحی نشان داد، مشخصه‌های سطح کلان بیشترین تأثیر را در رفتار باروری زنان در کشور تونس دارند. در سطح خرد، وضعیت اقتصادی و تحصیلات زنان تأثیر منفی در رفتار باروری زنان داشتند. بدین معنی که خانواده‌های با درآمد بالاتر سرمایه‌گذاری بیشتری در کیفیت فرزندان دارند. در سطح کلان، میزان فقر منطقه تأثیری مثبت در افزایش تعداد فرزندان و میزان بیکاری در منطقه و در دسترس بودن مراکز بهداشتی و درمانی تأثیری منفی در باروری در این مناطق داشته‌اند (Amara, 2015: 477-499). درایب و همکاران نیز در پژوهشی با استفاده از مدل‌های چندسطحی تأثیرات اجتماعی در کاهش میزان باروری کل در کشور سوئد را بررسی کردند. نتایج مطالعه نشان داد، تأثیرات اجتماعی بیشترین تأثیر را در سطح کلان و در رفتار باروری گروه‌های اقتصادی - اجتماعی پایین و بالا می‌گذارد (Dribe & et al, 2015). کورکر و روسیر در پژوهشی به دنبال بررسی عوامل تعیین‌کننده‌ی باروری نخبگان صحرای آفریقا بودند. بر اساس نتایج این مطالعه، زنان تحصیل کرده و ثروتمند صحرای آفریقا نسبت به سایر زنان باروری کمتری دارند. مکانیسم فرض شده این بود که زنان تحصیل کرده بیشتر از سایر زنان از وسایل پیشگیری از بارداری استفاده می‌کنند. تجزیه و تحلیل چندسطحی نشان داد، باروری پایین این زنان بیشتر ناشی از ویژگی‌های فردی آنهاست (Corker & Rossier, 2019). کراودال و ریندفوس در مقاله‌ای رابطه‌ی بین تحصیلات و باروری زنان نروژی را بررسی کردند. نتایج مطالعات نشان داد، رابطه‌ی بین باروری و تحصیلات تا سن ۳۹ سالگی منفی است. زنان با تحصیلات بالاتر در همه‌ی گروه‌های اقتصادی و اجتماعی، باروری پایین‌تری داشته‌اند (Crowdol & Rind foss, 2007: 2-42). ماتسیساک و ویگنولی در پژوهشی رابطه‌ی بین باروری پایین و اشتغال زنان در دو کشور ایتالیا و لهستان را بررسی کردند. این دو کشور به لحاظ وضعیت باروری در شرایط مشابهی قرار دارند. نتایج پژوهش آنها نشان داد، در

کشور ایتالیا اشتغال زنان به وضوح با فرزندآوری مغایرت دارد، در حالی که در لهستان، زنان برخلاف مشکلات مشابهی که با آن روبه‌رو هستند، تمایل به ترکیب دو فعالیت اشتغال و باروری دارند. آنها در نتیجه‌گیری خود اشاره کردند که در شکل‌گیری تصمیمات مربوط به اشتغال و باروری زنان، انگیزه‌های اقتصادی یا الگوهای رفتاری ریشه‌دار در فرهنگ مهم هستند (Matysiak and Vignoli, 2013: 273-302).

بیلاری و همکاران در پژوهشی میزان تأثیر افزایش سرعت اینترنت در باروری را بررسی کردند. آنها اثرات مثبت در دسترس بودن اینترنت پرسرعت را در باروری زنان ۲۵ تا ۴۵ سال تحصیل‌کرده آلمانی آزمودند. نتایج مطالعات نشان داد، دسترسی به اینترنت پرسرعت در زنان شاغل بسیار اثرگذار است و باعث افزایش باروری می‌شود. در خانه ماندن زنان و رسیدگی به امور شغلی از طریق اینترنت باعث افزایش رضایت کودکان و در نهایت رضایت زنان از فرزندآوری می‌شود (Billari & et al, 2019: 297-316).

مروری بر نتایج مطالعات مختلف نشان داد، در برخی از مطالعات همچون پژوهش کاکر و راسر، ۲۰۱۹؛ هریشمن و پژوهش گست، ۱۹۹۰ عوامل تعیین‌کننده در سطح خرد و ویژگی‌های زنان در باروری مؤثر بوده است، در مقابل، در مطالعات دیگر همچون محمودیانی و صادقی، ۱۳۹۳؛ محمودیانی و شهریاری، ۱۳۹۴؛ معینی و همکاران، ۲۰۱۴؛ آمارا، ۲۰۱۵ و درایب و همکاران، ۲۰۱۵ تأکید بر عوامل در سطح کلان بوده است. بنابراین عوامل متعددی در کاهش باروری مؤثر بوده‌اند که بسته به وضعیت و ساختار اجتماعی و ویژگی‌های متفاوت زنان اثرگذاری آن در جوامع مختلف، متفاوت بوده است.

۳. مبانی و چارچوب نظری

نظریه‌ها و رویکردهای تبیین تفاوت‌ها و نوسانات باروری زنان را می‌توان بر اساس دو رویکرد ساختاری و هنجاری بررسی کرد. نظریه‌های با رویکرد تغییر ساختی، تحولات باروری را به‌عنوان سازگاری نظام‌مند با تغییرات در متغیرهای بیرونی یا انطباق^۱ با شرایط اقتصادی و اجتماعی تغییر یافته در نظر می‌گیرند. «تغییرات ساختی تأثیرگذار در تحولات باروری می‌تواند هم شامل تغییرات اقتصادی از قبیل تغییرات در بازار کار و افزایش هزینه‌های تحصیل و هم تغییرات غیراقتصادی از قبیل افزایش احتمال بقاء فرزندان باشد» (Reed & et al, 1999: 19). یکی از تبیین‌های ساختاری نظریه‌ی نوسازی است. این نظریه با تأکید بر تغییرات ساختی و گذر از یک اقتصاد معیشتی روستایی

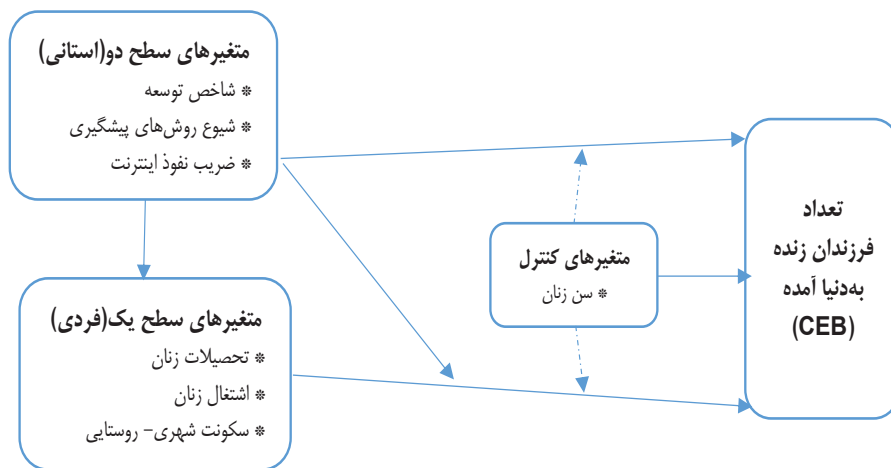
به اقتصاد صنعتی تغییرات باروری را به سه جریان صنعتی شدن، شهرنشینی و آموزش همگانی مرتبط می‌کند. از منظر این نظریه، به دلیل فروپاشی ترتیبات سنتی حاکم بر زندگی روزمره‌ی افراد در کنار پیدایش کسب‌های نوین زندگی شهری و صنعتی نگرش‌ها و تمایلات فرزندآوری تغییر می‌کند (Becker, 1981؛ رازقی نصرآباد و سرابی، ۱۳۹۳: ۲۵۰-۲۲۹). بنابراین، نظریه‌ی نوسازی کاهش باروری را به تغییرات ساختاری در زندگی اجتماعی - که ناشی از ظهور نیروهای جدید اجتماعی نظیر صنعتی شدن، شهرنشینی و آموزش همگانی است - مرتبط می‌کند. این نظریه، تفاوت باروری مناطق را در درجه‌ی توسعه‌یافتگی آنها تبیین می‌کند. براین اساس، هرچه میزان توسعه‌یافتگی منطقه‌ای بالاتر باشد، انتظار این است که میزان باروری در آن منطقه پایین‌تر باشد.

یکی دیگر از نظریه‌های ساختاری تبیین باروری، نظریه‌ی تحلیل نهادی است. مک‌نیکل به بیان دو دیدگاه در تحلیل رفتار باروری می‌پردازد؛ اول، دیدگاهی که تأثیر سیاست‌های جمعیتی و نهادهای سطح کلان جامعه در باروری را بررسی می‌کند (رویکرد کلان‌نگر یا دیدگاه از بالا به پایین) و دوم، دیدگاهی که رفتارهای باروری در سطح خانواده‌ها و نگرش‌های افراد نسبت به آن را بررسی می‌کند (رویکرد خردنگر یا دیدگاه از پایین به بالا). بنابراین، تمرکز اصلی «تحلیل نهادی باروری» بر برقراری پیوند میان این دو دیدگاه یعنی سطوح خرد و کلان شکل‌دهنده‌ی رفتار باروری است (McNicoll, 1980; McNicoll, 1994).

یکی دیگر از رویکردهای مهم تبیین باروری، رویکرد هنجاری - فرهنگی است که در تقابل با رویکرد ساختاری مطرح شده است. رویکرد ساختاری صرف در تبیین کاهش‌های باروری کافی نیست. از این‌رو، رویکرد فرهنگی نیز به‌ویژه در بسترهای با باروری پایین لحاظ شد. رویکرد فرهنگی باروری بر نقش ارزش‌ها، نگرش‌ها و نظام‌های هویتی در شکل‌گیری رفتارهای باروری و اندازه‌ی ایدئال خانواده تأکید دارند. این رویکرد تلاش می‌کند، تأثیر و نفوذ زمینه‌ی اجتماعی و فرهنگی رفتار باروری را در نظر بگیرد و بر عواملی که در ایجاد و تغییر این ارزش‌ها و نظام‌های هویتی مهم‌اند، تأکید کند (Hammel, 1990:455-458; Carter, 1998; Casterline, 2001; Bachrach, 2014). لریمر زمینه‌ها و ارزش‌های فرهنگی را محرک رفتار باروری می‌داند. کارتر نیز فرهنگ را زمینه و چارچوب اتخاذ تصمیمات عقلانی کنش‌گر در ارتباط با باروری می‌داند. همل (۱۹۹۰) در نظریه‌ی فرهنگ برای جمعیت‌شناسی می‌گوید: «فرهنگ می‌تواند تبیین کند چرا افراد یا جوامعی مشابه از نظر اقتصادی اما متفاوت در آداب و رسوم و زبان، در رفتارهای جمعیتی متفاوت عمل می‌کنند». به‌کارگیری فرهنگ، به عنوان مبانی تحلیل، می‌تواند زمینه‌های تبیین را به سطحی بالاتر ارتقاء دهد.

از این رو، در شکل گیری رفتار انسانی زمینه و بستر^۱ اجتماعی و محیطی بسیار مهم و اساسی است (Luke, 2004). زیرا افراد متأثر از بسترهای اجتماعی شان رفتار می کنند. همچنین افراد در جامعه عناصر مجزا و پراکنده نیستند، بلکه در درون گروه های مختلف خاصی قرار دارند و هر گروه مشخصه های خاص خودش را دارد که نه تنها آن را از گروه های دیگر مجزا می کند، اثراتی نیز در افرادی که به آن تعلق دارند، ایجاد می کند. وقتی افراد به صورت واحدهای بزرگتر گروه بندی می شوند، هر واحد شامل تعدادی از افراد است و در نتیجه ساختار داده های مورد بررسی، آشیانه ای^۲ یا سلسله مراتبی می شود (Godferey, 2005:129). بر این اساس ماهیت سلسله مراتبی بسیاری از پدیده های اجتماعی-جمعیتی موجب شده است تا محققان به تحلیل چندسطحی رفتارهای جمعیتی علاقه مند باشند.

بر اساس مبانی نظری و مطالعات پیشین، مدل نظری- تحلیلی پژوهش که اثرات هم زمان سطوح خرد و کلان در باروری را بررسی می کند، در شکل شماره ۱ ترسیم شده است.



شکل ۱- مدل چندسطحی اثرات سطح فردی و استانی بر باروری زنان

۴. روش پژوهش

روش تحقیق مطالعه ی حاضر، تحلیل ثانویه داده های سطوح خرد و کلان مرتبط با باروری است. در سطح یک (فردی)، منبع داده ها نمونه ۲ درصدی سرشماری سال ۱۳۹۵ است. جمعیت

1. Context
2. Nested data

بررسی شده شامل زنان همسر دار ۱۵ تا ۴۹ ساله است. بر اساس فایل داده‌های خرد (فردی) سرشماری سال ۱۳۹۵ تعداد ۷۰۰۰ زن واجد شرایط انتخاب و ویژگی‌های آنها (نظیر محل سکونت، سطح تحصیلات و اشتغال زنان) به‌عنوان متغیرهای سطح فردی تعیین شد. در سطح دو (استانی)، متغیرهای ضریب نفوذ اینترنت و میزان توسعه‌یافتگی بر اساس نتایج سرشماری ۱۳۹۵ و میزان شیوع روش‌های پیشگیری از بارداری از نتایج پیمایش جمعیت و سلامت (DHS) سال ۱۳۸۹ استخراج شد.

متغیر وابسته‌ی تحقیق، تعداد فرزندان زنده به‌دنیا آمده تا زمان بررسی توسط زنان همسر دار ۱۵ تا ۴۹ ساله است. متغیرهای پیش‌بین (مستقل) سطح فردی شامل محل سکونت شهری - روستایی، وضعیت اشتغال زنان (به صورت شاغل و غیر شاغل) و سطح تحصیلات زنان (در پنج گروه بی‌سواد، ابتدایی، راهنمایی و متوسطه، دیپلم، و تحصیلات دانشگاهی) است. متغیرهای پیش‌بین سطح دو (یا استانی) شامل ضریب نفوذ اینترنت، شیوع استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری و نمره‌ی شاخص توسعه برای استان‌های مختلف کشور است. شاخص توسعه‌ی استان‌ها با استفاده از تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA) و بر مبنای ۸ مؤلفه شامل میزان شهرنشینی، میزان باسوادی، نسبت جمعیت با تحصیلات دانشگاهی، امید زندگی در بدو تولد، شاخص خدمات سلامتی، شاخص تسهیلات رفاهی، شاخص ICT و سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی GDP ساخته شده است. لازم به ذکر است، در تجزیه و تحلیل‌ها با توجه به اینکه تعداد فرزندان زنده به‌دنیا آمده به شدت وابسته به سن زنان است، این متغیر کنترل شده است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌های چندسطحی و نرم‌افزار HLM نسخه‌ی ۶ استفاده شد. مدل چندسطحی، مدل آماری است که برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در بیشتر از یک سطح و به منظور مشخص شدن روابط در بیشتر از یک سطح به کار گرفته می‌شود (Luke, 2004: 7-8). در سال ۱۹۸۳، میسون و گلدستین رویکرد چندسطحی را مطرح کردند که تا حدی توانست مشکلات روش‌ها و الگوهای قبلی را کاهش دهد. مهم‌ترین مشکلات الگوهای قبلی در جمعیت‌شناسی (مقطعی^۱، کوهورت^۲ و تحلیل واقعه^۳) وجود خطاهای کل‌نگر^۴ و جزء‌نگر^۵ در نتایج تحقیق بود (Silverman, 2018). خطای کل‌نگر مبین این مهم است که نتایج استخراج شده از

1. Cross-sectional paradigm
2. Cohort paradigm
3. Event-history
4. Ecological Fallacy
5. Atomic Fallacy

سطوح بالاتر به سطوح پایین تر تعمیم پذیر نیست. خطای جزءنگر نیز حاکی از این است که نتایج استخراج شده در سطح فردی لزوماً در سطوح کلان صحیح نیست. به عبارت دیگر، نتایج به دست آمده در سطوح پایین تر لزوماً در سطوح کلان مصداق پیدا نمی کند (امیرکافی، ۱۳۸۵: ۳۸-۷). این امر لزوم استفاده از مدلسازی چندسطحی را نمایان می کند و بایستی روابط بین متغیرها در سطوح مختلف نیز بررسی شود؛ چراکه نتایج به دست آمده در سطح فردی با زمینه ها و متغیرهای سطح کلان متفاوت است و در بررسی روابط متغیرها در سطوح پایین تر بایستی متغیرهای زمینه ای مدنظر قرار گیرند. از دیگر مزایای روش تحلیل چندسطحی، می توان به امکان کشف تغییرپذیری متناسب به خوشه، همچنین امکان برآورد تعداد زیاد پارامترها و تقلیل خطای اندازه گیری اشاره کرد (Gholami & et al, 2019: 1-11). مدل های چندسطحی به ما اجازه می دهد تا مؤلفه های سطوح را برآورد کنیم، به برقراری فرض کرویت نیاز ندارد، سلسله مراتبی بودن نمونه گیری را در نظر می گیرد و در تحلیل داده های ناکامل توانمند است (Pinheiro & Bates, 2000). مدل های چندسطحی مؤلفه های واریانس را بین سطوح سلسله مراتبی تقسیم می کنند. هدف از تحلیل چندسطحی، تعیین اثر مستقیم متغیرهای سطح گروه (سطح دو) و سطح افراد (سطح یک) بر متغیر پاسخ است (Hox, 2010). دیپرت و فوریتال^۱ نیز هدف از استفاده از مدل های HLM را تبیین نتایج (متغیرهای وابسته) سطح فردی به دو شیوه می دانند: یکی با نشان دادن یک تابع از بستر و زمینه ی پارامترهای مدل که در سطح خرد مشخص است و دیگری با بیان تعاملات خرد- کلان مشخصه های بستر و زمینه (Godfrey, 2005: 130).

در تحلیل چندسطحی، در سطح پایه (همان سطح فردی/ سطح ۱)، تحلیل مشابه رگرسیون OLS است:

$$Y = B_0 + B_1*(X_1) + R$$

در سطح بعدی، یعنی سطح بالاتر (سطح ۲)، عرض از مبدأ و ضرایب سطح ۱ متغیرهای وابسته در نظر گرفته می شوند که توسط متغیرهای سطح ۲ پیش بینی می شوند:

$$B_0 = G_{00} + G_{01}*(W_1) + U_0$$

$$B_1 = G_{10} + G_{11}*(W_1) + U_1$$

از طریق فرایند HLM، مدل دقیقی هم اثرات سطح ۱ و هم اثرات سطح ۲ را در متغیر وابسته در نظر می‌گیرد (Osborne, 2000: 1-4). علاوه بر این، می‌توان تعاملات بین سطحی را برای درک اینکه چه چیزی تفاوت‌ها در رابطه بین متغیرهای سطح ۱ و نتیجه (متغیر وابسته) را تبیین می‌کند، مدل‌سازی کرد.

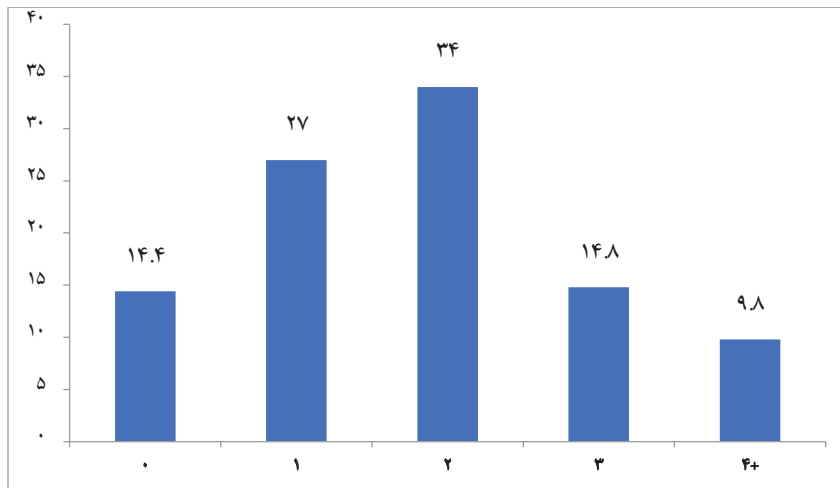
۵. یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول شماره‌ی ۱ آمده است، حدود ۷۵ درصد زنان همسر دار بررسی شده ساکن نقاط شهری و ۲۵ درصد ساکن روستاها بودند. از نظر وضعیت سواد و تحصیلات، حدود ۸ درصد بی‌سواد، ۲۱ درصد تحصیلات ابتدایی، ۱۶ درصد تحصیلات راهنمایی و متوسطه، ۳۳ درصد تحصیلات دیپلم و ۲۲ درصد از زنان تحصیلات دانشگاهی داشتند. نرخ اشتغال زنان بررسی شده حدود ۱۲ درصد بوده است و میانگین سنی آنها نیز ۳۴/۳ سال بوده است (جدول ۱).

جدول ۱- توصیف متغیرهای مستقل سطح یک (فردی)، ۱۳۹۵

درصد	فراوانی	متغیر	
۷۵/۰	۵۲۴۸	شهری	محل سکونت
۲۵/۰	۱۷۵۲	روستایی	
۸/۵	۵۹۲	بی‌سواد	سطح تحصیلات
۲۰/۶	۱۴۳۹	ابتدایی	
۱۵/۹	۱۱۱۵	راهنمایی و متوسطه	
۳۳/۱	۲۳۱۶	دیپلم	
۲۲/۰	۱۵۳۸	تحصیلات دانشگاهی	
۱۲/۴	۸۶۶	شاغل	وضعیت اشتغال
۸۷/۶	۶۱۳۴	غیر شاغل	
۱۴/۷	۱۰۳۰	زیر ۲۵ سال	سن زنان (میانگین ۳۴/۳ سال)
۳۷/۵	۲۶۲۳	۲۵ تا ۳۵ سال	
۴۷/۸	۳۳۴۷	بالای ۳۵ سال	
۱۰۰/۰	۷۰۰۰	تعداد نمونه	

بر اساس داده‌های سطح فردی، میانگین فرزندان زنده به دنیا آمده زنان ۴۹-۱۵ ساله تا زمان بررسی، ۱/۹ فرزند (با انحراف معیار ۱/۳ فرزند) بوده است. از تعداد ۷۰۰۰ زن همسر دار تا زمان بررسی، ۱۴ درصد بدون فرزند، ۲۷ درصد یک فرزند، ۳۴ درصد ۲ فرزند و ۲۵ درصد نیز ۳ فرزند و بیشتر به دنیا آورده‌اند (نمودار شماره ۱).



نمودار ۱- تعداد فرزندان زنده بدنیا آورده زنان ۴۹-۱۵ ساله تا زمان بررسی، ۱۳۹۵

توصیف متغیرهای مستقل سطح دو (استانی) در جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، شیوع روش‌های پیشگیری از بارداری از ۸۵ درصد در استان مرکزی تا ۵۵ درصد در استان سیستان و بلوچستان در نوسان است. استان‌های مرکزی، کردستان و همدان بالاترین شیوع و در مقابل استان‌های هرمزگان، خراسان شمالی و سیستان و بلوچستان پایین‌ترین شیوع روش‌های پیشگیری از بارداری را دارند. ضریب نفوذ اینترنت نیز از ۲۶ درصد در استان تهران تا حدود ۷ درصد در استان سیستان و بلوچستان نوسان داشته است. استان‌های تهران، سمنان و اصفهان بالاترین ضریب نفوذ اینترنت و در مقابل استان‌های کردستان، آذربایجان غربی و سیستان و بلوچستان پایین‌ترین ضریب نفوذ اینترنت را در میان استان‌های کشور دارند. از نظر سطح توسعه‌یافتگی استان تهران رتبه‌ی نخست و استان سیستان و بلوچستان رتبه‌ی آخر را به خود اختصاص داده است. بنابراین، استان‌های تهران، سمنان و اصفهان بالاترین سطح توسعه و در مقابل، استان‌های آذربایجان غربی، کردستان و سیستان و بلوچستان پایین‌ترین درجه‌ی توسعه‌یافتگی را در بین استان‌های کشور دارند. علاوه بر اینها، میزان باروری استان‌ها (بر اساس شاخص CEB) از ۲/۸ فرزند

در استان سیستان و بلوچستان تا ۱/۶ فرزند در استان‌های گیلان و مازندران در نوسان بوده است.

جدول ۲- توصیف متغیرهای سطح دو (استانی)، ۱۳۹۵

استان	ضریب نفوذ اینترنت	شیوع روش‌های پیشگیری	نمره‌ی شاخص توسعه‌یافتگی	میانگین CEB
مرکزی	۱۷/۱	۸۵/۰	۵۳/۲	۱/۷
گیلان	۱۴/۹	۸۲/۱	۵۱/۷	۱/۶
مازندران	۱۶/۶	۷۹/۶	۵۸/۴	۱/۶
آذربایجان شرقی	۱۵/۷	۷۴/۶	۴۸/۱	۱/۸
آذربایجان غربی	۱۱/۴	۷۸/۱	۳۸/۵	۲/۰
کرمانشاه	۱۳/۰	۸۱/۵	۴۵/۴	۱/۸
خوزستان	۱۴/۸	۷۲/۴	۴۷/۹	۲/۲
فارس	۱۷/۴	۷۶/۷	۵۴/۰	۱/۹
کرمان	۱۴/۰	۷۳/۱	۴۵/۷	۲/۰
خراسان رضوی	۱۵/۱	۷۶/۳	۵۱/۳	۲/۰
اصفهان	۲۲/۵	۸۳/۶	۶۱/۹	۱/۷
سیستان و بلوچستان	۶/۶	۵۵/۲	۲۲/۵	۲/۸
کردستان	۱۲/۳	۴۸/۸	۳۷/۹	۱/۹
همدان	۱۳/۵	۸۴/۴	۴۵/۰	۱/۹
چهارمحال و بختیاری	۱۴/۲	۷۶/۰	۴۵/۴	۲/۱
لرستان	۱۲/۷	۷۶/۹	۴۰/۷	۲/۱
ایلام	۱۶/۴	۷۹/۰	۵۰/۸	۲/۰
کهگیلویه و بویراحمد	۱۴/۵	۷۰/۷	۴۴/۵	۲/۳
بوشهر	۱۹/۸	۷۶/۸	۵۶/۶	۲/۰
زنجان	۱۷/۰	۸۳/۶	۴۷/۷	۱/۹
سمنان	۲۴/۰	۷۸/۶	۶۷/۹	۱/۷
یزد	۲۱/۲	۷۷/۵	۶۱/۷	۱/۹
هرمزگان	۱۳/۹	۶۷/۱	۴۶/۰	۲/۱
تهران	۲۶/۰	۸۰/۹	۷۵/۴	۱/۶
اردبیل	۱۳/۶	۷۵/۱	۴۳/۵	۱/۹
قم	۲۰/۵	۷۸/۸	۵۸/۳	۱/۹

استان	ضریب نفوذ اینترنت	شیوع روش‌های پیشگیری	نمره‌ی شاخص توسعه‌ی یافتگی	میانگین CEB
قزوین	۱۷/۰	۸۴/۴	۵۳/۱	۱/۸
گلستان	۱۳/۶	۷۲/۳	۴۶/۰	۲/۰
خراسان شمالی	۱۲/۹	۶۳/۷	۴۱/۹	۲/۱
خراسان جنوبی	۱۶/۱	۷۳/۳	۴۷/۷	۲/۲
البرز	۲۲/۱	۸۰/۷	۶۱/۷	۱/۶

۵-۱. نتایج تحلیل دومتغیره

بررسی میانگین تعداد فرزندان زنده به دنیا آمده (CEB) بر حسب متغیرهای بررسی شده در سطوح فردی و استانی در جدول شماره ۳ بیانگر تفاوت و رابطه‌ی معنی دار آماری است. میانگین باروری زنان شهری بطور معناداری کمتر از زنان روستایی و در زنان شاغل کمتر از زنان غیرشاغل است. میانگین تعداد فرزندان زنده به دنیا آمده‌ی زنان در گروه سنی بالای ۳۵ سال بیشتر از سایر گروه‌های سنی است. همچنین مطابق یافته‌های جدول شماره ۳ بین سطح تحصیلات زنان و باروری رابطه‌ی منفی وجود دارد، یعنی با افزایش سطح تحصیلات، باروری کاهش می‌یابد. از این رو، بالاترین باروری برای زنان بی‌سواد و پایین‌ترین آن برای زنان دانشگاهی به دست آمده است.

جدول ۳- سطح رابطه‌ی متغیرهای فردی و استانی با باروری زنان

سطح معناداری آزمون F با t	میانگین CEB	متغیرهای سطح فردی	
۰/۰۰۱	۱/۸	شهری	محل سکونت
	۲/۲	روستایی	
۰/۰۰۱	۳/۳	بی‌سواد	سطح تحصیلات
	۲/۵	ابتدایی	
	۱/۹	راهنمایی و متوسطه	
	۱/۶	دیپلم	
	۱/۱	تحصیلات دانشگاهی	
۰/۰۱	۱/۷	شاغل	وضعیت اشتغال
	۱/۹	غیر شاغل	

سطح معناداری آزمون F یا t	میانگین CEB	متغیرهای سطح فردی	
۰/۰۰۱	۰/۸۴	زیر ۲۵ سال	گروه سنی
	۱/۵۲	۲۵ تا ۳۵ سال	
	۲/۵	بالای ۳۵ سال	
آزمون آماری (ضریب همبستگی پیرسون)			متغیرهای سطح استانی
r=-0.630 Sig=0.001			ضریب نفوذ اینترنت
r=-0.821 Sig=0.001			شیوع روشهای پیشگیری
r=-0.724 Sig=0.001			نمره شاخص توسعه

۴۷

علاوه بر این، نتایج جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، در سطح استانی هر سه متغیر با باروری رابطه‌ی منفی و معناداری دارند. در واقع، با افزایش شیوع روش‌های پیشگیری از بارداری، ضریب نفوذ اینترنت و همچنین شاخص توسعه‌ی استان‌ها میزان باروری زنان به‌طور معناداری کاهش می‌یابد.

۲-۵. نتایج تحلیل چندسطحی

براساس نتایج به‌دست آمده در جدول شماره ۴، میانگین تعداد فرزندان زنده به‌دنیا آمده ۱/۹ فرزند به ازای هر زن تا زمان بررسی بوده است. همچنین واریانس میانگین تعداد فرزندان زنده به‌دنیا آمده در سطح یک (۱/۸۵) بیشتر از سطح دو (۰/۰۶۰) است که نشان می‌دهد تغییرات متغیر وابسته یعنی تعداد فرزندان زنده به‌دنیا آمده زنان بیشتر متأثر از مشخصه‌های فردی زنان است تا ویژگی‌های زمین‌های-استانی. با استفاده از معادله $\frac{0.06002}{0.06002+1.84942} = 0.031433$ همبستگی بین طبقه‌های به‌دست آمد که نشان می‌دهد، ۳/۱ درصد از واریانس باروری از سطح دو (استانی) و حدود ۹۷ درصد از سطح یک (فردی) متأثر است. معنادار بودن خطای تصادفی نیز نشان می‌دهد، میانگین تعداد فرزندان زنده به‌دنیا آمده زنان در بین استان‌های کشور متفاوت است.

جدول ۴. اثرات ثابت و تصادفی متغیرهای سطوح فردی و استانی مؤثر در باروری

همبستگی بین طبقه‌ای		SE	ضریب	اثرات ثابت
۰/۰۳۱۴۳۳		۰/۰۴۷	۱/۹	میانگین تعداد فرزندان زنده به دنیا آمده ۷۰۰
P value	X ²	df.	جزء واریانس	اثرات تصادفی
P < 0/001	۴۳/۲۴۵	۳۰	۰/۰۶۰	u _{0j} (سطح دو)
			۱/۸۵	rii (سطح یک)

نتایج اثرگذاری متغیرهای سطح فردی در نوسانات فردی باروری با کنترل متغیر سن زنان در جدول شماره ۵ نشان داده شده است. برای سنجش اثرگذاری هر سه متغیر سطح یک در باروری زنان با کنترل متغیر سن، هر سه متغیر هم‌زمان در معادله لحاظ شدند. با توجه به نتایج هر سه متغیر، با اعمال کنترل متغیر سن، همچنان تأثیر معناداری در باروری دارند. زنان روستایی در مقایسه با زنان شهری و زنان غیرشاغل در مقایسه با زنان شاغل باروری بالاتری دارند. همچنین با افزایش سطح تحصیلات زنان، باروری کاهش معناداری می‌یابد. در مجموع، این سه متغیر حدود ۴۶ درصد واریانس بین فردی باروری را تبیین کرده‌اند. در این میان، تأثیر تحصیلات، قوی‌تر از سایر متغیرهای سطح یک بوده است.

۴۸

جدول ۵- نتایج اثرگذاری متغیرهای سطح فردی در باروری با کنترل آماری

T	SE	ضریب	اثرات ثابت
۲۲/۵۹۵	۰/۰۰۳	۰/۰۸۵	سن زنان
۴/۰۴	۰/۰۲۶	۰/۱۴۸	محل سکونت (مرجع شهری)
۳/۴۸۶	۰/۰۴۴	۰/۱۵	وضعیت اشتغال (مرجع شاغل)
-۲۵/۴۶	۰/۰۱۱	-۰/۲۹	تحصیلات
X ² (P value)		جزء واریانس	اثرات تصادفی
۱۷۳/۵۵ (۰/۰۰۱)		۰/۰۰۳	سن
۲۹/۸۳ (۰/۵۰۱)		۰/۰۰۹	محل سکونت
۳۷/۴۳ (۰/۵۰۱)		۰/۰۰۷	وضعیت اشتغال
۹۴/۵۰۸ (۰/۰۰۱)		۰/۰۷۷	تحصیلات
متغیرهای پیش‌بین با کنترل سن جز واریانس سطح یک ۱/۰۴۱			
واریانس تبیین شده (%)			۴۶/۱ %

جدول شماره ۶ نتایج اثرگذاری متغیرهای سطح استانی در باروری را نشان می‌دهد. بر این اساس، هر سه متغیر در سطح دو (استانی) رابطه‌ی منفی و معناداری با باروری دارند. از این رو، با افزایش ضریب نفوذ اینترنت، شیوع پیشگیری از بارداری و درجه‌ی توسعه‌یافتگی استان‌ها سطح باروری کاهش معناداری می‌یابد. همچنین مقایسه‌ی مقدار خطای تصادفی در جدول شماره ۶ با جدول شماره ۴ و کاهش آن از ۰/۰۶۰ به ۰/۰۰۹۳ نشان‌دهنده‌ی اهمیت متغیرهای سطح دو در تبیین واریانس استانی باروری است. با توجه به این مقادیر و معادله $(\frac{0.0093-0.06002}{0.06002} = 0.845)$ می‌توان گفت که حدود ۸۵ درصد واریانس بین استانی باروری در ایران بر اساس سه متغیر مذکور تبیین می‌شود.

جدول ۶- نتایج آزمون اثرگذاری متغیرهای سطح استانی در باروری

T	SE	ضریب	اثرات ثابت
۷۵/۰۴۵	۰/۰۲۶	۱/۹۵	عرض از مبدأ
-۲/۴۹۷	۰/۰۲۹	-۰/۰۷۳	ضریب نفوذ اینترنت
-۲/۷۹۹	۰/۰۰۵۷	-۰/۰۱۶۰	شیوع وسایل پیشگیری
-۳/۱۷۳	۰/۰۱۰۹	-۰/۰۳۴	درجه‌ی توسعه‌یافتگی
X2 (P value)		جزء واریانس	اثرات تصادفی
۵۲/۰۲۳		۰/۰۰۹۳	U _{oj}
(۰/۰۰۱)		۱/۸۵	r _{ij}

نتایج جدول شماره ۷ به بررسی میزان اثرگذاری متغیرهای سطح دو (استانی) در ضریب اثرگذاری متغیرهای سطح اول (فردی) در باروری را بررسی می‌کند. بر این اساس، ضریب تأثیر وضعیت اشتغال و محل سکونت در باروری در سطح فردی از هر سه متغیر سطح استانی (یعنی ضریب نفوذ اینترنت، شیوع پیشگیری از بارداری، و شاخص توسعه‌ی استانی) متأثر بوده است، اما ضریب تأثیر تحصیلات در باروری، فقط متأثر از شیوع روش‌های پیشگیری از بارداری است.

جدول ۷- نتایج اثرگذاری متغیرهای سطح دو در ضرایب تأثیر متغیرهای سطح یک در باروری

T	SE	ضریب	اثرات ثابت	
۲/۳۸	۰/۰۲۲	۰/۰۵۳	ضریب نفوذ اینترنت	وضعیت اشتغال
-۴/۲۶	۰/۰۰۴	-۰/۰۲۰	شیوع پیشگیری از بارداری	
-۳/۳۷	۰/۰۰۹	-۰/۰۳۱	شاخص توسعه‌ی استانی	
۱/۴۳	۰/۰۲۳	۰/۰۳۴۱	ضریب نفوذ اینترنت	تحصیلات
-۳/۴۲	۰/۰۰۶	-۰/۰۲۲	شیوع پیشگیری از بارداری	
-۱/۰۲۶	۰/۰۱۱	-۰/۰۱۱	شاخص توسعه‌ی استانی	
۲/۹۸	۰/۰۲۲	۰/۰۶۷	ضریب نفوذ اینترنت	محل سکونت
-۳/۹۰۶	۰/۰۰۴۶	-۰/۰۱۸۲	شیوع پیشگیری از بارداری	
-۳/۶۶	۰/۰۰۹۳	-۰/۰۳۴۰	شاخص توسعه‌ی استانی	

با افزایش میزان توسعه‌یافتگی و شیوع پیشگیری از بارداری، ضریب تأثیر هر سه متغیر سطح فردی (یعنی محل سکونت، وضعیت اشتغال و تحصیلات) کاهش می‌یابد و در مقابل، با افزایش ضریب نفوذ اینترنت اثرات متغیرهای سطح فردی در باروری افزایش می‌یابد.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعاتی که تعیین‌کننده‌های باروری را بررسی کرده‌اند، عمدتاً بر عوامل سطح خرد (سطح فردی) متمرکز بوده‌اند. این در حالی است که ارزش‌ها، اعتقادات و رفتارهای شخصی همیشه در درون بستر اجتماعی جای دارند و شکل می‌گیرند. از این‌رو، رفتارهای باروری مبتنی بر عوامل مختلف در سطوح خرد و کلان حادث می‌شوند. در تحلیل ارتباط عوامل سطوح خرد و کلان، به مدل‌های سلسله‌مراتبی چندسطحی توجه شده است. این مدل‌ها به دلیل پیوندهای مستقیم بین افراد و یا رفتار اجتماعی نتایج تحقیق را مفیدتر و دقیق‌تر می‌کنند.

این مقاله با هدف بررسی تأثیر عوامل فردی و استانی در باروری زنان در ایران با استفاده از یک رویکرد تحلیل چندسطحی انجام شد. نتایج نشان داد، متغیرهای سطح فردی شامل تحصیلات، اشتغال و محل سکونت شهری روستایی با رفتار باروری رابطه‌ی معناداری دارند. بر این اساس، در سطح خرد اشتغال زنان تأثیر منفی در باروری دارد. هریشمن و گست با استفاده از مدل‌های چندسطحی باروری چهار کشور اندونزی، مالزی، فیلیپین و تایلند را بررسی کردند. نتایج تحقیق آنها

نشان داد، ویژگی‌های سطح خرد زنان به‌ویژه اشتغال آنها در بخش‌های مدرن و صنعتی بیشترین تأثیر را در کاهش باروری در این کشورها داشته است. همچنین زنان روستایی در مقایسه با زنان شهری باروری بالاتری دارند. وانگ تفاوت‌های باروری در نقاط شهری و روستایی در چین را مطالعه کرد. نتیجه‌ی مطالعه‌ی وی نشان داد، باروری در مناطق روستایی بالاتر از مناطق شهری است و بر اساس نتایج، اگر شرایط زمینه‌ای در میان مناطق روستا و شهر در مواردی نظیر ساختار سنی، میزان ازدواج، توسعه‌ی اقتصادی، سطح تحصیلات و درصد اشتغال برابر شود، تفاوت‌های باروری از بین می‌رود (Wang, 1994: 201-210). در تحقیقی دیگر وایت^۱ و همکاران (۲۰۰۸) رابطه‌ی بین مشخصه‌های فردی زنان، محل سکونت شهری و روستایی و باروری در کشور غنا را بررسی کردند. آنها پس از کنترل سن، دوره، کوهورت و همچنین تحصیلات زنان به این نتیجه رسیدند که میزان باروری زنان شهری ۱۱ درصد پایین‌تر از زنان روستایی است. به‌علاوه، نتایج در سطح یک (فردی) نشان داد که با افزایش سطح تحصیلات زنان، باروری کاهش معناداری می‌یابد. در مجموع، این سه متغیر حدود ۴۶ درصد واریانس بین فردی باروری را تبیین کرده‌اند (White & et al, 2008: 803-816). اثرگذاری تحصیلات در کاهش باروری در بسیاری از مطالعات به اثبات رسیده است. برای مثال، مونستاد و همکاران در مقاله‌ای رابطه‌ی بین تحصیلات و باروری در کشور نروژ را بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیقات نشان داد که افزایش سطح تحصیلات باعث به تأخیر انداختن فرزندآوری تا سن ۳۵ تا ۴۰ سالگی می‌شود. جی‌جی‌بوی در بررسی رابطه‌ی تحصیلات در باروری نشان داد که تحصیلات از سه طریق باعث کاهش باروری می‌شود؛ ابتدا افزایش سطح تحصیلات باعث افزایش درآمد زنان می‌شود و به این ترتیب نیاز اقتصادی آنها به فرزندان کاهش می‌یابد. دومین مکانیزم اثرگذار تحصیلات در باروری در مراقبت بیشتر زنان در دوران بارداری و مراقبت بهتر از سلامت فرزندان و در نتیجه بقای فرزندان است و بنابراین زنان نیازی به فرزندآوری بیشتر ندارند و سومین مکانیزم مطرح شده در نتایج تحقیق ایشان می‌توان به تأثیر تحصیلات در استفاده‌ی صحیح زنان از روش‌های پیشگیری از بارداری اشاره کرد (Jejeebhoy, 1995).

همچنین نتایج نشان داد، تفاوت‌های استانی باروری ناشی از تصادف نبوده و تابعی از متغیرهای سطح کلان نظیر شیوع پیشگیری از بارداری، ضریب نفوذ اینترنت و شاخص توسعه‌ی استانی است. این متغیرها حدود ۸۵ درصد واریانس بین استانی باروری را تبیین کردند. افزایش شاخص توسعه‌یافتگی استانی و ضریب نفوذ اینترنت تغییر باورهای سنتی را به دنبال داشته است. این

تحولات باعث افزایش تحصیلات زنان و تغییر در ساختار قدرت و در نتیجه تصمیم‌گیری در خانواده شده است و سپس از طریق به تأخیر انداختن سن ازدواج، باعث کاهش باروری شده است (افشاری، ۱۳۹۵: ۲۰-۱۳؛ محمودیانی و صادقی، ۱۳۹۳: ۶۴۷-۶۴۰). این یافته با نظریه‌ی نوسازی منطبق است. این نظریه کاهش باروری را به تغییرات ساختاری در زندگی اجتماعی - که ناشی از ظهور نیروهای جدید اجتماعی نظیر صنعتی شدن، شهرنشینی و آموزش همگانی است - مرتبط می‌کند. این نظریه، تفاوت باروری مناطق را در درجه‌ی توسعه‌یافتگی آنها تبیین می‌کند. بر این اساس، هرچه میزان توسعه‌یافتگی منطقه‌ای بالاتر باشد میزان باروری آن منطقه پایین‌تر است. همچنین نتایج مطالعه نشان داد، ضریب تأثیرات وضعیت اشتغال و محل سکونت در نوسانات فردی باروری از هر سه متغیر سطح استانی (یعنی ضریب نفوذ اینترنت، پیشگیری از بارداری، و درجه‌ی توسعه‌یافتگی) متأثر است، اما ضریب تأثیر تحصیلات در باروری فقط متأثر از شیوع روش‌های پیشگیری بوده است. با افزایش درجه‌ی توسعه‌یافتگی و شیوع پیشگیری از بارداری، ضریب تأثیر هر سه متغیر سطح فردی (یعنی محل سکونت، وضعیت اشتغال و تحصیلات) کاهش و در مقابل، با افزایش ضریب نفوذ اینترنت اثرات متغیرهای سطح فردی در باروری افزایش می‌یابد. از این رو، متغیرهای زمینه‌ای (سطح دو)، قدرت اثرات پیش‌بینی‌کننده‌های سطح فردی را در باروری تحت تأثیر قرار می‌دهند.

به‌طور کلی، تجزیه و تحلیل چندسطحی نشان داد، نوسانات باروری زنان بیشتر از مشخصه‌های فردی آنها ناشی می‌شود. از این رو، نفوذ و اثرگذاری عوامل فردی - که شامل محل سکونت زنان، اشتغال و تحصیلات آنهاست - در رفتار باروری زنان از عوامل سطح استانی قوی‌تر است. این نتیجه همسو با نتایج تحقیقاتی مانند وانگ (۱۹۹۴)، وایت و همکاران (۲۰۰۸)، و ماتسیساک و ویگنولی (۲۰۱۳) همسو است.

رفتار باروری از عوامل مختلفی در سطوح خرد و کلان متأثر است. رفتار باروری از سویی به‌عنوان کنش فردی از عواملی همانند وضعیت اشتغال و تحصیلات زنان متأثر است و از سوی دیگر، با توجه به اینکه رفتار باروری هر گروهی از زنان در بستر اجتماعی خاص خود اتفاق می‌افتد، از عوامل سطح کلان نظیر وضعیت اقتصادی و دسترسی به وسایل پیشگیری از بارداری نیز متأثر است. از این رو، فرد با زمینه‌ی اجتماعی که به آن تعلق دارد، در تعامل است؛ بنابراین افراد و گروه‌ها باید به‌مثابه یک نظام سلسله‌مراتبی نگریده شوند (محمودیانی و صادقی، ۱۳۹۳). بدین ترتیب، متغیرهای مستقل در سطوح مختلف از خرد گرفته تا کلان عملکرد باروری فرد را تعیین می‌کنند. نتایج مقاله می‌تواند در درک پویایی باروری در ایران و سیاست‌های جدید افزایش باروری

مفید باشد. بر مبنای یافته‌ها، افزایش تحصیلات و اشتغال زنان با کاهش باروری همراه بوده است. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان می‌توانند با فراهم کردن بسترهای همسو با فرزندآوری و ایجاد بسته‌های حمایتی نظیر افزایش مرخصی‌های زایمان، مهدکودک‌های رایگان در نزدیکی محل کار مادر در زنان شاغل تحصیل کرده انگیزه‌ی فرزندآوری ایجاد کنند. بر این اساس، تدوین بسته‌های تشویقی اجرایی و اثرگذار، تدوین و اجرای سیاست‌های دوستدار خانواده (مرخصی زایمان در کنار انعطاف‌پذیری ساعات کار مادران شاغل پس از مرخصی زایمان)، حمایت از خانواده‌ها در شرایط شوک‌های اقتصادی، فراهم کردن دسترسی آسان و ارزان خانواده‌ها به مهدکودک‌ها، ارائه‌ی خدمات مراقبت‌های عمومی (دولتی) گسترده و ارزان به کودکان، کاهش هزینه‌های آموزش و تحصیلات فرزندان، انعطاف‌پذیری سیاست‌ها و بسته‌های تشویقی و حمایتی با توجه به نیازها و انتظارات مختلف خانواده‌ها و اجرای هم‌زمان برنامه‌های تشویقی و حمایتی از فرزندآوری در ایجاد انگیزه باروری کمک کنند. از سوی دیگر، معنادار بودن تفاوت فرزندان زنده به دنیا آمده در بین استان‌های کشور مبین این نکته‌ی مهم است که در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری با هدف افزایش باروری امکان ارائه یک برنامه‌ی واحد وجود ندارد. بنابراین لازم است، هر استان با توجه به تفاوت‌های توسعه‌ای و منطقه‌ای خود میزان‌های باروری متفاوتی داشته باشد؛ از این‌رو یک برنامه‌ریزی واحد امکان‌پذیر و عملیاتی نبوده و نیاز به برنامه‌ریزی متفاوت منطقه‌ای است.

منابع

- ◀ امیرکافی، مهدی، (۱۳۸۵). «اهمیت و منطق مدل‌های چندسطحی در علوم اجتماعی»، جامعه‌شناسی ایران، ش ۴.
- ◀ افشاری، زهرا، (۱۳۹۴). «عوامل اقتصادی- اجتماعی تعیین‌کننده‌ی باروری در ایران (با کاربرد داده‌های پانل)»، پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال ۶، ش ۲۲.
- ◀ دراهکی، احمد و نیلوفر کوشککی، (۱۳۹۸). «تأثیر ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی در رفتار باروری زنان مناطق شهری استان بوشهر»، مطالعات راهبردی زنان، دوره ۲۲، ش ۸۵.
- ◀ رازقی نصرآباد، حجیه بی‌بی و حسن سرایی، (۱۳۹۳). «تحلیل کوهورتی (نسلی) نگرش زنان درباره ارزش فرزند در استان سمنان»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، ش ۲.
- ◀ عباسی‌شوازی، محمد جلال و حجیه بی‌بی رازقی نصرآباد، (۱۳۸۹). «الگوها و عوامل مؤثر بر فاصله ازدواج تا اولین تولد در ایران»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ش ۹.
- ◀ عباسی‌شوازی، محمد جلال، (۱۳۸۰). «همگرایی رفتارهای باروری در ایران: سطوح باروری استان‌ها، روندها و الگوها در ایران»، مجله علوم اجتماعی، ش ۱۸.
- ◀ عباسی‌شوازی، محمد جلال و میمنت حسینی چاوشی، (۱۳۹۲). «تحولات باروری در ایران در چهار

دهه اخیر: کاربرد و ارزیابی روش فرزندان خود در برآورد باروری با استفاده از داده‌های سرشماری ۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰، پژوهشکده آمار، مرکز آمار ایران، تهران.

◀ فراش خیالو، نورالدین، نگار رمضی و رسول صادقی، (۱۳۹۹). «تعیین کننده‌های اجتماعی و فرهنگی نگرش دانشجویان به سقط جنین»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۲، ش ۸۷.

◀ مرکز آمار ایران، (۱۳۹۸). شاخص‌های جمعیت و سلامت ایران ۱۳۹۵، مرکز آمار ایران.

◀ محمودیانی، سراج‌الدین و رسول صادقی، (۱۳۹۳). «مشخصه‌های فردی و استانی مرتبط با رفتار باروری در زنان ایرانی ۱۳۹۰»، ماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، سال ۱۸، ش ۱۱.

◀ محمودیانی، سراج‌الدین و سهیلا شهریار، (۱۳۹۴). «نقش مذهب و توسعه در رفتار باروری زنان گُرد در ایران»، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی کردستان، سال ۲۰، ش ۴.

▶ Abbasi-Shavazi, M. J, P. McDonald, & Hosseini Chavoshi, M. (2009). «Family Change and Continuity in Iran: Birth Control Use before First Pregnancy», *Journal of Marriage Family*, 71(5).

▶ Abbasi-Shavazi, MJ & P. McDonald, (2006). «The fertility decline in the Islamic Republic of Iran, 1972-2000», *Asian Population Studies*, 2 (3).

▶ Amara, M (2015). «Multilevel Modelling of Individual Fertility Decisions in Tunisia: Household and Regional Contextual Effects», *An International and Interdisciplinary Journal for Quality-of-Life Measurement*, Springer, 124(2).

▶ Bachrach, C. A, (2014). «Culture and Demography: From Reluctant Bedfellows to Committed Partners», *Demography*, 51(1).

▶ Becker, G, (1981). «A Treatise on the Family, Cambridge», *Harvard University Press*.

▶ Billari.F.C, O. Giuntella & L. Stella (2019); «Does broadband Internet affect fertility?». *Population Studies* 3(73).

▶ Bongaarts, J, (2002). «The end of the fertility transition in the developed world», *Population and Development Review*, 28(3).

▶ Carter, A.T, (1998). «Cultural Models and Demographic Behavior, in Alaka M. Basu and Peter Aaby (eds.), *The Methods and Uses of Anthropological Demography*», Oxford, Clarendon Press.

▶ Casterline, J. B, (2001). «Diffusion Processes and Fertility Transition: Introduction, in National Research Council, *Diffusion Processes and Fertility*

Transition”, *Selected Perspectives, Washington D.C: National Academy Press.*

► Corker, J, M, Zan & C. Rossier, (2019). “Fertility of the Elite in Sub-Saharan Africa: Is Low Fertility Among the Better-off a Phenomenon Throughout the Region?”, *Population Association of American, PAA, Annual Meeting, Astuin, TX April.*

► Courgeau, D. & B. Baccaini, (1998). « Multilevel Analysis in the Social Sciences », *Population: An English Selection*, 10(1).

► Dribe, M, S, Juárez, F. Scalone, (2015), “Is It Who You Are or Where You Live?., Community Effects on Net Fertility at the Onset of Fertility Decline: A Multilevel Analysis Using Swedish Micro-Census Data”, *Published online 15 October 2015 in Wiley Online Library.*

► Godfrey Li J. K, (2005). “The Influence of women’s status on fertility Behavior between Taiwan and China- A Multilevel Analysis, PhD Thesis in Sociology”, *Texas A&M University.*

► Hammel E. A, (1990). “Theory of Culture for Demography”, *Population and Development Review*, 16(3).

► Hirschman, C & P. Guest, (1990). “Multilevel Models of Fertility Determination in Four Southeast Asian Countries: 1970 and 1980”, *Demography*, (27).

► Hox, J, (2010), *Multilevel analysis: Techniques and applications*, Routledge; 2nd edition.

► Jejeebhoy, S.J, (1995). *Women’s Education, Autonomy, and Reproductive Behaviour: Experience from Developing Countries*, New York: Oxford University Press.

► Kohler, H.P, F. Billari & J.A Ortega, (2002). “The emergence of lowest-low fertility in Europe during the 1990s”, *Population and Development Review*, 28(4).

► Luke, D. A, (2004). *Multilevel Modeling, Quantitative Applications in the Social Sciences*, Sage Publications.

► Mason, W. M., G. W, Wong, & B. Entwistle, (1983). “Contextual analysis through the multilevel linear model”. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological methodology*, San Francisco: Jossey-Bass.

- ▶ Matysiak, A, D. Vignoli, (2013). "Diverse Effects of Women's Employment on Fertility: Insights from Italy and Poland". *European Journal of Population*, Springer, 29(3).
- ▶ McNicoll, G (1994). "Institutional Analysis of Fertility", *Population, Economic Development and the Environment*, Oxford University Press.
- ▶ McNicoll, G. (1980). "Institutional Determinants of Fertility Transition", *Population and Development Review* 6(3).
- ▶ Moeni, M, A, Pourreza, F, Torabi, H, Heydari & M Mahmoudi, (2014), «Analysis of economic determinants of fertility in Iran: a multilevel approach» *International Journal of Health Policy Management* , 3(3).
- ▶ Osborne, J. W (2000). «Advantages of hierarchical linear modeling». *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 7 (1).
- ▶ Pinheiro JC, DM, Bates, (2000). *Mixed-effects models in S and S-Plus*, Springer Verlag, New York.
- ▶ Reed, H., R. Briere & J. Casterline, (1999). "The Role of Diffusion Processes in Fertility Change in Developing Countries": *Report of a Workshop, Washington D.C: National Academy Press*.
- ▶ Silverman, E, (2018). "Methodological Investigations in Agent-Based Modelling", *Springer Cham*.
- ▶ Wang, W. S. L, (1994). "The difference in fertility between urban and rural areas and its impact on the process of urbanization". *Chin J Popul Sci*, 6(2).
- ▶ White, M. J. S, Muhidin, C, Andrzejewski, E, Tagoe, R Knight & E, Reed, (2008). "Urbanization and Fertility: An Event-History Analysis of Coastal Ghana", *Demography* 45(4).

آسیب‌شناسی ارتباطات بین سازمانی متولیان حجاب و عفاف*

(سازمان ناجا، شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)

رضا عبدالرحمانی**، حسین علی سهرابی***

چکیده

مقاله‌ی حجاب و عفاف یکی از مهم‌ترین موضوعات مطرح در نظام مقدس جمهوری اسلامی است و بالغ بر ۲۱ سازمان و نهاد متولی حفظ و ترویج آن در سطح جامعه می‌باشند. در این میان سازمان ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی مهم‌ترین و تأثیرگذارترین نهادها در این زمینه هستند؛ که به دلیل نبود ارتباط سازنده و بخشی عمل کردن هریک از این نهادها میزان موفقیت حفظ و ترویج حجاب و عفاف در جامعه رضایت‌بخش نبوده است. بنابراین مسئله‌ی اصلی تحقیق حاضر آسیب‌شناسی ارتباطات بین این سازمان‌ها در زمینه‌ی حفظ و ترویج فرهنگ حجاب و عفاف است که با روش کیفی انجام شده است. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ۳۰ نفر از افراد مؤثر و دخیل در اجرای مصوبه ۴۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی شامل کارکنان دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان ناجا می‌باشند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نیز با استفاده از مصاحبه‌ی نیمه ساخت‌یافته گردآوری و با روش تحلیل مضمون استخراج شدند. نتایج نشان داد، تعاملات بین سازمانی در حوزه‌ی حجاب و عفاف تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. انتخاب مدیران متولی و دخالت دادن منافع شخصی مدیران، برداشت و نوع نگاه کارمندان به حجاب و عفاف، دیدگاه‌های متضاد و متفاوت سازمان‌های متولی و سرگشتگی و ابهام در درک صحیح مصوبه ۴۲۷ و مشورت‌نگرفتن از نهاد نظارتی مسئول برای ارزیابی فعالیت هریک از سازمان‌های متولی از جمله مهم‌ترین آسیب‌های مربوط به ارتباطات بین سازمانی در این زمینه است.

واژگان کلیدی

حجاب، ارتباطات بین سازمانی، ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی.

*. مقاله حاضر از پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد با عنوان «آسیب‌شناسی ارتباطات سازمان ناجا، شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه حجاب و عفاف» برگرفته شده است.

** . دانشیار دانشگاه علوم انتظامی امین، گروه علوم اجتماعی، تهران، ایران (نویسنده‌ی مسئول) (rar0664@yahoo.com)

***. کارشناسی ارشد مدیریت اطلاعات، دانشگاه علوم انتظامی امین، دانشکده اطلاعات و آگاهی، تهران، ایران

(alisabahi1354@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۸

۱. مقدمه و بیان مسئله

حجاب و عفاف سابقه‌ای طولانی در زندگی بشر دارد و این پیشینه از آن روست که خاستگاه آن فطرت آدمی است. در ادیان الهی دیگر، از جمله آیین زرتشت، یهود و مسیحیت نیز این حکم با تفاوت‌هایی وجود دارد. یکی از نیازهای حقیقی و مسلم در زمینه‌های تربیتی، دینی، اخلاقی و فرهنگی، موضوع حجاب و عفاف است (راهنما، ۱۳۹۵: ۳۸). حجاب و عفاف یک دستور دینی است و از موضوعات مهم و کلیدی جامعه‌ی ماست که با بسیاری از مسائل پیوند خورده و ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارد. حیا و پاکدامنی در بخش مهمی از زنان کشورمان نهادینه و در دین مبین اسلام نیز بر آن تاکید فراوانی شده است، زیرا پای‌بندی و عمل به احکام و دستورات دینی، موجب سعادت و سلامتی بشریت می‌شود (شعبان‌پور، ۱۳۹۷: ۸۲).

حجاب از آن جهت که خطابش با زنان است، به نیمی از جمعیت جامعه مربوط است و از آن جهت که در تنظیم روابط زن و مرد نقشی اساسی دارد، به همه‌ی افراد جامعه مربوط می‌شود. آنچه می‌تواند جامعه‌ای را از این آسیب‌های شوم مصون داشته و حفظ کند، ترویج فرهنگ دقیق عفاف و تبیین ابعاد گوناگون آن در جامعه است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۴). هر چه الگوهای حجاب مراتب برتر و بالاتری داشته باشند، تأثیر بیشتری در معنویت و دین‌داری فرد و جامعه خواهند گذاشت (راهنما، ۱۳۹۵: ۳۸).

در کشور ما همزمان با تحول بزرگ انقلاب اسلامی گرایش به حجاب و عفت و پاکدامنی از مهم‌ترین شاخصه‌های انقلاب اسلامی شناخته شده است و در سال‌های پس از انقلاب تاکنون همواره یکی از دغدغه‌های مردم و مسئولان بوده است. با آنکه در این زمینه، توفیقات بسیاری در سال‌های پس از انقلاب و دوران دفاع مقدس به دست آمد، اما متأسفانه مشاهدات میدانی و مطالعات پژوهشی نشان می‌دهد که در دهه‌های اخیر، آسیب‌هایی جدی در این عرصه پدید آمده است. با گذشت چهار دهه از انقلاب اسلامی، تحولاتی در مورد عفاف و حجاب در جامعه ایران در حال شکل‌گیری است که در راستای تعالیم مذهبی، فرهنگ ملی و دینی کشور ارزیابی نمی‌شود. اگر چه عوامل متعددی در این زمینه تأثیرگذار است، ولیکن به نظر می‌رسد اقدامات ضعیف در جهت درونی کردن عفاف و حجاب در بین افراد جامعه و نپرداختن اصولی و صحیح به این موضوع نقش بیشتری داشته است (شاکری‌نژاد، ۱۳۹۸: ۳۳).

مقوله‌ی حجاب و عفاف با توجه به ماهیت آن به عوامل بسیاری ارتباط دارد و مدیریت آن هم حاکمیتی و هم اجتماعی است (صارمی و همتی، ۱۳۹۴: ۴۶۸). بر اساس مصوبه ۴۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی ۲۶ دستگاه دولتی نظیر نیروی انتظامی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت

بازرگانی، سازمان صداوسیما، سازمان ملی جوانان، سازمان تبلیغات اسلامی و... متولی حفاظت و سیانت از حجاب و عفاف در سطح جامعه می‌باشند. بر اساس مصوبه مذکور ۲۱ وظیفه در خصوص گسترش فرهنگ حجاب و عفاف برای ناجا^۱ - که متولی اصلی تأمین امنیت و آرامش در سطح جامعه است و ارتباط تنگاتنگی با مردم دارد- مقرر شده است. این امر نشان‌دهنده تأثیرگذاری این سازمان در باب حجاب و عفاف است.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و زیرمجموعه‌های آن نظیر ستاد حجاب، سازمان تبلیغات اسلامی جوانان، ستاد امر به معروف و نهی از منکر و ... از جمله سازمان‌هایی هستند که بر اساس مصوبه مذکور متولی ترویج حجاب و مقابله با پدیده‌ی بدحجابی در سطح جامعه می‌باشند (سهرابی، ۱۳۹۸: ۱). با وجود این به دلیل بخشی عمل کردن و ارتباطات پایین ناجا و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موضوع حجاب همچنان یکی از موضوعات و مسائل مهم در سطح کشور اسلامی است. براساس گزارشی که مرکز پژوهش‌های مجلس درباره‌ی حجاب منتشر کرده، اعتقاد به حجاب و رعایت آن در جامعه کاهش و مخالفت‌ها با دخالت دولت و حجاب اجباری افزایش یافته است. این گزارش همچنین عوامل مختلف موثر بر نوع پوشش زنان ایرانی را بررسی کرده و نتیجه گرفته از حیث پوشش ۶۴/۸ درصد از زنان بدحجاب (۱۱ درصد خیلی بدحجاب و ۸۹ درصد برحجاب متوسط عرفی) و ۳۵/۲ درصد زنان باحجاب هستند (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۷). این موضوع نشان می‌دهد، سیاست‌های فعلی در قبال پدیده حجاب چندان موفق نبوده است. می‌توان ادعا کرد که یکی از علل اصلی چنین وضعیتی ناهماهنگی سازمان‌های مسئول در موضوع حجاب است. آسیب‌شناسی ارتباطات بین سازمان ناجا و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه‌ی عفاف مهم‌ترین مسئله‌ای است که تحقیق حاضر درصدد پاسخ‌گویی به آن است. به تعبیر دیگر، سؤال اساسی پژوهش آن است که مهم‌ترین آسیب‌های مرتبط با ارتباطات بین سازمانی دو سازمان یادشده با تأکید بر قوانین و مقررات، آیین‌نامه‌ها، مدیریت ارتباطات، کانال‌های ارتباطی، برخوردهای شخصی و سلیقه‌ای و بالاخره منافع سازمانی با تأکید بر موضوع حجاب و عفاف (در مصوبه ۴۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی) کدام‌اند؟

۲. پیشینه‌ی پژوهش

بررسی تحقیقات انجام شده نشان داد، تاکنون پژوهشی به آسیب‌شناسی ارتباطات بین سازمانی ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی نپرداخته است؛ با وجود

۱. مخفف نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران است. در هرکجا واژه پلیس و یا سازمان پلیس آمده، منظور ناجاست.

این تحقیقاتی که هر کدام به نوعی می‌تواند با تحقیق حاضر در ارتباط باشد در ادامه آمده است. سالاری فر در مقاله‌ای با عنوان «مبانی روان‌شناختی حجاب و عفاف با تأکید بر متون اسلامی» مبانی روانی لزوم رعایت حجاب و عفاف را کشف و دسته‌بندی کرده است. در این تحقیق از روش کیفی تحلیل متون در بررسی آثار روان‌شناسی و از روش‌های متعارف در علوم اسلامی برای فهم برداشت از احادیث و تفسیر قرآن استفاده شده است. بر اساس نتایج تحقیق، اموری همچون «حیا»، «حیاطی»، «پیشگیری از نگاه جسمی و جنسی به زن»، «تعدیل نیاز جنسی در روابط انسانی»، «لزوم مهار نیاز خودآرایی زنان» و «نیاز به سلامت روانی و جسمی» در روابط انسانی مقتضی رعایت عفاف و پوشش مناسب زن و مرد نامحرم در مقابل هم است (سالاری فر، ۱۳۹۶: ۱۰۶-۷۷). خوش‌رو و اسماعیلی در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر عفاف و حجاب بر کاهش آسیب‌های اجتماعی»، این موضوع که تجربه‌ی آزادی جنسی نامشروط غرب طی دهه‌های متوالی گذشته به سست شدن بنیان خانواده، افزایش کودکان بی‌سرپرست و سایر آسیب‌های اجتماعی منجر شده را تایید می‌کند. این تحقیق توصیفی و تحلیلی و مبتنی بر تحلیل محتواست. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، با رعایت حجاب از طرف مردان و زنان جامعه از بسیاری از خطرات حفظ خواهد شد و مهم‌تر از همه اینکه با حفظ حجاب کیان خانواده - که اصلی‌ترین نهاد اجتماع است - کمتر در معرض خطر قرار می‌گیرد (خوش‌رو و اسماعیلی، ۱۳۹۶). اصغرزاده و شایگان در مقاله‌ای با عنوان «ضوابط قانونی عفاف و حجاب و وظایف نیروی انتظامی» ملاک‌های بدحجابی در قوانین ایران و راهکارهای مقابله با بدحجابی از سوی نیروی انتظامی را بررسی کرده است. تحقیق کیفی و از نوع تحلیل محتوای متون قانونی است؛ جامعه‌ی آماری تحقیق کلیه‌ی کتب و منابع قانونی بود که به صورت تمام شمار مطالعه شد. نتایج تحقیق نشان داد، ۲۶ قانون، آیین‌نامه، دستورالعمل و بخشنامه مرتبط با موضوع حجاب و عفاف وجود دارد. ملاک‌های بدحجابی در قوانین، پوشیدن کامل موی سر و هر جای دیگر بدن برای زنان جز وجه و کفین، پوشیدن دامن و شلوارهای کوتاه و چسبان، چادرهای نازک و توری، مانتوهای نامناسب، آرایش نامتعارف صورت و مو و استفاده از کلاه بدون مقنعه است. براساس این تحقیق، تلاش برای به‌روز کردن قوانین مربوطه متناسب با شرایط زمان و مکان و نشست‌های کارشناسانه و ارائه‌ی راه‌حل، کاهش مصادیق بدحجابی و اطلاع‌رسانی قوانین به مردم و همچنین مطالبه‌گری از سایر دستگاه‌های مجری و مسئولین امر از جمله راهکارهای مقابله با بدحجابی است (اصغرزاده و شایگان، ۱۳۹۵).

عبدالرحمانی و حبیب‌زاده در مقاله‌ای با عنوان «نقش ارتباطات بین سازمانی نیروی انتظامی در ارتقاء امنیت عمومی؛ مطالعه موردی شهر بندر عباس» با بیان این موضوع که همه‌ی نهادهای

اجتماعی و سازمان‌های رسمی و غیررسمی در تأمین و حفظ امنیت عمومی همراه با پلیس سهیم هستند، نقش هریک از سازمان‌ها و روش‌های برقراری ارتباط پلیس با سازمان‌های یاد شده در ایجاد بسترهای امنیت عمومی شهر بندرعباس را بررسی کرده‌اند. جامعه‌ی آماری تحقیق فرماندهان و کارشناسان درون و برون نیروی انتظامی، نخبگان و مسئولان قوه قضائیه استان هرمزگان هستند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، از بین سازمان‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد، بسیج و شوراهای اسلامی شهر در هدایت امنیت سواحل به همراه تعامل با نیروی انتظامی سهم بیشتری دارند (عبدالرحمانی و حبیب‌زاده، ۱۳۹۵). میرزایی در مقاله‌ای با عنوان «ضرورت آسیب‌شناسی حجاب و عفاف و پدیده‌ی مدگرایی در ارتباط با سبک زندگی، نظم و امنیت» پس از مفهوم‌شناسی حجاب و عفاف به رابطه‌ی حجاب با عفاف، اهمیت و جایگاه حجاب و عفاف در قرآن کریم، احادیث، روایات و در نهایت علل، ابعاد، اهمیت، کارکردها، نقش نهادهای فرهنگی در پیشگیری از پدیده‌ی بدحجابی و مدگرایی اشاره کرده و ضمن شناسایی آسیب‌ها مهم‌ترین مراحل و راهبردهای نهادینه‌نمودن فرهنگ حجاب و عفاف در سبک زندگی و نظم و امنیت را بررسی کرده است (میرزایی، ۱۳۹۴). کربلایی و پازوکی و خوانین‌زاده در مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی مسئله‌ی عفاف و حجاب در بین دانشجویان دختر کارشناسی دانشگاه علامه طباطبایی» به بیان این موضوع که امروزه رعایت نکردن عفاف در پوشش به عنوان یک آسیب فرهنگی و اجتماعی جدی مطرح است و این آسیب درباره‌ی دختران دانشجو - به دلیل موقعیت سنی، تحصیلی و فرهنگی آنها - حساسیت بیشتری دارد، پرداخته است. این تحقیق درصدد یافتن حلقه‌ی مفقوده و رابطه‌ی معناداری بین پرسش‌ها و فرضیه‌های پژوهش و رعایت نکردن عفت در پوشش در بین بعضی از دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه علامه طباطبائی (ره) به روش میدانی است. نتایج تحقیق نشان داد، ضعف اعتقادی، عدم پای‌بندی به انجام عبادات، نظام خانوادگی، کسب زیبایی، جامعه و رسانه از جمله عوامل مهم در عدم رعایت عفت در پوشش جامعه آماری مورد پژوهش است (کربلایی، پازوکی، خواتین‌زاده، ۱۳۹۳).

بیگم فقیهی در تحقیقی با عنوان «آسیب‌شناسی حجاب و عفاف از منظر قرآن کریم و حدیث و راهکارهای مقابله با آن» عوامل مؤثر در وقوع ناهنجاری اجتماعی در زمینه‌ی حجاب و عفاف و شناسایی راهکارهایی برای جلوگیری از آن را بررسی کرده است. نتایج تحقیق نشان داد، عوامل متعددی همچون عوامل اعتقادی، فرهنگی، اقتصادی، تربیتی، اخلاقی و جامعه‌شناسی در زمینه‌ی حجاب نقش آفرین‌اند، که باید به عنوان عوامل آسیب‌رسان بدانها توجه جدی کرد. همچنین در ارتباط با اقدامات اصلاحی و تربیتی و نیز تأدیبی، احیای فرضیه‌ی امر به معروف و نهی از منکر و توسعه به نقش خانواده در اصلاح و تربیت فرزندان مهم‌ترین راهکار در مواجهه با ناهنجاری‌های جامعه در

زمینه‌ی حجاب و عفاف است (بیگم فقیهی، ۱۳۹۶). شارع پور، تقوی و محمدی در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب؛ مطالعه موردی: گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران»، عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانشجویان دختر نسبت به حجاب را بررسی کردند. جامعه‌ی آماری این تحقیق را دانشجویان دختر مشغول به تحصیل در دانشگاه مازندران تشکیل داده‌اند که پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته در اختیار ۵۶۰ نفر از آنها قرار داده شد. نتایج تحلیل مسیر و رگرسیون چندمتغیره نشان داد، مهم‌ترین متغیر مؤثر در گرایش به حجاب، متغیر گرایش به فمینیسم بوده است. سایر متغیرهای مؤثر به ترتیب عبارت‌اند از: عوامل محرک اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سبک زندگی و محل سکونت (شارع پور، تقوی و محمدی، ۱۳۹۲: ۲۹-۱).

در بین پژوهش‌های خارج از کشور شیرازی و مشیرا^۱ در تحقیقی با عنوان «زنان مسلمان جوان در حجاب چهره؛ نقاب ابزاری برای مقاومت در اروپا است اما در ایالات متحده رد می‌شوند» نشان دادند که برای فهم نگاه زنان مسلمان نسبت به حجاب در غرب باید عوامل سیاسی، اجتماعی و تاریخی یک کشور، ماهیت مهاجرت آنها، ترکیب جمعیت‌شناختی گروه آنها و چگونگی تفسیر آنها از دنیوی‌شدن و شهروندی را بررسی کرد. در حالی که بازنمایی رسانه‌ای و ادبیات دانشگاهی معنای نقاب در اروپا را عملی شور برانگیز یا شکلی از هویت شخصی، سیاسی و مذهبی معرفی می‌کند، اما یافته‌های تحقیق آنها از مصاحبه‌های عمیق با زنان مسلمان در غرب، معنای دیگری را متبادر می‌کند. نیمی از شرکت‌کنندگان در مطالعه، در عین استفاده از روسری هیچ تمایلی برای استفاده از نقاب نداشتند، بلکه برعکس در محیط آمریکا آن را غیر ضروری و نامناسب می‌دانستند. البته بیشتر مشارکت‌کنندگان این حق را برای کسانی که مایل به استفاده از نقاب بودند، محترم می‌شمردند (Shirazi & Mishra, 2010). تارلو در مقاله‌ای با عنوان «حجاب در لندن و اثرات آن» اهمیت لباس و پوشش به‌عنوان شاخصی آشکار از تمایز در شهر چند فرهنگی لندن را بررسی کرده است. وی معتقد است، انتخاب حجاب از سوی زنان طبقه‌ی متوسط مسلمانان اغلب به‌عنوان کالا نگریسته می‌شود، نه به‌عنوان پس‌زمینه‌ی فرهنگی آنها (Tavlo, 2007: 131-156). واتسون در مقاله‌ای با عنوان «زنان و حجاب» موضوع گرایش به حجاب را واکنش‌های فردی زنان نسبت به فرایندهای جهانی می‌داند. وی در این نوشتار تلاش کرده، با توجه به اصول حاکم بر حجاب، مفاهیم مرتبط با پوشش در قرآن را بیان کند و در ادامه با استناد به نظرات دو طیف از زنان انتخاب حجاب زنان را در ریشه‌ها و در دنیاهای مختلف، مورد نقد و بررسی قرار دهد (Watson, 1994).

۳. ملاحظات نظری

پیرو سنت پژوهش‌های کیفی، محقق در این پژوهش قصد نظریه‌آزمایی و یا فرضیه‌آزمایی نداشته است، با این حال این به معنای خالی بودن ذهن از مبانی و ادبیات نظری پژوهش نبوده است (میر حسینی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۲) و ضمن مطالعه‌ی ادبیات تحقیق در تمامی پژوهش به نظریه‌های ذیل - به عنوان چارچوب‌های استنادی و ارجاعی در تمام مراحل تحقیق - توجه شده است.

۳-۱- آسیب‌شناسی بین‌سازمانی

آسیب‌شناسی بر پایه‌ی اطلاعات برای تجزیه و تحلیل و شناخت دقیق‌تر ساختار، تعاملات، رویه عمل‌ها و روش‌ها، سبک‌های مدیریتی و سایر عناصر سیستم چاره‌جو، لازم و ضروری است. به‌عبارتی آسیب‌شناسی تشخیص مسئله و کانون علمی آن برای تعیین اقدامات لازم به منظور بهسازی عملکرد سازمان امری پایه‌ای و اساسی است. آسیب‌شناسی نیازمند نگرش سیستماتیک و منظم به کل فرایند است و هدف از آن تشخیص ماهیت و نوع مسئله‌ای است که در یک سازمان یا درخصوص یک موضوع بروز کرده و نیاز به حل دارد (ممی‌زاده، ۱۳۷۵: ۲۹). آسیب‌شناسی سازمانی، فرایند استفاده از مفاهیم و روش‌های علوم رفتاری به منظور تعریف و تشریح وضعیت جاری سازمان‌ها و یافتن راه‌حلی برای حل یک مشکل یا افزایش اثربخشی آن» تعریف شده است (Harrison, 2005).

سه وجه اصلی آسیب‌شناسی و کاربری‌هایی که برای تغییر و بهبود سازمان‌ها و ارتباط میان آنها وجود دارد عبارت‌اند از:

الف) فرایندها: کار با افراد یک سازمان برای برنامه‌ریزی یک مطالعه‌ی آسیب‌شناسی، اجرای آن و اخذ بازخورد از نتایج حاصله؛

ب) الگوسازی: استفاده از الگوها برای تعیین چارچوب مسئله، هدایت مسیر و گردآوری، تجزیه و تحلیل و خلاصه‌نمودن داده‌های آسیب‌شناسی

ج) ارائه راهکار یا راهبرد برای حل مشکل (Ibid: 124).

در آسیب‌شناسی سازمانی مشاوران، پژوهشگران و مدیران از الگوهای مفهومی و روش‌های تحقیق کاربردی برای ارزیابی وضعیت جاری سازمان و کشف راه‌هایی برای حل مسائل، رویارویی با چالش‌ها یا ارتقای عملکرد بهره می‌گیرند (Saeed & Wang, 2013: 34). آسیب‌شناسی یک پدیده به تصمیم‌گیران و مشاوران کمک می‌کند تا پیشنهادهای قابل اجرایی را برای تغییر و بهبود

سازمان ارائه کنند. بدون آسیب‌شناسی دقیق ممکن است تلاش تصمیم‌گیران برای تشخیص نادرست علل ریشه‌ای مسئله به هدر برود (Harrison, 2005).

آسیب‌شناسی سازمانی و بین‌سازمانی معمولاً بررسی دو حوزه‌ی وسیع را ایجاد می‌کند (دو حوزه‌ای که مقاله نیز بر آن تأکید می‌کند):

حوزه اول: تشخیص عوامل تشکیل‌دهنده‌ی سازمان که شامل بخش‌ها، ادارات، محصولات و روابط بین عوامل و تأثیر متقابل آنها بر هم می‌شود؛

حوزه دوم: آسیب‌شناسی بر اساس فرایندهای سازمانی که شامل شبکه‌های ارتباطی گروهی، مشکل تصمیم‌گیری سبک‌های رهبری و اعمال قدرت و روش‌های برنامه‌ریزی و تعیین هدف و مدیریت تعارض و رقابت است (توکلی دارستانی و شهباز مرادی، ۱۳۸۷: ۹۶).

طی سال‌های اخیر گروه‌های زیادی از محققان دغان داشتند، توجه به مبحث ارتباطات بین سازمانی در خصوص حل بسیاری از مشکلات اجتماعی (مانند بهداشت و سلامت، ورزش، خدمات عمومی، آموزش، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی و حتی فرهنگ) افزایش یافته است (ابویی و اسدی و غریبی، ۱۳۸۶: ۱۵۹).

۳-۲- ارتباطات بین سازمانی

ارتباط در معنای عام آن، عبارت است از کلیه‌ی فعالیت‌های گفتاری، نوشتاری و حرکتی که برای انتقال پیام، معنی و مفهوم از فردی به فرد دیگر یا اثرگذاری و نفوذ بر دیگران به کار می‌رود (فرهنگی، ۱۳۸۳: ۱۷). زمانی که سازمان زمینه‌ی ارتباطات را فراهم می‌کند یا در ارتباطات مؤثر می‌افتد، ارتباطات هویتی ویژه می‌گیرد که از آن به ارتباطات سازمانی تعبیر می‌شود. به بیان ساده، ارتباطات سازمانی، انتقال اطلاعات، مفاهیم و معانی بین عوامل سازمانی در جهت تحقق اهداف است (مورهد و گرین، ۱۳۹۴: ۱۶۸). ارتباطات به باور بارنارد^۱ قلب سازمان، در نزد کاتز و کان^۲ روح و اساس سازمان، به اعتقاد استینج کامب^۳، کانون و مرکز سازمان‌ها و بالاخره به باور موهان^۴، داروی همه‌ی دردهای سازمان‌هاست (هال، ۱۳۸۴: ۲۸۷ و ۲۸۱). ارتباطات بین سازمانی به این امر توجه دارد که چه سازمانی با سازمان دیگر ارتباط دارد؟ در چه مورد ارتباط دارد؟ (محتوای پیام)، از چه راهی؟ (با چه شیوه یا مجرای؟) به چه میزان و در چه سطحی (فرد، دو نفر، گروه، سازمان)

1. Barnard (1938)

2. Katz and Kahn (1978)

3. Combi Astynj (1990)

4. Mohan (1993)

با یکدیگر ارتباط دارند؟ (دعایی، ۱۳۷۲؛ لیتل جان^۱، ۱۳۸۴: ۶۹۲-۶۸۷) و بالاخره این ارتباطات تا چه اندازه در رسیدن به هدف مؤثر است.

هدف اصلی در ارتباطات بین سازمانی این است که افراد (واحد‌ها، بخش‌ها، ادارات و...) مناسب و واجد صلاحیت، اطلاعات درست را در زمان و یا به‌وسیله‌ی ارتباطی مناسب ارسال یا دریافت کنند (زاهدی، ۱۳۷۹: ۳۱۷). ارتباطات اثربخش در سازمان و بیرون از سازمان، به‌عنوان مجموعه‌ای از چگونگی ارائه، دستیابی، اشتراک‌گذاری و کاربرد صحیح اطلاعات تعریف می‌شود. ارتباط بین سازمانی به دو گونه‌ی رسمی و غیررسمی دسته‌بندی می‌شوند. درحالی‌که ارتباط غیر رسمی نانوشته است و در تمامی سطوح سازمان وجود دارد، ارتباطات بین سازمانی رسمی و در چارچوب اختیارات، تکالیف، سلسله‌مراتب ساماندهی و ساختار اداری بوده، مبتنی بر اساس‌نامه‌ها، آئین‌نامه‌ها و قوانین و مقررات سازمان‌هاست (یوسفی، ۱۳۷۶: ۶۴).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که توسعه و پیشرفت جوامع و همچنین موفقیت آنها تا اندازه‌ای بازتابی از نظام ارتباطی بین سازمان‌هاست (زارعی، ۱۳۸۵: ۱۵). ارتباطات بین سازمانی همواره یکی از عوامل اثرگذار در تولید و گسترش دانش، بازار و خدمات بوده و زمینه‌ی انسجام و هماهنگی در جامعه است (هال^۲، ۱۳۸۴: ۳۷۲). ارتباطات بین سازمانی تا اندازه‌ی زیادی می‌تواند جریان ارائه‌ی اطلاعات از راه فن‌آوری‌های اطلاعاتی، را آسان نماید، بسیاری از هزینه‌های جاری و سالانه‌ی ارتباطی را کاهش داده، قابلیت‌های سازمان را در رسیدن به هدف‌های فردی و مشترک افزایش می‌دهد (Ibrahim, 2003).

ارتباطات بین سازمانی فرایندی (عمودی، افقی، مورب، بالا و پایین، رسمی یا غیررسمی) است که طی آن سازمانی برای اخذ اطلاعات (شریف‌زاده و سهیلی‌راد، ۱۳۸۲)، انتقال پیام به دیگر سازمان‌ها و نیز هماهنگی، یکپارچه‌سازی و ایجاد زمینه‌ی مشترک برای فعالیت و در نهایت افزایش بهره‌وری از آن بهره می‌برد (رابینز^۳، ۱۳۸۵). جرالدام گولدهابر^۴ ارتباطات بین سازمانی را فرایند ایجاد و مبادله‌ی پیام‌ها در درون شبکه‌ای از روابط به‌هم پیوسته برای مقابله با نامنی محیطی تعریف کرده است (ویندال و اولسون و سینگاترزه^۵، ۱۳۷۶: ۱۴۸). در حوزه‌ی ارتباطات بین سازمانی نظریه‌پردازان مختلفی مانند کیمبرلی (۲۰۰۵) و دیر (۱۹۸۹؛ ۱۹۹۸) و ترومن (۱۹۹۶)،

1. Little John
2. Hall
3. Robbins
4. Gerald M. Goldaber
5. Windal and Olson and Singers

یکف، دفت و دیگران تحقیق و پژوهش کرده‌اند. ارتباطات بین سازمانی در اینجا مجموعه‌ای از ارتباطات کتبی/شفاهی یا سنتی/مدرن و اتصال‌های رسمی دخیل و غیردخیل در امنیت منطقه است که هر یک از سازمان‌ها با به عهده‌گیری نقش یا نقش‌هایی برای یک مشکل تلاش می‌کنند. در اینجا ارتباطات بین سازمانی در موضوع حجاب و عفاف بر اساس مصوبه ۴۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی و ارتباطات بین سازمانی بین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نیروی انتظامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی (و با تأکید بر آسیب‌های مرتبط با اجرای قوانین و مقررات هر دو سازمان، آسیب‌های مرتبط با مدیریت، مرتبط با کانال‌های ارتباطی، برداشت‌های شخصی کارکنان، آسیب‌های مرتبط با منافع سازمانی میان دو سازمان) آسیب‌شناسی شده است.

۳-۳- مفهوم شناسی حجاب و عفاف

واژه‌ی «حجاب» از ریشه‌ی حجب به معنای مانع ایجادکردن چیزی در مقابل چیز دیگر است (مصطفوی، ۱۳۸۶) حجاب به معنای ستر و پوشاندن نیز آمده است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴). مراد از کلمه‌ی حجاب در مباحث مربوط به روابط زن و مرد به معنای آن چیزی است که مانع نگاه غیرمجاز می‌شود یعنی پوشش؛ بنابراین پوشیده بودن لازمه‌ی حجاب است (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۲۴). استعمال کلمه‌ی حجاب در مورد پوشش زن یک اصطلاح نسبتاً جدید است، در اصطلاح فقها کلمه‌ی «ستر» به معنای پوشش به کار رفته و این بهتر است، زیرا معنای شایع لغت حجاب به معنای پرده است و همین امر موجب شده بعضی گمان کنند که اسلام خواسته زن پشت پرده و در خانه محبوس باشد و بیرون نرود (مطهری، ۱۳۸۹: ۷۳). مراد از حجاب در این پژوهش عفت در پوشش است.

واژه‌ی «عفاف» به معنای خودنگهداری و خویشنداری در مقابل تمایل به گناه و مهارکردن خویش است (فراهیدی، ۱۴۱۰). عفت در روابط زن و مرد به معنای خویشنداری و حریم‌نگه‌داشتن در روابط با جنس مخالف است. مراد از عفت در پوشش آن است که زن در معاشرت خود با مردان بدن خود را بپوشاند و از جلوه‌گری و خودنمایی و تبرج و به نمایش گذاشتن جاذبه‌های جنسی خود در برابر نامحرم بپرهیزد (پازوکی و خوانین زاده، ۱۳۹۳: ۱۷۷). حیا و عفاف از ویژگی‌ها و خصلت‌های درونی انسان است ولی حجاب به شکل و قالب و نوع و چگونگی پوشش برمی‌گردد و تفاوت این دو، تفاوت باطن و ظاهر است. به بیان دیگر، حجاب از آثار و نتایج خویشنداری و عفاف است. البته اثبات التزام دائمی بین این دو مشکل است (مهریزی، ۱۳۷۶: ۱۳)؛ ولیکن تفکیک این دو (عفاف و حجاب) نیز مشکل‌تر و نوعی فراقکنی است. افزون بر این اگر زنان بدون حجاب

و عقیف و پاک باشند آیا مردان نیز چنین‌اند، حجاب تدابیر عام اسلام برای جامعه‌ی انسانی است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۸-۱۵۱).

منظور از آسیب‌شناسی مرتبط با اجرای قوانین و مقررات هر دو سازمان، شناخت آسیب‌هایی است که هنگام اجرای قوانین رخ می‌دهد. منظور از آسیب‌های مرتبط با مدیریت، تأکید بر مؤلفه‌هایی مانند برنامه‌ریزی، رهبری، کنترل و تصمیم‌گیری است. منظور از آسیب‌های مرتبط با کانال‌های ارتباطی، آن دسته از کانال‌های ارتباطی میان دو سازمان مانند: نامه‌نگاری‌ها، تلفن، فاکس، ایمیل و... است. منظور از آسیب‌های مرتبط با منافع سازمانی، آن دسته از منافع شخصی، گروهی، تشکیلاتی، حرفه‌ای و عمومی است که میان دو سازمان پدید می‌آید. تعارض منافع یعنی شرایطی که فرد یا سازمانی میان منافع شخصی، حزبی، گروهی یا خانوادگی خود با منافع ملی، حرفه‌ای و کاری خود تعارض می‌یابد.

۴. روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر یک پژوهش کیفی از نوع تحلیل مضمون است. تحلیل مضمون روشی است که برای شناسایی، تحلیل و گزارش دادن الگوهای (مضامین) موجود در داده‌ها (تعدادی مصاحبه) به کار می‌رود. این روش، داده‌های (درباره‌ی حجاب و عفاف) حاصل از منابع اطلاعاتی (نمونه‌های سه‌گانه‌ی تحقیق، یعنی کارکنان ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی) را برای درک عمیق‌تری از موضوع به مجموعه‌ای از کدها تبدیل می‌کند. تمام تلاش محققان در این تحقیق بر آن بود که داده‌های مربوط را از متن مصاحبه‌ها (به روش تحلیل مضمون) استخراج کرده و به‌گونه‌ای نظام‌مند با طبقه‌بندی و کدگذاری آنها، در نهایت یافته‌های خود را درباره‌ی موضوع حجاب به‌دست آورند.

جدول (۱). حجم جامعه‌ی آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

نوع نمونه‌گیری	حجم نمونه	تعداد کل اعضا	سازمان‌های متولی
نمونه‌گیری هدفمند	۸	۴۴ نفر	شورای عالی انقلاب فرهنگی
نمونه‌گیری هدفمند	۱۶	۱۲۱	الف) پلیس امنیت اخلاقی (برخورد با افراد بد حجاب و بی‌حجاب) ب) پلیس نظارت بر اماکن عمومی برای الزام اصناف به رعایت حجاب ج) معاونت حقوقی در زمینه پیشنهاد لایحه‌های قانونی مورد نیاز
نمونه‌گیری هدفمند	۶	۱۳	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مشارکت‌کنندگان در پژوهش سه گروه مسئولان و متولیان حجاب و عفاف بر اساس مصوبه ۴۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی و نیروی انتظامی در محدوده‌ی تهران بزرگ بودند و مصاحبه‌ها به روش هدفمند با بالاترین تنوع تا رسیدن به اشباع نظری - که ۳۰ نفر بود- ادامه یافت. نقطه‌ی اشباع نیز یعنی نقطه‌ای که در آن تصویری به نسبت کامل از واقعیت بررسی شده کسب شود و نمونه‌های جدید، دانش ما از واقعیت را دگرگون نکند.

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش مصاحبه‌ی نیمه‌ساخت‌یافته یا گفت‌وگوی هدفمند بوده که در شش مرحله (تعیین هدف، طراحی، انجام مصاحبه، نگارش، تجزیه و تحلیل و تهیه‌ی گزارش نهایی) انجام شد. سعی محقق بر این بود که در این مصاحبه‌ها اصول و قواعد قبل، حین و بعد از مصاحبه (به جهت زمان، نوع پرسش، عدم سوگیری‌ها، ثبت و ضبط‌کردن‌ها، ساده بودن سؤالات و...) با نمونه‌ها رعایت شود. برای روایی و پایایی^۱ تحقیق از معیار مقبولیت استفاده شد. بدین معنی که یافته‌های تحقیق تا چه حد در انعکاس تجارب مشارکت‌کنندگان، محقق و خواننده در رابطه با پدیده‌ی مورد مطالعه موثق و باورکردنی است. محقق بر برخی از شاخص‌ها در مقبولیت مانند حساسیت پژوهشگر، انسجام روش‌شناسی، متناسب‌نمودن نمونه، تکرار شدن یک یافته و استفاده از بازخورد مطلعین تأکید کرده است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق، با بهره‌گیری از نرم‌افزار مکس کیودا^۲ و در چارچوب تحلیل مضمون سه نوع کدگذاری باز، محوری و گزینشی پیاده شد. در این بخش، محققان شخصاً تعیین عبارات و کلیدواژه‌ها و الصاق کدها و توصیف‌گرها را بر عهده گرفتند و کامپیوتر و نرم‌افزار تنها در حد ابزاری برای تسهیل و تسریع فرایند کدگذاری بود. عمل کدگذاری و دسته‌بندی و سازمان‌دهی کدها در بخشی از نرم‌افزار به نام سامانه کد^۳، انجام شد. در کدگذاری گزینشی تعیین‌های مهم مقولات، از طریق امکانات موجود در نرم‌افزار، کلیه‌ی نتایج هر بخش اعم از کدها، قطعه کدها، مقولات و مضامین به شکل ساخت‌یافته با یکدیگر ادغام و پس از انجام و تکرار مراحل تحلیلی و افزودن یافته‌های جدید تحقیق، نتایج نهایی شامل مفاهیم، مقولات و کدگذاری محوری استخراج گردید.

1. reliability
2. Maxqda
3. Code system

۵. یافته‌های پژوهش

مشارکت‌کنندگان در پژوهش ۱ نفر (۳۳/۳ درصد) کمتر از ۳۵ سال سن داشت. ۶ نفر (۲۰ درصد) سن ۳۵ تا ۴۰ سال، ۵ نفر (۱۶/۲۶ درصد) سن ۴۰ تا ۴۵ سال، ۱۸ نفر نیز (۶۰ درصد) سن بیشتر از ۴۵ سال داشتند. همچنین از میان مشارکت‌کنندگان در پژوهش کسی مدرک پایین‌تر از لیسانس نداشت، به این ترتیب که تنها ۳ نفر (۱۰ درصد) مدرک لیسانس، بوده‌اند؛ ۱۶ نفر (۵۳/۳۳ درصد) مدرک کارشناسی ارشد و ۱۱ نفر (۳۶/۶۶ درصد) مدرک دکتری داشتند. بررسی سنوات خدمتی افراد مصاحبه‌شونده نشان داد، ۶ نفر (۲۰ درصد) سنوات خدمتی کمتر از ۵ سال، ۶ نفر (۲۰ درصد) بین ۵ تا ۱۰ سال، ۲ نفر بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۱۳ نفر (۴۳/۳۳ درصد) سنوات خدمتی بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۱۰ درصد نیز سنوات خدمتی بیشتر از ۲۵ سال در حوزه‌ی حجاب و عفاف داشتند.

جدول ۱: کدهای سه‌گانه استخراج شده

کدهای باز	کدهای محوری	کدهای گزینشی
<p>۱. مدیریت فرهنگی جامعه توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۲. اقتدار سیاسی و اجتماعی اعضای سازمان، ۳. بالاترین مقامات رسمی، ۴. بالاترین شورای سیاستگذاری در زمینه‌ی فرهنگی، ۵. راهبردهای گسترش پوشاندن زنان در جامعه، ۶. فرهنگ‌سازی در زمینه‌ی پوشش زنان، ۷. ارتقای سطح آگاهی در حفظ حدود حجاب، ۸. توسعه امکانات ورزشی برای دختران و زنان.</p>	<p>- عدم ارتباط نزدیک /مثمر ثمر بودن ارتباط تنگاتنگ - کمبود ارتباط بین سازمانی ارتباط ضعیف /هماهنگی در ارائه مجوزها</p>	<p>نگاه ابزاری مدیران به حجاب / عدم اختصاص زمان و منابع انسانی متخصص / نبود ساختارهای مشترک برای همکاری</p>
<p>۱. تعامل مفید کم بین ناجا و وزارت ارشاد، ۲. افزایش هزینه‌ها و کاهش عملکرد، ۳. تثبیت ارزش‌ها، ۴. هنجارها، قوانین و اعتقادات دینی توسط وزارت فرهنگ، ۵. استفاده از منابع انسانی و تجهیزات خود، ۶. تقویت عفاف از طریق راه‌های فرهنگی و جلب مشارکت‌های مردمی، مدنی و دولتی، ۷. تعریف دقیق و مشخص ناجا از مأموریت، ۸. شناخت کامل ناجا از اوضاع جامعه، ۹. به‌دست آوردن آمادگی لازم ناجا برای اجرای مأموریت به‌طور صحیح.</p>	<p>افزایش عملکرد و کاهش هزینه‌ها /محدود کردن حیطه مأموریت‌های گسترده /عدم وجود دیدگاه واحد /عدم وجود ارتباط مؤثر</p>	<p>فرصت تلقی نمودن دخالت منافع سازمانی / برداشت غلط از قوانین و مقررات موجود / اعمال محدودیت‌های اتخاذی / استفاده ابزاری و سیاسی از حجاب</p>
<p>۱. عدم اجرای وظایف از سوی سازمان‌ها، ۲. ضعف دستگاه‌های اجرایی بویژه در شرایط بحران ۳. اعتبار نامناسب برای آسیب شناسی، ۴. برخورد‌های قهری و تنبیهی نامناسب، ۵. عدم تعیین ضمانت اجرایی، ۶. عدم حمایت از اقدامات پلیس امنیت اخلاقی، ۷. عدم وجود متولی اصلی در بین این سه سازمان، ۸. عدم کارآمدی روش مدیریت دولتی.</p>	<p>فاصله گرفتن مدیران از دیدگاه اولیه‌ی انقلاب / عدم بهره‌گیری از مدیران رده بالا در جلسات / ضعف ارتباطات بین مدیران شرکت‌کننده در جلسات / نبود هماهنگی (مدیران و کارکنان) / چالاک و کارآمد نبودن مدیریت دولتی ...</p>	<p>بخشی عمل نمودن سازمان‌ها / افزایش شکاف بین سازمان‌های متولی / برخورد‌های سلیقه‌ای / اولویت خارج شدن موضوع</p>

کدهای گزینشی	کدهای محوری	کدهای باز
عدم ضمانت اجرایی/ نبود و یا ضعف ضمانت اجرایی قوانین و مقررات مصوب بازدارنده نبودن قوانین مصوب در زمینه حجاب	- نبود تعریف صریح و دقیق از حجاب و بدحجاب / سردرگمی به خاطر دیدگاه‌های متفاوت / ساختار کارگروه ثابت نبوده / عدم اجرایی شدن قوانین و مصوبات / عدم پیگیری جدی	۱. عدم تعریف صریح و دقیق از حجاب و بدحجاب، ۲. سردرگمی از دیدگاه‌های متفاوت، ۳. عدم جریحه‌دار شدن عفت عمومی، ۴. فقدان اثربخشی یا ناکارآمدی دستگاه‌ها، ۵. خلأهای قانونی، ۶. نامشخص بودن و عدم تعیین متولی عفاف، ۷. تفاسیر گوناگون از مقوله‌ی عفاف و حجاب و نحوه‌ی پوشش، ۸. خلأهای قانونی و کلی بودن قانون‌های موجود، ۹. عدم وجود قوانین تشویقی، ۱۰. عدم تلاش برای ایجاد توجه، فهم، ۱۱. درک و نگرش مشترک.
دیدگاه‌ها و اعتقادات مغایر/ اعمال نوبتی مصوبات/ برخورد‌های سلیقه‌ای	اولویت نداشتن موضوع حجاب از نظر کارکنان/ نداشتن تخصص لازم در زمینه حجاب در کارکنان/ اعتقاد به فردی بودن حجاب/ برخورد سلیقه‌ای با حجاب	۱. حجاب به عنوان امری شخصی، ۲. حجاب محدودیت و مانع پیشرفت در جامعه، ۳. پلیس مسئول برخورد و ارشاد در حوزه‌ی عفاف نیست، ۴. کاهش اقتدار و اعتماد به پلیس در جامعه، ۵. تعریف و طراحی نادرست پوشش زنان، ۶. فقدان تعریفی جامع در خصوص حجاب، ۷. برداشت‌های متفاوت موجب عدم پیشرفت در حوزه عفاف، ۸. استفاده ابزاری از موضوع عفاف، ۹. متأثر بودن چالش‌های موجود درون‌سازمانی به طرز تفکر کارکنان و مدیران از مبحث عفاف، ۱۰. مشخص نبودن متولی واحد در این امر.

۵-۱- آسیب‌های مرتبط با اجرای قوانین و مقررات

بررسی مفاهیم و کدهای استخراج‌شده در خصوص آسیب‌شناسی ارتباطات بین‌سازمانی نشان می‌دهد، در مجموع ۲۸ مفهوم ذیل مقوله‌ی آسیب‌های قانونی قرار دارند. همچنین ۷۵ کد کلی در ارتباط با مفاهیم ۲۸ گانه مانند ناهماهنگی، پیامدهای جبران‌ناپذیری گشت ارشاد، همکاری نهادها، اقدامات ضعیف سازمان تبلیغات اسلامی، تقویت ارتباطات، ارتباط کاملاً یک‌سویه، عدم عزم جدی و پیگیری لازم و ارتباط ضعیف ناجا و وزارت ارشاد استخراج شد. بررسی کمی کدهای استخراج شده نشان می‌دهد، بالغ بر ۲۰ درصد از آسیب‌های قانونی در زمینه‌ی ضعف ارتباطات بین‌سازمانی به سرگشتگی و ابهام در درک صحیح قانون و مصوبه ۴۲۷ در زمینه حجاب و عفاف است. نبود پشتوانه‌های قانونی و ضمانت اجرای مصوبه ۴۲۷ نیز با ۱۸/۶۶ درصد در رتبه‌ی دوم آسیب و در نظر نگرفتن نهاد مسئول برای نظارت بر اجرایی‌شدن مصوبات ماده ۴۲۷ و بهره‌گیری از برخوردهای قهری و تنبیهی به ترتیب با ۹/۳۳ و ۶/۶۶ در رتبه‌های سوم و چهارم قرار دارند. بازدارنده نبودن قوانین، برداشت غلط از قوانین، لوث شدن مصوبه ۴۲۷، اجرایی‌نشدن قوانین و مصوبات، برداشت غلط از قوانین، فقدان اثر بخشی قوانین و آیین‌نامه‌ها، هرکدام با داشتن دو در رتبه‌ی هفتم قرار دارند. قرار دادن ابزار اجرایی در دست رئیس‌جمهور، ناهماهنگی افکار و عقاید سیاست‌گذاران،

نبود آیین‌نامه‌های الزام‌آور وجود قوانین و آیین‌نامه‌های درون سازمانی، نبود فهم، درک و نگرش مشترک بین متولیان و گستردگی و وسیع بودن مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی، بی ارزش شدن قانون، نارسایی و تناقض در اجرا، انعطاف‌پذیری بالای قانون، نبود مکانیسم‌های اقماعی و ... نیز با داشتن یک کد باز در رتبه‌ی هشتم آسیب‌های قانونی شناسایی‌شده به شمار می‌آیند.

۵-۲- آسیب‌های مرتبط با مدیریت سه سازمان

بررسی مفاهیم و کدهای استخراج‌شده در خصوص آسیب‌های مدیریتی، ضعف کانال‌های ارتباطی دبین متولیان را نشان می‌دهد. انتخاب نادرست مدیران و دخالت دادن منافع شخصی آنها با ۲۷/۲۷ درصد رتبه‌ی اول را در میان آسیب‌های موجود به خود اختصاص داده است. اختصاص ندادن بودجه و امکانات مورد نیاز و تصمیمات اشتباه و مقطعی نیز با ۹/۰۹ درصد در رتبه‌های دوم تاثیرگذاری قرار دارند. آشفته، بی‌نظم و ناپخته عمل کردن در اجرای مصوبات و نبود برنامه‌ریزی و روش‌های مناسب اجرایی نمودن مصوبه ۴۲۷، برخوردهای سیاسی و شعارزدگی و نبود عزم جزم مسئولین برای اجرای مصوبه، اظهارنظرهای چالشی و متناقض و نیز نبود نظارت مستقیم و بازخواست مسئولین نیز با ۴/۵۴ درصد در رتبه‌ی سوم قرار دارند. سایر مقوله‌های استخراج شده در رتبه‌ی چهارم قرار دارند.

جدول ۲- مقوله‌های آسیب‌شناسی مدیریتی کدهای مربوط

رتبه	درصد	کدها	مقوله‌ها
۱	۲۷/۲۷	۱۸	انتخاب نادرست مدیران متولی و دخالت دادن منافع شخصی مدیران
۲	۹/۰۹	۶	عدم اختصاص بودجه و امکانات مکفی
	۹/۰۹	۶	تصمیمات اشتباه و مقطعی
۳	۶/۰۶	۴	آشفته، بی‌نظم و ناپخته عمل کردن در اجرای مصوبه ۴۲۷
	۶/۰۶	۴	نبود برنامه‌ریزی و روش مناسب برای اجرای مصوبه
۴	۴/۵۴	۳	برخورد سیاسی و شعارزدگی در عمل به مصوبه ۴۲۷
	۴/۵۴	۳	نبود عزم جزم مسئولین در اجرای آیین‌نامه‌های اجرایی مصوبه ۴۲۷
	۴/۵۴	۳	اظهار نظرهای چالشی و متناقض مدیران رده‌های مختلف
	۴/۵۴	۳	نبود نظارت مستقیم و بازخواست نکردن

رتبه	درصد	کدها	مقوله‌ها
۵	۱/۵۱	۱	بی توجهی به نقطه نظرات کارشناسان
	۱/۵۱	۱	افزایش واگرایی بین دستگاه‌های متولی و سیاست گذار
	۱/۵۱	۱	چالاکت و کارآمد نبودن مدیریت دولتی
	۱/۵۱	۱	روش‌های ناصحیح مواجهه
	۱/۵۱	۱	عدم اجرای صحیح مأموریت‌های محوله
	۱/۵۱	۱	داشتن نگاه امنیتی به موضوع حجاب
	۱/۵۱	۱	ایجاد مانع و دست‌اندازی از سوی مسئولان
	۱/۵۱	۱	نبود هماهنگی (مدیران و کارکنان)
	۱/۵۱	۱	بی‌اطلاعی کارمندان از مصوبات جلسات ستاد
	۱/۵۱	۱	تفاسیر مختلف حجاب از سوی سازمان‌های متولی
	۱/۵۱	۱	بی‌اعتقادی مدیران به امریه‌معروف و نهی‌ازمنکر
	۱/۵۱	۱	نگاه هزینه‌ای مدیران به حفظ حجاب و عفاف
	۱/۵۱	۱	نگاه سنتی مدیران به مقوله‌ی حجاب و عفاف
	۱/۵۱	۱	ضعف ارتباطات بین مدیران شرکت‌کننده در جلسات
	۱/۵۱	۱	عدم بهره‌گیری از مدیران رده بالا در جلسات
۱/۵۱	۱	فاصله گرفتن مدیران از دیدگاه اولیه انقلاب	
-	۱۰۰	۱۰۰	جمع

۳-۵- آسیب‌های مرتبط با برداشت شخصی افراد

از دیگر آسیب‌هایی که در زمینه‌ی ضعف ارتباطات بین سازمانی در اجرای مصوبه ۴۲۷ در قالب مصاحبه‌های انجام شده بررسی شد، آسیب‌های ناشی از برداشت‌ها شخصی افراد است. مفاهیم و کدهای استخراج شده در این باره نشان می‌دهد، برداشت و نوع نگاه کارمندان به حجاب و عفاف در سطح جامعه با ۶۰/۶۶ درصد اصلی‌ترین آسیب موجود در این زمینه است. برخورد سلیقه‌ای با حجاب با ۱۸/۱۸ در رتبه‌ی دوم اهمیت، اعتقاد به فردی‌بودن حجاب نیز با ۶/۰۶ در رتبه‌ی سوم

قرار دارد. دادن اطلاعات نادرست به مدیران، بی‌حسی و بی‌تفاوتی نسبت به حجاب، نبود هم‌افزایی لازم بین افراد درون و برون‌سازمانی، نبود تخصص‌های لازم در خصوص حجاب و عفاف و اولویت نداشتن موضوع حجاب از نگاه کارکنان نیز دیگر مقوله‌های استخراج شده در این باره هستند.

جدول ۳- مقوله‌های آسیب‌شناسی برداشت‌های شخصی ارتباطی کدهای مربوط

رتبه	درصد	کدها	مقوله‌ها
۱	۶۰/۶۶	۲۰	برداشت و نوع نگاه کارمندان به حجاب و عفاف در جامعه
۲	۱۸/۱۸	۶	برخورد سلیقه‌ای با حجاب
۳	۶/۰۶	۲	اعتقاد به فردی بودن حجاب
۴	۳/۰۳	۱	اطلاعات نادرست به تصمیم‌گیران
	۳/۰۳	۱	بی‌حسی و بی‌تفاوتی نسبت به مقوله‌ی حجاب و عفاف
	۳/۰۳	۱	نبود هم‌افزایی لازم بین افراد در درون و برون سازمان
	۳/۰۳	۱	نداشتن تخصص لازم در موضوع حجاب در کارکنان
	۳/۰۳	۱	اولویت نداشتن موضوع حجاب از نظر کارکنان
-	۱۰۰	۳۳	جمع

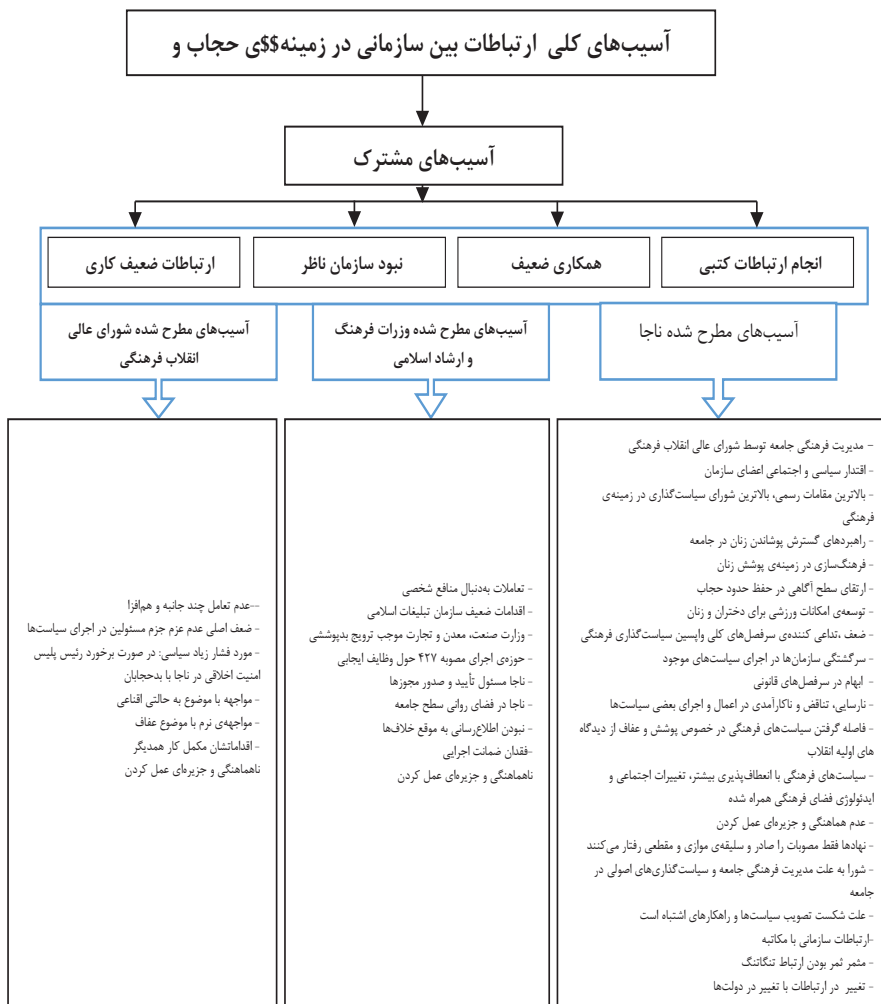
۵-۴- آسیب‌های ناشی از کانال‌های ارتباطی

بررسی مقوله‌ها و کدهای استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده در خصوص آسیب‌شناسی ارتباطات بین سازمانی نشان می‌دهد، داشتن دیدگاه‌های متفاوت و متضاد بین سازمان‌های متولی با ۱۵/۱۵ درصد بیشترین تأثیرگذاری را در ضعیف بودن کانال‌های ارتباطی بین سازمان‌ها به خود اختصاص داده است. ضعف در برقراری ارتباطات دوسویه و نداشتن دیدگاه واحد در برگزاری جلسات با ۱۲/۱۲ درصد در رتبه‌ی دوم، اهمیت و ناهماهنگی ساختاری سازمان‌های متولی با ۹/۰۹ درصد در رتبه‌ی سوم و جزیره‌ای عمل کردن و مکاتبه‌ای بودن ارتباطات بین سازمانی نیز با ۶/۰۶ درصد در رتبه‌ی چهارم و سایر کدهای استخراج شده در رتبه‌ی پنجم اهمیت قرار دارند.

جدول (۴). مقوله‌های آسیب‌شناسی مدیریتی کانال‌های ارتباطی کدهای مربوط

رتبه	درصد	تعداد ارجاعات	مقوله‌ها
۱	۱۵/۱۵	۵	دیدگاه‌های متفاوت و متضاد سازمان‌های متولی
۲	۱۲/۱۲	۴	ضعف در برقراری ارتباطات دوسویه
	۱۲/۱۲	۴	نبود دیدگاه واحد در برگزاری جلسات
۳	۹/۰۹	۳	ناهماهنگی ساختاری سازمان‌های متولی
۴	۶/۰۶	۲	جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌های متولی
	۶۰/۰۶	۲	مکاتبه‌ای بودن ارتباطات
۵	۳/۰۳	۱	عدم شناخت و درک متقابل دستگاه‌های مجری
	۳/۰۳	۱	هم‌سطح نبودن سازمان‌های متولی
	۳/۰۳	۱	نبود برنامه‌ریزی مشترک به دلیل تفاوت ماهوی
	۳/۰۳	۱	برگزار نشدن جلسات مستمر
	۳/۰۳	۱	نبود فهم مشترک بین سازمان‌ها
	۳/۰۳	۱	تأثیر گذاری پایین شورای عالی انقلاب فرهنگی
	۳/۰۳	۱	پیچیدگی موضوع حجاب و عفاف
	۳/۰۳	۱	تعمیق شکاف بین دستگاه‌ها
	۳/۰۳	۱	نبود تفاهم‌نامه‌ی همکاری
	۳/۰۳	۱	وجود ارتباطات یک‌طرفه
	۳/۰۳	۱	عدم رعایت سلسله‌مراتب بین نهادها و سازمان‌های متولی
	۳/۰۳	۱	ضعف در عملیاتی کردن نتایج جلسات
	۳/۰۳	۱	اعتماد پایین سازمان‌ها به یکدیگر
-	۱۰۰	۳۳	جمع

کلیت کار حاضر که بر اساس روش تحلیل مضمون انجام شد، مبتنی بر نظریه‌هایی مانند نظریه‌های مبتنی بر کانال‌های ارتباطی مانند ابراهیم (۲۰۰۳)؛ نظریه‌های مرتبط با سطح و میزان مشارکت و همکاری بین سازمان‌ها مانند رابینز و هال، نظریه‌های مبتنی بر ساختار سازمانی و ساختار شبکه مانند (برنارد ۱۹۸۳) و شارپ (۲۰۰۱) و نظریه‌های مبتنی بر کارکنان و مدیران رابینز (۱۳۸۵) و هال (۱۳۸۴) و کاتز و کان بنا شده بود که با توجه به یافته‌ها از همه بیشتر بر نظریه زمینه‌ای هال (۱۳۸۴)، ابراهیم (۲۰۰۳)، و کاتز و کان (که بیشترین تأکیدشان بر کانال‌های ارتباطی، ساختار و شبکه‌ی سازمانی، قوانین و مقررات بوده) تأکید شده است و به عنوان مضامین اصلی این تحقیق به کار آمد. بر اساس این مضامین، وضعیت ارتباطات بین‌سازمانی (به جهت آسیب‌ها) در حوزه‌ی عفاف و حجاب میان سازمان ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی اگرچه در زیر آمده، اما حوزه‌ی تعاملات بین‌سازمانی در حوزه‌ی حجاب و عفاف تحت تأثیر عوامل متعددی است که شاید بتوان منافع سازمانی، برخورد‌های سلیقه‌ای مدیران و برداشت‌های شخصی کارکنان را از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ساز بی‌اعتمادی در برقراری ارتباطات سازنده بین نهادهای متولی امر حجاب به شمار آورد. دخالت دادن منافع سازمانی از سوی برخی سازمان‌ها و همچنین نگاه از بالا به پایین به‌خصوص از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی و گاهی وجود این ذهنیت که ناجا در مرکز توجه انتقادات قرار دارد (و این در حالی است که این سازمان بیشترین فعالیت و عملیات را در زمینه حجاب و عفاف دارا می‌باشد)؛ زمینه‌های فکری و ارتباطی آسیب‌ها هستند که از لابه‌لای مصاحبه‌های انجام شده برداشت می‌شود. علاوه بر اینها نگاه ابزاری مدیران به مقوله‌ی حجاب و عفاف، برخورد ابزاری با این مقوله و همراهی نکردن سیاست‌مداران با این موضوع از دیگر جنبه‌هایی است که در بی‌انگیزگی سازمان‌های متولی برای ایجاد ارتباط سازنده بسیار تاثیرگذار بوده است. با این وصف در نمودار زیر سعی شده تا مهم‌ترین آسیب‌های مشترک میان هر سه سازمان ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی در حوزه‌ی حجاب و عفاف احصاء شود.



شکل (۲) آسیب‌های کلی ارتباطات بین سازمانی میان سه سازمان

بر اساس شکل (۲) برخی از مهم‌ترین این موارد به ترتیب عبارت است از:

- انجام ارتباطات سازمانی به صورت مکاتبه‌ای؛ (این موضوع که بیشتر ارتباطات به صورت مکاتبه‌ای انجام می‌شود و سبب شده تا ارتباطات چهره به چهره که زمینه‌ی آشنایی و افزایش تعاملات بین کارکنان را تا حد زیادی کاهش داده به همراه داشته‌است. این مورد سبب شده تا انجام مکاتبات کتبی و کاستن از ارتباطات به حداقل ممکن برسد).

- همکاری ضعیف سازمان‌های متولی با یکدیگر؛ (همکاری ضعیف و گاهی نبود همکاری از دیگر آسیب‌های احتمالی در حوزه‌ی حجاب و عفاف است که تأثیری انکارناپذیر در تعاملات درون‌سازمانی در این حوزه برجای گذاشته است).

- نبود سازمان‌های ناظر و هماهنگ کننده؛ (نبود سازمان‌های ناظر و هماهنگ کننده بین ارگان‌های متولی در امر حجاب و عفاف به عنوان یکی دیگر از آسیب‌های مطرح در این حوزه است که اعضای جامعه‌ی آماری همگی بر آن اذعان داشته‌اند).

- ارتباطات ضعیف بین سازمانی و علاقه‌ی چندان نداشتن به این‌گونه ارتباطات از دیگر مواردی است که در پاسخ به این سؤال مطرح می‌باشد ارتباطات ضعیف بین سازمان‌ها و بی‌علاقگی آنها در برقراری ارتباط با یکدیگر در حوزه‌ی حجاب و عفاف است که سبب شده تا این موضوع به یکی از آسیب‌های مطرح شده از سوی جامعه‌ی آماری تحقیق در نظر گرفته شود).

بحث و نتیجه‌گیری

موضوع پژوهش حاضر، بررسی آسیب‌های ارتباطات بین‌سازمانی ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی در خصوص مصوبه ۴۲۷ در خصوص حفظ و سیانت از حجاب و عفاف و وظایف هریک از سازمان‌های متولی در امر حجاب است. در این راستا آسیب‌شناسی ارتباطات بین‌سازمانی در حوزه‌ی کانال‌های ارتباطی، منافع سازمانی، برداشت‌های شخصی، آسیب‌های مدیریتی و آسیب‌های ناشی از اجرای قوانین و مقررات بررسی شد.

به‌علاوه به روز نبودن قوانین و مقررات یکی دیگر از علل ناکارآمدی سازمان‌ها در ترغیب و تشویق پدیده‌ی حجاب و عفاف به شمار می‌آیند. این مورد با نتیجه‌ی تحقیق اصغرزاده و شایگان مبنی بر به روز نبودن قوانین و مقررات و به روز نشدن تعاریف حجاب و عفاف و لزوم ارائه‌ی راهکارهای پیشگیرانه در راستای دستیابی به حجاب و عفاف در جامعه همخوانی و قرابت دارد.

بخشی عمل کردن سازمان‌ها و سعی در افزایش آمار و عملکرد خود نسبت به مقوله‌ی حجاب و عفاف، تمایل نداشتن مدیران سازمان‌های متولی امر حجاب و عفاف به برگزاری جلسات مشترک و افزایش ارتباطات بین‌سازمانی، افزایش شکاف بین سازمان‌های متولی به دلیل نبود اعتماد و یا کاهش اعتماد به پای‌بندی سازمان‌ها نسبت به مصوبات جلسات مشترک و برخورد‌های سلیقه‌ای مدیران در افزایش یا کاهش میزان تعاملات سازمان‌های متولی، مؤثر بود این یافته با نتایج کار عبدالرحمانی و حبیب‌زاده (۱۳۹۵) که نقش هریک از سازمان‌ها و نیز جایگاه مدیران در افزایش ارتباطات بین‌سازمانی را بررسی کرده بودند، مشابهت داشت.

یافته‌ی دیگر تحقیق مبنی بر غلبه‌ی دیدگاه حجاب و عفاف به‌عنوان مقوله‌ای شخصی در دید بسیاری از کارکنان - که در کاهش ارتباطات بین سازمانی در این باره تاثیرگذار بود- با یافته‌های میرزایی که در پی یافتن راهبردهایی برای نهادینه‌نمودن فرهنگ حجاب و عفاف بود- متفاوت و با یافته‌های واتسون^۱ قرابت داشت.

موضوع و یافته‌ی مشترک دیگر میان هر سه سازمان این بود که همکاری میان آنها ضعیف بود. این با دسته‌بندی دوگانه‌ای که چلیبی (۱۳۸۵) و زارعی و زارعی (۱۳۸۲) و زارعی (۱۳۸۵) از منابع مختلف استخراج کرده‌اند، «ارتباطات بین سازمانی با پیوند زیاد و قوی» و «ارتباطات بین سازمانی با پیوند کم و ضعیف» نزدیک است. یافته‌ی دیگر تحقیق که می‌توان با نظریه‌ها و نتایج یافته‌های دیگر انطباق داد، نبود سازمان‌های ناظر و هماهنگ‌کننده بود که با نظریه‌های ایکاف (۱۳۷۵) منطبق بود. ارتباطات ضعیف بین سازمانی و نبود علاقه و اراده‌ی نه‌چندان زیاد به برقراری ارتباطات بین سازمانی نتیجه‌ی دیگری بود که در نظریات اندیشمندی چون کیمبرلی^۲ و دیر^۳ و ترومن^۴ دیده می‌شود.

پیشنهاد‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های پژوهش و مرور برخی نتایج به‌دست آمده از تحقیقات دیگر مواردی ذیل پیشنهاد می‌شود:

- عقد تفاهم‌نامه بین ناجا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی در زمینه‌ی برگزاری جلسات هماهنگ و مستمر درباره‌ی موضوعات پیش‌آمده و نیز مشکلات بنیادی درخصوص عفاف و حجاب؛
- ایجاد مرکزی به‌عنوان متولی و هماهنگ‌کننده ارتباطات بین سازمانی بین سه حوزه‌ی تأثیرگذار در زمینه‌ی حجاب و عفاف و تعریف وظایف نظارتی برای آن؛
- ارزیابی‌های دوره‌ای میزان هماهنگی و همکاری بین سازمان‌ها پیرامون وظایف تعریف شده و اطلاع‌رسانی میان هر سه سازمان و پیگیری برای رفع مشکلات موجود؛
- توجه قانون‌گذار به منافع سازمانی حین تدوین قوانین و مقررات مربوط به هماهنگی و همراهی سازمان‌های متولی امر حجاب برای پیشگیری از تعارض در انجام وظایف محوله.

1. Watson
2. Kimberley (2005)
3. Dyer (1998)
4. Tromam (1996)

منابع

- ◀ ابوبی، محمد، اصغر اسدی و حسین غریبی، (۱۳۸۶). مدیریت نظام علوم، تحقیقات و فناوری: پرسش های اساسی، تهران: پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- ◀ اصغرزاده، سمیه و فریبا شایگان، (۱۳۹۵). «ضوابط قانونی عفاف و حجاب و وظایف نیروی انتظامی»، دانش انتظامی خراسان، سال ۳، ش ۱۱.
- ◀ ایکاف، راسل، (۱۳۷۵). برنامه‌ریزی تعاملی: مدیریت هماهنگ با تحول برای ساختن آینده سازمان، ترجمه‌ی سهراب خلیلی شورینی. تهران: کتاب ماد (وابسته به نشر مرکز).
- ◀ بیگم فقیهی، فاطمه، (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی حجاب و عفاف از منظر قرآن و حدیث و راهکارهای مقابله با آن، (پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد. مهدی ساجدی. در رشته الهیات و معارف اسلامی - علوم قرآن و حدیث، شیراز، دانشگاه شیراز.
- ◀ کربلایی پازوکی، علی و محمدحسین خوانین‌زاده، (۱۳۹۳). «آسیب‌شناسی مسئله حجاب و عفاف در بین دانشجویان دختر کارشناسی دانشگاه علامه طباطبایی»، فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، سال ۵، ش ۱۸.
- ◀ توکلی دارستانی، شقایق و سعید شهباز مرادی، (۱۳۸۷). «آسیب‌شناسی مدیریت منابع انسانی با هدف بهبود و توسعه»، مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، ش ۴.
- ◀ چلبی، مسعود، (۱۳۸۵). تحلیل اجتماعی در فضای کنش. تهران: نشر نی.
- ◀ خوش‌رو، داود و حجت اسماعیلی، (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر عفاف و حجاب بر کاهش آسیب‌های اجتماعی»، همایش ملی عفاف، حجاب و سبک زندگی، استان خراسان رضوی، شهرستان زاوه.
- ◀ دعایی، حبیب‌الله، (۱۳۷۳). «ارائه الگوی ارتباطات سازمانی مناسب در گروه ملی صنعتی فولاد ایران»، (خلاصه ای از رساله دکترا). فصلنامه دانش مدیریت. د ۲۵.
- ◀ دفت، ریچارد ال، (۱۳۷۷). تئوری و طراحی سازمان. ترجمه‌ی علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ◀ رایبیز، استیفن پی، (۱۳۸۵). تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها). سید مهدی اعرابی. تهران: بی نا.
- ◀ راهنما، اکبر، زهرا علی اکبری آرانی و مجید خاری آرانی، (۱۳۹۵). «بررسی مفهوم حجاب در متون اسلامی، جایگاه آثار و جلوه‌های تربیتی آن»، معارف قرآنی، س ۶، ش ۲۲.
- ◀ زارعی، بهروز و عظیم زارعی، (۱۳۸۲). «اشکال ارتباطات بین سازمانی»، مدیریت و توسعه، ش ۱۹.
- ◀ زارعی، عظیم، (۱۳۸۵). طراحی مدلی جهت شناسایی، مستندسازی و تحلیل ارتباطات بین سازمانی در بخش دولتی، (رساله دکتری مدیریت)، عادل آذر. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- ◀ زاهدی، شمس‌السادات، (۱۳۷۹). مدیریت فراملیتی، تهران: سمت.

- ◀ سالاری فر، محمدرضا، (۱۳۹۶). «مبانی روان‌شناختی حجاب و عفاف با تأکید بر متون اسلامی»، *مطالعات اسلام و روان‌شناسی*، س ۱۱، ش ۲۱.
- ◀ سهرابی، حسین‌علی، (۱۳۹۸). «آسیب‌شناسی ارتباطات بین سازمان پلیس با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه عفاف»، *دانشگاه علوم انتظامی*، دانشکده علوم و فنون اطلاعات و آگاهی.
- ◀ شارع پور، محمود، سیده زینب تقوی و مهدی محمدی، (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل موثر بر گرایش به حجاب مطالعه موردی» گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران»، *تحقیقات فرهنگی*، د ۵، ش ۳.
- ◀ شاکری‌نژاد، محسن، (۱۳۹۸). «شاخص‌های عفاف و حجاب در شخصیت‌های زنان تحصیلکرده سریال‌های تلویزیونی ایرانی»، *مطالعات راهبردی زنان*، د ۲۱، ش ۸۳.
- ◀ شریف زاده، فتاح و سهیلی راد، غلامرضا، (۱۳۸۲). «بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی در اثر بخشی نظام تصمیم‌گیری در شرکت برق منطقه ای فارس و شرکت‌های وابسته»، *مدیریت و توسعه*. ش ۱۹.
- ◀ شعبانپور، محمد (۱۳۹۷). «کارکرد حدیث در دانش کلام»، *سراج منیر (دانشگاه علامه طباطبایی)*، ش ۳۳.
- ◀ صارمی، امین نوذر و امیر همتی، (۱۳۹۴). «چالش‌های فرماندهان و مدیران در مدیریت انتظامی پدیده بدحجابی؛ مورد مطالعه استان کرمانشاه»، *مطالعات مدیریت انتظامی*، س ۱۰، ش ۳.
- ◀ عبدالرحمانی، رضا و اصحاب حبیب‌زاده، (۱۳۹۵). «نقش ارتباطات بین سازمانی نیروی انتظامی در ارتقاء امنیت عمومی؛ مطالعه موردی: شهر بندرعباس، مدیریت انتظامی» س ۱۱، ش ۲.
- ◀ فراهیدی، خلیل‌بن احمد، (۱۴۱۰). *العین*، قم: دارالهجره.
- ◀ فرهنگی، علی اکبر، (۱۳۸۳). «ارتباطات سازمانی رسمی و غیررسمی، مدیریت دولتی» ش ۳.
- ◀ قاسمی محمودیان، زهرا، حمید عطاءآبادی و عبدالعزیز فاضلی، (۱۳۹۵). «تأثیر عفاف در قدرت‌یابی زنان در جامعه‌ی سیاسی ایران»؛ با تأکید بر جمهوری اسلامی ایران»، *ویژنه‌نامه زن و جامعه*.
- ◀ لیتل جان، استیفن، (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه‌ی سید مرتضی نوربخش و سید علی‌اکبر میرحسینی، تهران: جنگل.
- ◀ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، (۱۳۹۷). *عوامل مؤثر بر اجرایی شدن سیاست‌های حجاب و راهکارهای پیش رو*.
- ◀ مصطفوی، حسن، (۱۳۳۸). *التحقیق فی الکلمات القرآن الکریم*، تهران: ارشاد اسلامی.
- ◀ مطهری، مرتضی، (۱۳۸۹). *مسئله حجاب*، تهران: صدرا.
- ◀ ممی‌زاده، جعفر، (۱۳۷۵). *دانش بهسازی و نوسازی سازمان*، تهران: روایت تابستان.
- ◀ مورهد، گرگوری و ریکی گریفین، (۱۳۹۴). *رفتار سازمانی*، ترجمه‌ی: سیدمهدی الوانی، غلامرضا معمارزاده، تهران: مروارید.

- ◀ مهدی‌زاده، حسین، (۱۳۸۹). فلسفه حجاب، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی اما خمینی.
- ◀ مهریزی، محمد حسین، (۱۳۷۶). جواهرالکلام، تهران: المکتبه الاسلامیه.
- ◀ میرزایی، مهدی، (۱۳۹۴). «ضرورت آسیب‌شناسی حجاب و عفاف و پدیده مدگرایی در ارتباط با سبک زندگی، نظم و امنیت»، همایش ملی سبک زندگی، نظم و امنیت، دانشگاه زنجان.
- ◀ میرحسینی، زهرا، زهرا بوبور، مرضیه صمصامی، نیره احمدی و زینب اختری، (۱۳۹۹). «چالش‌های زندگی روزمره زنان حاشیه‌نشین شهر تهران»، مطالعات راهبردی زنان، ۲۳، ش ۸۹.
- ◀ الوانی، سید مهدی و غلامرضا معمارزاده، (۱۳۹۴). رفتار سازمانی، مشهد: مروارید.
- ◀ سیگنایتر، بنو، سون ویندال و جین اولسون، (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات (مقدمه‌ای بر ارتباطات برنامه‌ریزی شده). علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- ◀ هال، ریچارد اچ، (۱۳۸۴). سازمان: ساختار، فرایند و راه‌آوردها، ترجمه‌ی علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ◀ یوسفی، بهرام، (۱۳۷۶). طراحی و تبیین الگوی تحلیل ارتباطات سازمانی در سازمان تربیت بدنی، (پایان‌نامه دکتری تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشکده علوم انسانی و علوم اداری و مدیریت دانشگاه تهران).

- Ibrahim ,M.K.M .(2003) ,Interorganizational Systems From Different Perspectives .Netherlands .TilburgUniversity Department of Information Systems and Management.
- Bernard ,Chester” (1983) ,The function or executives .Cambridge :Harvard University Press. “*Construction Innovation*.(3) 5.
- Dyer, Jeffrey H & Harbir Singh. (1998). “The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage.” *Academy of Management Review*, 23.
- Harrison, M. I. (2005). *Diagnosing Organizations, Methods, Models, and Process*. Sage Publication.
- Kimberley R. Isett, (2005). “A Model of Interorganizational Network Formation”. Columbia University.New York, New York.
- Rao. Sally & Perry. Chad, (2003); “Convergent interviewing to build a theory in under-researched areas: principles and an example investigation of Internet usage ininter-firm relationships”, *Qualitative Marke Research: An International Journal*, Vol 6, N 2003.
- Saeed, B. B. & W. Wang, (2013). “The Art of Organizational Diagnosis:

Pathogens and Remedies”. *iBusiness*, 5 (2).

- ▶ Sharp, Jeff S (2001). “Locating the Community Field: A Study of Interorganizational Network Structure and Capacity for Community Action.” *Rural Sociology*, 66, 3.
- ▶ Tarlo, E. (2007), “Hijab in London: Metamorphosis, Resonance and Effects”, *Journal of Material Culture*, 12 (2).
- ▶ Truman, Gregory E. (1996) An Empirical Investigation Into Interorganizational systems Usage, Systems Intergration, And Organization. Performance In The Group Insurance Indutry. Working Paers eries. NUN Stern School of Business. New York.
- ▶ Watson, Helen (1994) ‘Women and the Veil’, in Akbar Ahmed and HastingsDonnan (eds) *Islam, Globalization and Postmodernity*, pp. 141–59. London:Routledge.

بررسی رابطه‌ی ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی با توجه به نقش میانجی‌گر باورهای قالبی (مطالعه‌ی موردی: زنان کارآفرین استان خوزستان)

معصومه باقری*، سیده منا فاضلی پور**، علی موسوی نسب***

چکیده

کارآفرینی فرایندی است که در شبکه‌ی متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است. روابط اجتماعی می‌توانند رابطه‌ی کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کنند. براین اساس مطالعه، شناخت و تحلیل روحیه‌ی کارآفرینی از رویکردی جامعه‌شناختی اهمیتی دوچندان می‌یابد. هدف پژوهش حاضر بررسی ارتباط میان روحیه‌ی کارآفرینی و ارزش‌های فرهنگی باتوجه به نقش میانجی باورهای قالبی است. جمعیت آماری شامل کلیه‌ی زنان کارآفرین (اعم از زنان فعال در هسته‌های فناور) استان خوزستان است که طبق آمار ارائه شده از سوی امور بانوان استانداری ۲۶۴ نفرند. روحیه‌ی کارآفرینی بر مبنای دیدگاه نیاز به موفقیت، ارزش‌های فرهنگی باتوجه به دیدگاه پارسونز و همچنین باورهای قالبی به عنوان متغیر میانجی بر مبنای نظریه‌ی جامعه‌پذیری جنسیتی تبیین نظری شده است. حجم نمونه با توجه به خطای نمونه‌گیری ۰/۱۰۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ با آماره‌ی مجذور کای برای یک درجه‌ی آزادی مقدار $n=140$ به دست آمد. یافته‌های پژوهش نشانگر اثرگذاری ارزش‌های فرهنگی در چهار بعد توزیع قدرت، درجه‌ی پذیرش ابهام، مردانگی و فردگرایی بر روحیه‌ی کارآفرینی با توجه به میانجی‌گر متغیر باورهای قالبی است. براین مبنای برای تقویت روحیه‌ی کارآفرینی علاوه بر شناسایی ظرفیت‌های زیست‌بوم کارآفرینی در استان خوزستان، توجه به فرهنگ ایده‌پروری و ایده‌پردازی و همچنین ایجاد تغییر و تحول ساختاری به‌ویژه در حیطه‌ی باورهای قالبی ضرورت می‌یابد.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، روحیه‌ی کارآفرینی، ارزش‌های فرهنگی، باورهای قالبی.

*. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهیدچمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده‌ی مسئول) (m.bagheri@scu.ac.ir)

** . دانشجوی دکتری مسائل اجتماعی، دانشگاه شهیدچمران اهواز، اهواز، ایران (Mfazeli139@gmail.com)

*** . کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (alimosavinasab@yahoo.com)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۲

۱. مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی پدیده‌ای اجتماعی است. این پدیده یک رفتار اجتماعی مطلوب است که نمی‌تواند صرفاً محصول خلاقیت اجتماعی باشد، بلکه حاصل تعامل سازنده‌ی فرد در بافت جامعه است. به عبارتی بسترهای اجتماعی و فرهنگی می‌توانند زمینه‌ساز شکوفایی خلاقیت و یا به عکس عامل افول آن باشند. از نظر تیمونز کارآفرینی ایجاد یک چیز ارزشمند از هیچ و کارآفرین کسی است که قدرت درک بالا و توانایی یافتن فرصت‌ها را دارد و می‌تواند از طریق پرورش اندیشه و ایده‌ی خود و تبدیل به محصول یا خدمتی، اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ نماید (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۶۵). در عصر حاضر، با مطرح شدن مفهوم عاملیت انسانی در نظریه‌های توسعه، یکی از شاخص‌های مهم برای سنجش توسعه‌ی هر کشور، وضعیت زنان و سطح توانمندسازی این قشر از جامعه است (حاجی‌لو و همکاران، ۱۳۹۹: ۹۵). در جامعه‌ی امروز که مقوله‌ی کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است، زنان نقش مهم و رو به رشدی در توسعه‌ی کسب‌وکار به عهده گرفته‌اند و کارآفرینی زنان به موضوع مهمی در سراسر جهان تبدیل شده است. گزارش سال ۲۰۰۲ کارآفرینی جهان - که مرکز کارآفرینی کافمن آن را منتشر کرده است - تأکید می‌کند، کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملتها دارد (ربیعی و سرابی، ۱۳۹۲: ۳۵ به نقل از مرکز مطالعات کارآفرینی جهان، ۲۰۰۲). از طرفی، اجتماعی که کارآفرین در آن قرار می‌گیرد، نقش بسیار مهمی در سوق دادن وی به کارآفرینی و موفقیت او دارد. ساختارها و بسترهای اجتماعی موجود می‌توانند تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده‌ی فرایند کارآفرینی باشند. از این عوامل می‌توان به نظام تعلیم و تربیت، رسانه‌های جمعی، هنجارهای اجتماعی رسمی و غیررسمی، نوع نگرش جامعه به شیوه‌ی تقسیم کار، باورهای کلیشه‌ای، الگوهای نقش، تضاد نقش و تعدد مسؤولیت‌های زنان و... اشاره کرد. براساس تئوری‌های اجتماعی ساختارهای اجتماعی مانند خانواده، محیط کار و روابط اجتماعی در دسترسی زنان به فرصت‌های شغلی تأثیر داشته و می‌توانند در عملکرد آنها مؤثر باشند (گلرد و احمدپور، ۱۳۸۹: ۲۲۴).

زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه‌ی کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها موجب سود اقتصادی می‌شود، منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند (Seymour, 2001: 2). در نگاه گیدنز، مشاغل زنان در بازارهای کار، دومین تمرکز را یافته است. این بازارها شامل شغل‌های مختلف بی‌ثبات است، تأمین شغل و دستمزدها در آن اندک بوده، فرصت‌های کمی برای پیشرفت و ترفیع شغلی وجود دارد و شرایط کار غالباً نامناسب است (گیدنز، ۱۳۸۹: ۵۴۶).

علاوه بر این، گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۱ این نکته را خاطر نشان می‌کند که کارآفرینی در جهان امروز در حال پیشرفت سریع است و کارآفرینی زنان موضوع پرتوجه پرتعداد کشورهاست. این در حالی است که درصد کارآفرینی زنان در بیشتر کشورها پایین‌تر از کارآفرینی مردان است. زنان منبع حیاتی رشد در جهت ارتقای اقتصاد کشورها هستند؛ با این حال زنان هنوز با چالش‌های اساسی برای رسیدن به بیشینه‌ی ظرفیت خود در فعالیت‌های اقتصادی مواجه‌اند (Kelley & et al, 2010: 8).

هنجارهای رایج در زمینه‌ی تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان و مردان، مسئله‌ی تعدد نقش زنان به طوری که انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل و ... مواردی هستند که زنان را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند. همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و شرکت نکردن در شکل‌های صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی به استمرار ساخت نابرابر کمک می‌رساند (رستمعلی زاده و جمعه‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۵۶ به نقل از یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱). بنابر عقیده‌ی ویلیام بایگرو، تصمیم‌گیری یا فقدان تصمیم‌گیری برای ورود به کسب‌وکار و تعقیب ایده‌ی کارآفرینی به عواملی نظیر شرایط کودکی، وضعیت نظام خانواده، دوستان، الگوی نقش و وضعیت اقتصادی تجارب قبلی بستگی دارد (رستمعلی زاده و جمعه‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۵۶ به نقل از یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱). بر این مبنا واکاوی علمی و تحلیل جامعه‌شناختی این پدیده با توجه به شرایط زیستی و تنوع قومیتی و وجود ظرفیت‌های بالقوه کارآفرینی اعم از کارآفرینی در حوزه‌های دانش‌بنیان و حوزه‌هایی چون کسب‌وکار خانگی در استان خوزستان اهمیتی دوچندان می‌یابد. در این پژوهش، ارتباط ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی زنان با توجه به میانجی‌گری متغیر باورهای قالبی زنان بررسی و تحلیل جامعه‌شناسی شده است.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

بیشتر مطالعات انجام شده در موضوع کارآفرینی زنان بر ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین و نیز محدودیت‌ها، موانع و چالش‌های پیش روی این زنان متمرکز بوده است. در این میان، به ساختارهایی از قبیل ساخت‌های ذهنی و اجتماعی کمتر توجه شده است. هزارجریبی در مطالعه‌ای میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصه‌ی نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران را بررسی کرده است. وی همچنین ویژگی‌های مختلف کارآفرین را آزموده و سپس رابطه‌ی آنها را با متغیرهایی نظیر مهارت‌های فردی، انگیزه‌ی فردی،

ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت از طریق آزمون‌های مختلف سنجیده و به نتایجی رسیده است که می‌توان از جمع آنها دریافت که با تعیین ویژگی‌های کارآفرینان متغیرهای فوق بین سنین ۳۰-۲۰ سال تأیید شده است. از نظر سنی، جوانان فرهیخته در فعالیت‌های اندیشه‌سازی و اطلاع‌رسانی بیشترین حضور را داشته ولی از لحاظ جنسیتی تفاوت نداشته‌اند (هزار جریبی، ۱۳۸۳). میرغفوری و همکاران، در پژوهشی با عنوان «تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی» به این نتایج رسیدند که عوامل خانوادگی، مالی، شخصیتی و علمی-تحصیلی از مهم‌ترین موانع در کارآفرینی زنان بوده است (میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۸). گلرد در پژوهشی با عنوان «خانواده و راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی» شرایط خانوادگی زنان کارآفرین و حمایت‌های کارآفرینی زنان ایرانی خانواده‌ی زنان را مطالعه کرده است. نتایج این مطالعه نشان داده است که نیازهای اقتصادی خانواده مهم‌ترین عامل در ورود زنان به کارآفرینی محسوب می‌شود و بعد از آن، خانواده‌ی کارآفرین، حمایت عاطفی خانواده، فوت همسر، متارکه، حمایت مالی و در نهایت حمایت شبکه‌ای خانواده از عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه‌ی کارآفرینی زنان هستند (گلرد، ۱۳۸۸).

نیازکار و عرب مقدم نیز در پژوهشی موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان از منظر کارآفرینان زن دانشگاهی را بررسی کردند. یافته‌ها نشان داده که مهم‌ترین موانع بر سر راه کارآفرینان موانع اقتصادی، مالی و تجاری و بعد از آن موانع ساختاری و سپس موانع اجتماعی- فرهنگی است (نیازکار و عرب‌مقدم، ۲۵-۵: ۱۳۸۹). یعقوبی فرانی و همکاران نیز به این نتایج رسیدند که بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی- فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آنها رابطه‌ی معناداری وجود دارد (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳). جمشیدی و همکاران در پژوهشی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان در روستاهای شهرستان اردل را بررسی کردند. در این پژوهش شش عامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، ترویجی، فردی- رفتاری و محیطی به عنوان عوامل پیش‌برنده در توسعه‌ی کارآفرینی زنان شناسایی شدند. همچنین بیشترین اثرگذاری مربوط به عوامل اقتصادی و سپس مربوط به عوامل اجتماعی بوده که روی توسعه‌ی کارآفرینی زنان مؤثرند. در نهایت، عوامل آموزشی و مدیریتی، روان‌شناختی، فنی و سیاست‌گذاری به عنوان عوامل بازدارنده شناسایی شده‌اند.

نتایج مطالعات پیتز دراکر در مورد نقش کارآفرین در ایجاد اشتغال در آمریکا نشان می‌دهد که افزایش اشتغال در آمریکا را نمی‌توان به فناوری برتر نسبت داد، بلکه عامل اصلی افزایش اشتغال، کارآفرینی در صنایع کوچک و متوسط بوده است. همچنین نتایج مطالعات وی نشان می‌دهد که

خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند (Drucker, 1985). نوآوری و خلاقیت به دانش، قوه‌ی ابتکار و تمرکز نیاز دارد. عده‌ای از افراد استعداد بیشتری برای نوآوری نسبت به بقیه دارند. در مطالعه‌ی باتنر که روی ۱۲۹ زن کارآفرین در آمریکا انجام شده است، تعدادی از زنان کارآفرین ابراز داشتند که به علت زن بودن قادر به ورود به برخی از محافل اجتماعی نبوده‌اند. به نظر می‌رسد در زمینه‌ی ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تماس، مردان نسبت به زنان امتیازات و امکانات بیشتری دارند. این موضوع در مورد زنان سیاهپوست شدیدتر است (Buttner, 1997). شایبر و گریگوریو نیز ارتباط بین اهداف فردی زنان و عوامل ساختاری مؤثر برای تصمیم به شروع کسب‌وکارشان را بررسی کردند. این مطالعه به صورت کیفی با رویکرد گراندد تئوری از طریق مصاحبه با زنان کارآفرین انجام شده است. هدف از این مطالعه نگاه دقیق‌تر به این موضوع است که زنان کارآفرین چگونه مزیت‌ها و محدودیت‌های اهداف و دیدگاهشان را در مواجهه با شروع کسب‌وکار به صورت واقعی و بالقوه تعریف می‌کنند. یافته‌های این مطالعه نشان داد، عوامل ساختاری که زنان نیاز دارند (صلاحیت/ تجربه‌ی کاری و حمایت خانوادگی) موجب عملیاتی شدن اهداف و تصمیمات کسب‌وکار آنها می‌شود (Shabbir & Gregorio, 1996).

لی در مطالعه‌ای با عنوان «انگیزه‌های زنان کارآفرین در سنگاپور»، انگیزه‌هایی که زنان را به صاحبان کسب‌وکار تبدیل می‌کنند را بررسی کرده است. اهداف این تحقیق کشف خصوصیات یک زن کارآفرین معمولی در سنگاپور، نیازهای انگیزشی زنان کارآفرین و عوامل مؤثر در نیازهای انگیزشی زنان کارآفرین بوده است. از نظریه‌ی نیاز به عنوان چارچوب نظری برای مطالعه‌ی انگیزه‌ی زنان کارآفرین استفاده شده است. فرض است که مالکیت کسب‌وکار برآیند ظهور چهار نیاز موفقیت، وابستگی، استقلال و سلطه است. نتایج نشان می‌دهد که زنان کارآفرین انگیزه‌ی نیاز بالایی برای دستیابی به موفقیت، انگیزه‌ی نیاز کمی برای سلطه و انگیزه‌ی نیاز متوسطی به وابستگی و استقلال را دارند (Lee, 1966).

رامان و همکاران در مطالعه‌ی مقایسه‌ای بین زنان کارآفرین و زنان غیر کارآفرین در مالزی عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی که می‌تواند به تصمیم کارآفرینی منجر شود را بررسی کرده‌اند. مقایسه‌ی این سه عامل در میان زنان کارآفرین در شرکت‌های کوچک و متوسط با زنان غیر کارآفرین انجام شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تفاوت عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی در زنان کارآفرین و غیر کارآفرین قابل توجه است. عوامل محیطی، حمایت روانی، بهره‌مندی از محیط و شرایط کار قبلی به مثابه عوامل معنی‌دار در کارآفرینی زنان بوده است. تفاوت‌های شخصیتی نیز در این مطالعه نشان می‌دهد که کارآفرینان مهارت‌های استدلالی، ثبات

احساسی، هوشیاری و انتزاع بیشتری را به تصویر می‌کشند. علاوه بر این، کارآفرینان خصوصیات بالایی همچون انعطاف‌پذیری برای تغییر، کمال‌گرایی، تنش بیشتر و سرزندگی کمتری دارند. به طور کلی عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان در این پژوهش‌ها عبارت‌اند از: ویژگی‌ها و خصایص شخصیتی و فردی، شرایط اجتماعی و فرهنگی، نیازهای اقتصادی و عوامل ساختاری (Raman & et al, 2013).

تلاش در پژوهشی با عنوان «موانع فرهنگی کارآفرینی زنان: بینشی از جامعه امارات متحده عربی» بر مبنای رویکرد برساخت‌گرایی و به روش مصاحبه‌ی ساختار نیافته و عمیق با ۲۰ زن کارآفرین در امارات متحده عربی، بر مبنای نوع‌شناسی ارزش‌های فرهنگی هافستد ارتباط متقابل جنسیت، عوامل فرهنگی و آموزه‌های اسلامی را در تبیین موانع پیش روی کارآفرینی زنان مطالعه کرده است. یافته‌های پژوهش بر حمایت خانواده و نقش ارزش‌های فرهنگی در تقویت اعتماد به نفس زنان کارآفرین تأکید دارد (Tlaiss, 2014).

براجز و الیوت در مقاله‌ای با عنوان «تبیین جایگاه کارآفرینی: مطالعه‌ای درباره‌ی زنان کارآفرین آلمانی» به نقش جنسیت و باورهای قالبی در تبیین کارآفرینی زنان می‌پردازد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد، به دلیل محدودیت‌های ساختاری ناشی از باورهای قالبی، مشاغل کارآفرینانه انتظارات زنان را برآورده نمی‌کنند، همچنین در کشوری با نرخ اشتغال بالا وجود نابرابری جنسیتی در زندگی زنان کارآفرین در انگیزه‌های فردی و روحیه‌ی کارآفرینی تأثیر دارد (Braches & Elliott, 2016). نامبیر و همکاران در پژوهشی با عنوان «اکوسیستم کارآفرینی زنان در شهرهای آفریقای جنوبی» از طریق انجام ۴۰ مصاحبه نیمه‌ساختار یافته با زنان کارآفرین وضعیت اکوسیستم کارآفرینی در آفریقای جنوبی را ارزیابی کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، زنان کارآفرین در زمینه‌های پیچیده و محیط‌های کم‌درآمد شهرهای آفریقای جنوبی با چالش‌های روانی-اجتماعی ناشی از طیف وسیعی از روابط ذی‌نفعان روبه‌رو هستند و مسیر و الگوی شغلی متفاوتی نسبت به مردان دارند (Nambiar & et al, 2019).

مالمستروم و همکاران در پژوهش خود ضمن مطالعه و تجزیه و تحلیل چند متغیره داده‌های مربوط به ۱۳۱ برنامه‌ی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز تأثیرات باورهای قالبی و تبعیض جنسیتی در روحیه‌ی کارآفرینی زنان را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، زنان کارآفرین به واسطه‌ی باورهای قالبی و تبعیض جنسیتی در حوزه‌ی جذب سرمایه نسبت به مردان آسیب‌پذیرتر بوده‌اند (Malmstrom & et al, 2020). پژوهش‌های علمی مذکور اغلب به تحلیل ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، موانع اثرگذار بر روحیه‌ی کارآفرینی زنان و انگیزه‌های آن‌ها پرداخته‌اند. وجه تمایز

پژوهش حاضر توجه به ارتباط مقوله‌ی ارزش‌های فرهنگی و باورهای قالبی با روحیه‌ی کارآفرینی از منظر ساختاری و بافت خاص جامعه مورد مطالعه است.

۳. چارچوب نظری پژوهش

مک کله‌لند روان‌شناس اجتماعی، نظریه‌ی نیاز به موفقیت را برای اولین بار در مباحث اجتماعی مطرح کرد. وی معتقد است، در جوامع کمتر موفق، میزان سرمایه‌گذاری و خطرپذیری پایین و در نتیجه توسعه نیافته هستند و در جوامع موفق میزان سیاست‌گذاری و خطرپذیری بالاست. در این جوامع افرادی پیدا می‌شوند که کسب و کار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند؛ شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کنند و ظرفیت تولیدی و بهره‌وری آن را افزایش و بهبود می‌بخشند. مک کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوه‌ی جامعه‌پذیری، شیوه‌ی تربیتی والدین، طبقه‌ی اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر در توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی می‌داند. توجه خاص او به فرهنگ در امر کارآفرینی است و مناسب‌ترین نوع جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتمادبه‌نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود (غلامیان و نازک‌تبار، ۱۳۸۶: ۲). فعالیت‌های پارسونز با ارائه‌ی نظریات خود در باب سیستم، آشکارا بر نقش حیاتی فرهنگ در نظریه‌ی سیستم اجتماعی تأکید دارد. پارسونز تلاش می‌کند تا با تئوریزه کردن فرهنگ به منزله‌ی حوزه یا نظامی مستقل، نهادهای فرهنگی و اجتماعی را از یکدیگر متمایز کند و معتقد است فرهنگ به عنوان سیستم نمادین معنادار (الگوهای ایده‌ها، ارزش‌ها) هم رفتار انسان و هم نتایج حاصل از آن را شکل می‌دهد. وی به لحاظ تجربی در مقایسه با جامعه، برای فرهنگ استقلال فراوانی قائل است (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۱۰). در این پژوهش روحیه‌ی کارآفرینی بر مبنای دیدگاه نیاز به موفقیت و ارزش‌های فرهنگی با توجه به دیدگاه پارسونز و همچنین باورهای قالبی به عنوان متغیر تبیین شده است.

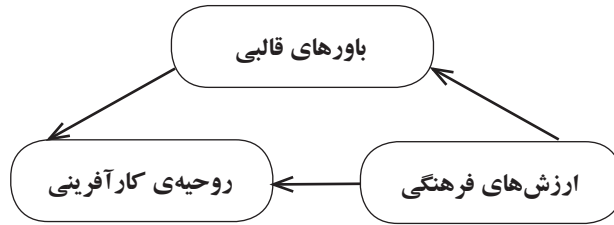
طبق نظریه‌ی جامعه‌پذیری جنسیتی، پسرها و دخترها نقش‌های جنسیتی و هویت‌های مذکر و مؤنث را که با این نقش‌ها همراه است به کمک کارگزاران اجتماعی مثل خانواده و رسانه‌ها می‌آموزند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۸۵).

مفهوم طرح‌واره به یک ساخت‌شناختی اطلاق می‌شود که نشان‌دهنده‌ی آگاهی و شناخت فرد راجع به یک مفهوم یا یک نوع محرک (شامل اسنادهای آن و روابط میان اسنادها) است. طرح‌واره به عنوان شیوه‌های مهم قالب‌سازی دیدگاه یک فرد درباره‌ی جهان‌ش در نظر گرفته می‌شوند، چراکه در فرآیندهای توجه، حافظه و استنباط اجتماعی تأثیر می‌گذارد. یکی از مهم‌ترین طرح‌واره‌های

بررسی شده، طرح‌واره‌ی جنسیت است که مطالعه درباره‌ی آن به ارائه‌ی نظریه‌ی طرح‌واره منجر شده است. ساندرز با این نظریه را که در چارچوب نظریه‌های مربوط به هویت جنسیتی است، مطرح کرده است. هویت جنسیتی زمانی شکل می‌گیرد که کودکان معنا و تصویری از خود می‌سازند که در بردارنده‌ی مفاهیم مردانگی یا زنانگی است و جنسیت به بخشی از خودپنداره‌ی آنها تبدیل می‌شود. کودکان بین سنین چهار تا هفت سالگی، به تدریج مفهوم ثبات جنسیتی را می‌فهمند، بدین معنی که تشخیص می‌دهند جنسیت یک ویژگی اساسی و بنیانی برای تعریف و شناخت هر کس است. پس از استحکام این شناخت‌ها، ادراکات فرد متأثر از آنچه درباره‌ی جنسیت یاد گرفته‌اند، قرار می‌گیرد. به عقیده‌ی هم، کودکان این آگاهی عمومی را دارند تا اطلاعات راجع به خودشان را بر مبنای تعاریف اجتماعی رفتارهای مناسب برای هر جنس، سازماندهی کنند. به موازات رشد کودکان، آنها به تفصیل عقاید مربوط به مرد یا زن بودن را در فرهنگ خودشان می‌آموزند (ریاحی، ۱۳۸۶: ۱۱۵).

طبق نظریه‌ی طرح‌واره‌ی جنسیت، جنسیت یک ویژگی اساسی و بنیادی برای تعریف و شناخت هر کس است. پس از استحکام این شناخت‌ها، ادراکات فرد متأثر از آنچه که درباره‌ی جنسیت یاد گرفته است، قرار می‌گیرد. به عقیده‌ی هم، کودکان این آمادگی عمومی را دارند تا اطلاعات راجع به خودشان را بر مبنای تعاریف اجتماعی رفتارهای مناسب برای هر جنس، سازماندهی کند. کودکان به موازات رشدشان، باورهای مربوط به مرد یا زن بودن را در فرهنگ خودشان به تفصیل می‌آموزند. پیش‌فرض ما این است که طرح‌واره‌ی جنسیتی و باور قالبی اساس ذهنیت افراد را در ارتباط با کار و روحیه‌ی کارآفرینی شکل می‌دهند. بر این اساس فرضیه‌های این پژوهش به شرح ذیل است:

- بین ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- بین ارزش‌های فرهنگی و باورهای قالبی رابطه وجود دارد.
- بین باورهای قالبی و روحیه‌ی کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- متغیر باورهای قالبی در ارتباط با ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی نقشی میانجی دارد.



شکل (۱) مدل نظری تحقیق

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. جمعیت آماری شامل همه‌ی زنان کارآفرین (اعم از زنان فعال در هسته‌های فناور) استان خوزستان است که طبق آمار ارائه شده از سوی امور بانوان استانداری ۲۶۴ نفر می‌باشند. حجم نمونه پس از محاسبه با استفاده از فرمول کوکران، با توجه به خطای نمونه‌گیری ۰/۰۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ با آماره‌ی مجذور کای برای یک درجه‌ی آزادی، مقدار $n=140$ به دست آمد. در انتخاب جمعیت نمونه در این تحقیق، از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. برای حصول روایی مقبول در این تحقیق، ابتدا طی جلسات متعدد با کمک اساتید متخصص معتبرترین شاخص‌های گردآوری شده از بین شاخص‌های حاضر در پرسش‌نامه‌های موجود و آزمون شده قبلی، انتخاب شدند. سپس چند تن از اساتید و کارشناسان مرتبط با موضوع تمامی گویه‌های استخراج شده را مطالعه کردند. اشتراک نظر آنها بر گویه‌ها مبنی بر معتبر بودن سنجه‌ی مورد نظر بود. به منظور ارزیابی میزان پایایی مفاهیم و ابعاد مورد سنجش، روش همبستگی درونی آلفای کرونباخ استفاده شد (جدول شماره‌ی ۱).

جدول (۱): نتایج پایایی

متغیر	مقدار آلفای کرونباخ
روحیه‌ی کارآفرینی	۰/۸۵۲
ارزش‌های فرهنگی	۰/۷۲۱
باورهای قالبی	۰/۶۹۱

تعریف متغیرهای اصلی

الف- روحیه کارآفرینی: منظور از روحیه‌ی کارآفرینی داشتن اشتیاق و علاقه برای ارائه‌ی ایده‌های نو، خلاق و همچنین داشتن روحیه‌ی ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، موفقیت‌طلبی،

ابهام‌پذیری و کنترل‌پذیری است که به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد‌یابنده مبادرت می‌ورزد (منصوری‌نژاد، ۱۳۸۹: ۸). به منظور تعریف عملیاتی روحیه‌ی کارآفرینی مقیاس روان‌شناختانه کارولند و همکاران (۱۹۸۴) به کار گرفته شد. این مقیاس ۶ بعد روحیه ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، موفقیت‌طلبی، نوآوری، کنترل‌پذیری، ابهام‌پذیری (تحمل ابهام) را می‌سنجد (کارولند و همکاران ۱۹۸۴، به نقل از منصوری‌نژاد، ۱۳۸۹).

ب- ارزش‌های فرهنگی: فرهنگ در فعالیت‌های بشر نقش بسیار وسیعی را ایفا می‌کند و بر زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی زندگی انسان تأثیرگذار است. هافستد^۱ پنج بعد برای ارزش‌های فرهنگی مطرح کرده است؛ این ابعاد عبارت‌اند از:

- توزیع قدرت: «هر اندازه که افرادی با قدرت کمتر در یک جامعه نابرابری در قدرت را می‌پذیرند و آن را امری معمول می‌دانند» (Hofstede, 1986: 307). این بعد میزان توزیع قدرت را نشان می‌دهد.

- فردگرایی: این مورد عبارت است از «میزانی که افراد در یک کشور ترجیح دهند به عنوان فرد عمل کنند تا اعضای یک گروه» (Ibid, 1994: 6). فرهنگ‌های فردگرا تصور می‌کنند هر فرد ابتدا به دنبال علاقه‌مندی خود و سپس علاقه‌مندی خانواده‌ی خود (همسر و فرزندان) است. در فرهنگ‌های جمع‌گرا هر فرد خود را به یک یا چند گروه داخلی متعلق می‌داند که نمی‌تواند از آن جدا شود. این گروه داخلی (چه خانواده باشد یا طایفه یا سازمان) از علاقه‌مندی اعضای خود حمایت می‌کند، اما در مقابل از آنها انتظار وفاداری مداوم دارد (Ibid: 1986: 307). در بسیاری از فرهنگ‌های شرق دور به‌عنوان نماد فرهنگ‌های جمع‌گرا، مردم به‌گونه‌ای اجتماعی می‌شوند تا روابط هماهنگ و یکپارچه‌ای با دیگران داشته باشند. تلاش افراد در چنین فرهنگی داشتن پیوند با دیگران و رفتارهای متناسب با گروه اجتماعی است.

- مردانگی: عبارت است از «میزان بهادادن به ارزش‌های مردانه همچون پیشرفت، کسب درآمد، آموزش، و ارزش‌های زنانه همچون جو دوستانه، امنیت جایگاه، شرایط فیزیکی و همکاری»؛ میزان بهادادن بیشتر به ارزش‌هایی همچون جرأت، عملکرد، موفقیت و رقابت نسبت به ارزش‌هایی همچون کیفیت زندگی، حفظ ارتباطات گرم شخصی، خدمات ارزش‌های غالب در فرهنگ‌های مردانه پیشرفت و موفقیت بوده، حال آنکه در فرهنگ‌های زنانه کیفیت زندگی و مراقبت و توجه به دیگران به‌عنوان ارزش‌های غالب مطرح‌اند (Ibid, 1994: 6).

1-Hofstede, 1980, 1991.

- درجه‌ی پذیرش ابهام: عبارت است از: «میزان عصبی شدن افراد از موقعیت‌هایی که تصور می‌کنند سازماندهی شده، مشخص و پیش‌بینی کردنی نبودند. این موقعیت‌ها مواردی هستند که آنها تلاش می‌کنند با حفظ اصول سخت رفتاری و اعتقاد به حقیقت محض، از آن اجتناب کنند» (Ibid, 1986:308). درجه‌ی پذیرش ابهام را نباید با اجتناب از ریسک اشتباه گرفت. این مورد شامل تمایل فرد برای ریسک‌پذیری نیست، بلکه با اولویت‌هایی برای قوانین و اصول مشخص شده همراه است (Ibid, 2001: 149). نجاتی و همکاران ساختار عاملی و پایایی پرسش‌نامه‌ی ارزش‌های فرهنگی را در ایران مورد بررسی قرار دادند و نتیجه‌ی بررسی این محققان مقیاسی ۱۶‌گویه‌ای مبتنی برمدل اولیه هافستد است که در این پژوهش برای عملیاتی‌سازی مفهوم ارزش‌های فرهنگی به کار گرفته شد. این مقیاس به‌طور کلی تأثیر فرهنگ موجود در جامعه را بر ارزش‌های اعضای آن جامعه به تصویر می‌کشد؛ همچنین جنبه‌های مهمی از فرهنگ را مطالعه می‌کند و بر مبنای سنجشی قیاسی به آنها امتیاز می‌دهد (نجاتی و همکاران، ۱۳۹۲).

ج- باورهای قالبی: مجموعه‌ای از نقش‌های جنسیتی است و شامل ارزش‌ها، رفتارها و علایقی است که هر فرهنگ خاص برای مردان و زنان مناسب می‌داند. ب‌م در سال ۱۹۷۴ پرسش‌نامه BSRL را ارائه داد. این مقیاس توسط احمدی (۱۳۸۷) اعتبار یابی شده است و شامل ۲۱‌گویه است (عنایتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۴).

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱- آماره‌های توصیفی متغیرها

سن پاسخگویان: آماره‌های توصیفی سن بدین قرار است که میانگین نمره‌ای که پاسخ‌گویان از مجموع نمرات این متغیر کسب کرده‌اند ۴۰، انحراف معیار ۷/۳۵ و واریانس ۳۳/۶۱ است. حداقل نمره برای این متغیر (سن پاسخ‌گویان) ۲۲ و حداکثر آن ۵۱ است. جدول شماره‌ی ۲ اطلاعات توصیفی از قبیل واریانس، میانگین و انحراف معیار مربوط به ارزش‌های فرهنگی، باورهای قالبی و روحیه‌ی کارآفرینی را در آزمودنی‌ها نشان می‌دهد.

جدول (۲): آماره‌های توصیفی

شاخص/متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
ارزش‌های فرهنگی	۴۸/۲۳	۷/۲۹	۱۶	۸۰
باورهای قالبی	۶۸/۰۴	۸/۷۴	۲۲	۱۰۰
روحیه‌ی کارآفرینی	۱۱۲/۲	۱۰/۸۹	۳۳	۱۶۵

۲-۵- تحلیل استنباطی روابط میان متغیرها

پیش از ارزیابی مدل ساختاری ارائه شده، لازم است معناداری وزن رگرسیونی (بار عاملی) سازه‌های مختلف پرسش‌نامه در پیش‌بینی گویه‌های مربوطه بررسی شود تا از برازندگی مدل‌های اندازه‌گیری و مقبول بودن نشانگرهای آنها در اندازه‌گیری سازه‌ها اطمینان حاصل شود. این مهم با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و نرم‌افزار AMOS انجام شد. با توجه به اینکه در مدل CFA وزن رگرسیونی تمامی متغیرها در پیش‌بینی گویه‌های پرسش‌نامه در سطح اطمینان ۰/۹۹ است، تفاوت معنادار با صفر دارد. بر مبنای تحلیل عاملی تأییدی بعد ابهام‌پذیری از تحلیل کنار گذاشته شد.

۹۴

۳-۵- الگوسازی معادله‌ی ساختاری

مدل‌سازی معادلات ساختاری عضوی از خانواده‌ی مدل‌های آماری است که به دنبال توصیف روابط میان متغیرهای چندگانه است. برای انجام این کار، مدل معادلات ساختاری، ساختار بین رابطه‌ای که در مجموعه‌ی معادلات وجود دارد و مشابه مجموعه‌ی معادلات رگرسیون چندگانه است را می‌آزماید. این معادلات نشانگر کلیه‌ی روابط میان سازه‌های (متغیر مستقل و وابسته) درگیر تحلیل هستند. متغیرهایی که به‌طور مستقیم قابل اندازه‌گیری نیستند متغیرهای پنهان یا سازه‌ها نامیده می‌شوند که به مفاهیم نظری که قابل مشاهده نیستند اشاره می‌کنند و شکل‌گیری روابط علیتی برآورد شده توسط مدل را ممکن می‌سازند این متغیرها به‌طور تقریبی به وسیله مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده شده نشان داده می‌شوند (برمر و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۴).

برای آزمون بررسی تأثیر ارزش‌های فرهنگی در روحیه‌ی کارآفرینی با میانجی‌گری متغیر باورهای قالبی ابتدا باید بررسی شود که ضریب رگرسیون مسیر ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی

کارآفرینی بدون متغیر میانجی معنادار است، زیرا اگر این مسیر معنادار نباشد، امکان آزمون میانجی‌گری وجود نخواهد داشت. برای این منظور رابطه‌ی دو متغیر ارزش‌های فرهنگی با متغیر روحیه‌ی کارآفرینی بررسی شد، شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل برازش خوبی دارد. برای بررسی برازش مدل پیشنهادی به چند شاخص توجه شد. یکی از این شاخص‌ها، شاخص کای اسکوئر بهنجار یا نسبی است که از تقسیم ساده‌ی مقدار کای اسکوئر بر درجه‌ی آزادی مدل محاسبه می‌شود. اغلب مقادیر بین ۲ تا ۳ را برای این شاخص مقبول می‌دانند. در مدل حاضر، χ^2/df معادل ۱/۶۰۰ به دست آمده است. بنابراین می‌توان گفت مدل برازش خوبی دارد. شاخص‌های برازش افزایشی (IFI) با مقدار ۰/۹۹، برازش تطبیقی (CFI) معادل ۰/۹۹، برازش هنجار شده بنتلر بونت (NFI) معادل ۰/۹۸ و نیکویی برازش (GFI) معادل ۰/۹۶ مدل پژوهش را تأیید می‌کنند. شاخص دیگر، شاخص ریشه‌ی دوم میانگین مربعات خطای برآورد است. مقدار مقبول RMSEA کمتر از ۰/۱ است. در پژوهش حاضر، میزان RMSEA معادل ۰/۰۵۷ شده است که این شاخص نیز برازش مدل را تأیید می‌کند.

جدول شماره‌ی ۳ نشان می‌دهد که مسیر ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب مسیر استاندارد بالای ۰/۳ و قدر مطلق آماره‌ی T نیز بیشتر از عدد ۲ است. به این ترتیب، فرضیه‌ی اصلی تحقیق یعنی رابطه‌ی ارزش‌های فرهنگی بر روحیه‌ی کارآفرینی تأیید می‌شود. بنابراین امکان انجام آزمون میانجی‌گری وجود دارد.

جدول (۳): میزان ضرایب غیر استاندارد، استاندارد و آماره‌ی t در الگوی معادلات ساختاری

ردیف	مسیرهای اصلی	ضریب مسیر غیر استاندارد	ضریب مسیر استاندارد	T
۱	ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی	۰/۳۰۸	۰/۳۸۴	۶/۶۳۷

در این مرحله از پژوهش، متغیر میانجی (باورهای قالبی) به مدل اضافه و بررسی شد که آیا متغیر باورهای قالبی می‌تواند نقش متغیر میانجی را ایفا کند. شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل برازش خوبی دارد. جدول شماره‌ی ۴ نشان می‌دهد مسیر ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی و مسیر باورهای قالبی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب مسیر استاندارد بالای ۰/۳ و قدر مطلق آماره‌ی T نیز بیشتر از عدد ۲ معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که متغیر باورهای قالبی می‌تواند به‌عنوان یک متغیر میانجی در مدل ایفای نقش کند.

جدول (۴): میزان ضرایب غیراستاندارد، استاندارد و آماره t در الگوی معادلات ساختاری

T Statistic	ضریب مسیر استاندارد	ضریب مسیر غیراستاندارد	مسیرهای اصلی
-۳/۵۷۳	-۰/۵۰	-۰/۱۹	ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی
-۳/۹۲۹	-۰/۷۵	-۱/۵۵	باورهای قالبی به روحیه‌ی کارآفرینی

در این مرحله، مسیر مستقیم بین متغیر ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی در مدل اثر میانجی بررسی می‌شود. اگر ضریب رگرسیون این مسیر معنادار باشد، یعنی متغیر ارزش‌های فرهنگی از هر دو مسیر مستقیم و غیرمستقیم در متغیر روحیه‌ی کارآفرینی تأثیرگذار است و به عبارت دیگر، متغیر باورهای قالبی به‌عنوان یک متغیر با نقش میانجی جزئی در مدل مطرح است. ولی اگر ضریب رگرسیون مسیر متغیر ارزش‌های فرهنگی به متغیر روحیه‌ی کارآفرینی معنادار نباشد، یعنی متغیر ارزش‌های فرهنگی فقط از طریق متغیر باورهای قالبی بر متغیر روحیه‌ی کارآفرینی تأثیرگذار باشد، متغیر باورهای قالبی به‌عنوان یک متغیر میانجی کامل در مدل ایفای نقش می‌کند. شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل برازش خوبی دارد. جدول شماره‌ی ۵ نشان می‌دهد که مسیر ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی و مسیر باورهای قالبی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب مسیر استاندارد بالای $۰/۳$ و قدر مطلق آماره T نیز بیشتر از عدد ۲، معنادار است، ولی مسیر ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب استاندارد پایین $۰/۳$ و قدر مطلق آمار T نیز کمتر از عدد ۲ معنادار نیست. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که متغیر باورهای قالبی می‌تواند به‌عنوان یک متغیر میانجی کامل در مدل ایفای نقش کند.

جدول (۵): میزان ضرایب غیراستاندارد، استاندارد و آماره t در الگوی معادلات ساختاری

T Statistic	ضریب مسیر استاندارد	ضریب مسیر غیر استاندارد	مسیرهای اصلی
-۳/۵۰۹	-۰/۵۱	-۰/۱۹	ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی
-۳/۷۳۰	-۰/۷۶	-۱/۵۶	باورهای قالبی به روحیه‌ی کارآفرینی
-۰/۱۳۶	-۰/۰۱	-۰/۰۱	ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی

بحث و نتیجه‌گیری

فرایند کارآفرینی زنان را می‌توان از چشم‌اندازهای متفاوتی بررسی کرد؛ این پدیده از عواملی چون ایستارها و نگرش‌ها در سطح خرد و ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در سطح کلان اثرپذیر است. پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل نقش میانجی باورهای قالبی در رابطه بین ارزش‌های فرهنگی و روحیه‌ی کارآفرینی به روش پیمایشی و با استفاده از الگوسازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار amos صورت پذیرفت. با توجه به تحلیل استنباطی روابط میان متغیرها مسیر ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی و مسیر باورهای قالبی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب مسیر استاندارد بالای $0/3$ و قدر مطلق آماره‌ی T نیز بیشتر از عدد ۲، معنادار است، ولی مسیر ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب استاندارد پایین $0/3$ و قدر مطلق آماره T نیز کمتر از عدد ۲ معنادار نیست. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، متغیر باورهای قالبی می‌تواند به‌عنوان یک متغیر میانجی کامل در مدل ایفای نقش کند. براین اساس ارزش‌های فرهنگی در چهار بعد توزیع قدرت، درجه‌ی پذیرش ابهام، مردانگی و فردگرایی در روحیه‌ی کارآفرینی اثرگذار است؛ لیکن این تأثیر باتوجه به میانجی‌گری باورهای قالبی تفسیر می‌شود. این یافته با پژوهش تلایس (۲۰۱۴) همسو است.

درباره‌ی توزیع قدرت می‌توان گفت نهاد خانواده نیز مانند سایر نهادهای اجتماعی در قرن گذشته دستخوش تحولاتی شده است. فرایند توسعه‌ی صنعتی، اجتماعی و سیاسی، ساختار روابط خانوادگی و قدرت را به سستی کشانده است. تحولات نقش‌های جنسیتی، با شروع سده‌ی نوزدهم و اوایل سده‌ی بیستم وضعیت زنان را تغییر داد و یکی از بارزترین پیامدهای آن، تحول در ساختار قدرت بود (گروسی، ۱۳۸۷: ۸). اینگلهارت معتقد است، اولویت‌های ارزش فرد متأثر از محیط اقتصادی - اجتماعی که فرد در طول سالهای قبل از بلوغ در آن به سر می‌برد، شکل می‌گیرد و با تغییر شرایط محیط اقتصادی - اجتماعی اولویت‌های ارزشی متفاوت خواهد شد (گروسی و یاری نسب، ۱۳۹۹: ۱۳۲ به نقل از اینگلهارت، ۱۳۸۳). فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی مقوله‌ای مهم در موضوع کارآفرینی زنان است، زیرا تعیین‌کننده‌ی نگرش زنان نسبت به پدیده‌ی کارآفرینی است از این‌رو مطابق نتایج پژوهش سلجوقی (۱۳۸۸)، براجز و الیوت (۲۰۱۶) و مالمستروم و همکاران (۲۰۲۰)، ریشه‌های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش‌ها و عقایدی جست‌وجو کرد که در فرهنگ و در سلسله‌مراتب ارزش‌ها جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده‌اند و در تعارض و تقابل با کار و یا همنوا و همساز با کارآفرینی هستند. به عبارتی، ارزش‌های فرهنگی تشکیل‌دهنده‌ی بخش مهمی از ساختار آگاهی افرادند که این امر توجه ما را به سمت

متغیرهای مکنون رهنمون می‌کند؛ بنابراین در جریان پژوهش، فرضیه‌ی دوم مبنی بر ارتباط بین ارزش‌های فرهنگی و باورهای قالبی نیز تأیید می‌شود. همچنین مطابق تحلیل استنباطی، مسیر ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی و مسیر باورهای قالبی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب مسیر استاندارد بالای $0/3$ و قدر مطلق آماره‌ی T نیز بیشتر از عدد 2 ، معنادار است. ولی مسیر ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی با میزان ضریب استاندارد پایین $0/3$ و قدر مطلق آمار T نیز کمتر از عدد 2 معنادار نیست. در مدل معادله‌ی ساختاری پژوهش حاضر ضریب مسیر استاندارد ارزش‌های فرهنگی به روحیه‌ی کارآفرینی با مقدار $0/1$ - تأثیر کمی در تبیین تغییرات مشاهده شده در نمونه از نظر روحیه‌ی کارآفرینی داشته است؛ بنابراین با توجه به مدل نظری پژوهش اثر میانجی متغیر باورهای قالبی سنجیده شد. مقدار ضریب مسیر استاندارد ارزش‌های فرهنگی به باورهای قالبی معادل $0/51$ - نشانگر ارتباط معکوس میان باورهای قالبی و روحیه‌ی کارآفرینی زنان است. به عبارت دیگر، به میزانی که باورهای قالبی در ذهن زنان قوی‌تر باشد، میزان روحیه‌ی کارآفرینی زنان کمتر است و بالعکس. یافته‌های پژوهش نشان داد باورهای قالبی تأثیر بیشتری در روحیه‌ی کارآفرینی زنان دارد. باورهایی که تقویت آنها با نادیده‌گرفتن میزان توانایی و مهارت واقعی زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی به‌ویژه کارآفرینی همراه است. زنان کارآفرین نیز با تکیه به این باورها و تجویز دستورالعمل‌های مشخص خود را از قرارگرفتن در مسیر ارزش‌آفرینی دور می‌کنند.

در این راستا، تقویت روحیه‌ی کارآفرینی زنان از طریق شناسایی ظرفیت‌های زیست‌بوم کارآفرینی در استان خوزستان، توجه به فرهنگ ایده‌پروری و ایده‌پردازی و همچنین ایجاد تغییر و تحول ساختاری در این حوزه علاوه بر حل معضل بیکاری موجبات توسعه‌ی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را فراهم می‌کند. همچنین معرفی الگوهای موفق زنان کارآفرین به‌ویژه در مناطق روستایی، تلاش برای رفع نگرانی‌های زنان کارآفرین به‌ویژه در زمینه‌ی مشکل نگهداری فرزندان، حساسیت‌های همسر و خانواده نیز به عنوان جزء راهکارهای این مسئله مطرح هستند.

در جامعه‌ی اسلامی، باید قابلیت‌ها و توانایی‌های زنان شکوفا شود و نگاه به زن و فعالیت‌های اقتصادی او، نگاهی معقول، متناسب و برای رشد همه‌ی ابعاد شخصیتی و خانوادگی او و همچنین همسو با اهداف تعلیم و تربیت در جامعه باشد (موسوی لقمان و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۴-۸۳). در نهایت، مطالعه‌ی عمقی چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی با توجه به تنوع اقلیم و قومیت ارائه‌ی آموزش‌های مدون برای تقویت نگرش‌ها و ایستارهای مربوط به خودباوری از ابتدای فرایند جامعه‌پذیری از سوی خانواده، مدرسه، نهادهای آموزشی و رسانه ضرورت می‌یابد؛ به علاوه بر نقش مسؤلین استانی در

برنامه‌ریزی‌های و فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی از طریق تسهیل‌گری فرایند کارآفرینی و همچنین حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط خوداشتغالی بانوان به شدت تأکید شده است.

منابع

- ◀ برمر، سمیه، معصومه علی محمدیان، سید علیرضا سجادی، حسین پوستچی، سید مصطفی حسینی و مهدی یاسری، (۱۳۹۷). «آشنایی با مدل‌سازی معادلات ساختاری تعمیم‌یافته و کاربرد آن در پژوهش‌های بهداشتی»، دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی، د ۱۶، ش ۱.
- ◀ حاجی‌لو، وحید، حبیب ولی‌زاده و زهرا مقیمی، (۱۳۹۹). «شناسایی مؤلفه‌های سازماندهی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در شهرستان چالدران»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۳، ش ۸۹.
- ◀ ربیعی، علی و سولماز سرابی، (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان»، مدیریت توسعه اجتماعی- فرهنگی، د ۱، ش ۴.
- ◀ رستم‌علی‌زاده، ولی‌اله و پروین علی جمعه‌زاده، (۱۳۹۶). «بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران»، توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، د ۱۲، ش ۳.
- ◀ ریاحی، محمداسماعیل، (۱۳۸۶). «عوامل مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی (مطالعه موردی جوانان کارآموز در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای استان مازندران)». پژوهش زنان، د ۵، ش ۱.
- ◀ سلجوقی، خسرو، (۱۳۸۸). «فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی، اهمیت، ضرورت و جایگاه»، کتابنامه علوم اجتماعی، ش ۲۳.
- ◀ صالحی امیری، رضا، (۱۳۸۶). مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، تهران: ققنوس.
- ◀ عنایتی، حدیث، معصومه باقری و عبدالحسین نبوی، (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر خشونت خانگی علیه زنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ◀ فلاح جلودار، ربیع، سیدجمال فرج‌اله حسینی، سیدمحمود حسینی و سیدمهدی میردامادی، (۱۳۸۶). «عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور»، روستا و توسعه، س ۱۰، ش ۴.
- ◀ کلاتری، صمد، رسول ربانی خوراسگانی و جعفر هزارجریبی، (۱۳۸۳). بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان در عرصه‌ی نشریات و مطبوعات»، علوم اجتماعی، ش ۲۳.
- ◀ گروسی، سعیده، (۱۳۸۷). «بررسی ساختار قدرت در خانواده‌های شهرستان کرمان»، مطالعات راهبردی زنان، د ۶، ش ۲.
- ◀ گروسی، سعیده و فاطمه یاری نسب، (۱۳۹۹). «تفاوت نسلی نگرش به ارزش‌های ازدواج و عوامل مؤثر در آن در زنان ساکن شهر یاسوج»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۲، ش ۸۷.
- ◀ گلرد، پروانه و محمود احمدپور، (۱۳۸۹). «تأثیر ساختارهای اجتماعی در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی»، دو ماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد، س ۱۷، ش ۴۴.

◀ گلرد، پروانه، (۱۳۸۸)، خانواده و راه کارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، زن در توسعه و سیاست، ۷د، شماره ۲.

◀ گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، تهران: نی .

◀ منصوری نژاد، عبدالحکیم، (۱۳۸۹). بررسی ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران).

◀ موسوی لقمان، سیده اشرف، علیرضا معینی و عطاءالله رفیعی‌آتانی، (۱۳۸۳). «تحلیل مضمون سیاست‌های اقتصاد خانواده در ایران»، مطالعات راهبردی زنان، ۲۱د، ش ۸۳.

◀ میرغفوری، حبیب‌الله، حسین صیادی تورانلو و محسن طاهری دمنه، (۱۳۸۸). «تیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان: مطالعه‌ی موردی استان یزد»، پژوهشنامه‌ی مدیریت تحول، س ۱، ش ۲.

◀ نجاتی، وحید، جواد شکرریز، حورا مطیعی و روح‌الله منصور سیپهر، (۱۳۹۲). «بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسش‌نامه ارزش‌های فرهنگی سازمان»، مشاوره شغلی و سازمانی، ۵ د، ش ۱۵.

◀ نیازکار، فاطمه و نرگس عرب مقدم، (۱۳۸۹). «زنان کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان»، تحقیقات زنان، س ۴، ش ۱.

◀ غلامیان، سیدعلی اکبر و حسین نازک‌تبار، (۱۳۸۶). «فرهنگ کارآفرینی سازمانی»، ماهنامه تدبیر، ش ۱۸۸.

◀ یعقوبی فرانی، احمد، عطیه سلیمانی و رضا موحدی، (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی»، مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، س ۱۲، ش ۴.

► Braches ,Birgit, Carole Elliott” (2016) ,Articulating the entrepreneurship career :A study of German women entrepreneurs ,“*International Small Business Journal*, *isb.sagepub.com*.

► Buttner, E. Holly,(1997). *Women entrepreneurs moving Beyond The Classceiling Dorothy , Moore – SAGE*.

► Drucker,peter, (1985). “in novation and entrepreneurship:practice and prill ciples newyork:intarper business,1985”. *Entrepreneurship.victoria:Blackwell publishing*.

► Hofstede ,G” (1986) .Cultural differences in teaching and learning Interna-tional ,“*Journal of Intercultural Relations*, 10(3).

► Hofstede, G. (1994). “Management scientists are human”. *Management Science*, 40(1).

- ▶ Hofstede, G. (2001), *Culture's consequences* (2nd edn). Thousand Oaks, CA: Sage.
- ▶ Hofstede, G. H, G. J & M. Minkov (2010), "Cultures and organizations: software of the mind: intercultural cooperation and its".
- ▶ Kelley, Donna J., Candida G.Brush, Patricia G Green, and Yana Litovsky, (2011). *GEM 2010 Women's Report*, Global Entrepreneurship monitor, available at: <http://www.gemconsortium.org/docs/768/gem-2010-womens-report>.
- ▶ Lee, Jean, (1996) "The motivation of women entrepreneurs in Singapore", *Women in Management Review*, Vol 11.
- ▶ Malmstrom, Malin, Voitkane, Aija, Jeaneth, Johansson, Joakim Wincen, (2020). "What do they think and what do they say? Gender bias", *entrepreneurial attitude in writing and venture capitalists' funding decisions*, *Journal of Business Venturing Insights*, journal homepage: www.elsevier.com/locate/jbvi.
- ▶ Nambiar, Yogavelli, Margie Sutherland , & Scheepers Caren Brenda (2019). "The stakeholder ecosystem of women entrepreneurs in South African townships", *Development Southern Africa*.
- ▶ Raman, Kavitha, R.N. Anantharaman, Santhi Ramanathan, (2013). "Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia", *International Journal of Business and Management*, Vol. 8, No. 13.
- ▶ Shabbier, Amama, Silvana Di Gregorio, (1996). "An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan", *Journal of Business Venturing*, Vol 11.
- ▶ Seymour, N, (2001). "Women entrepreneurs in the developing world" ,August, Coffman Center for entrepreneurial leadership, Digest number: 1-04.
- ▶ Tlaiss, Hayfaa, (2014). "Women's Entrepreneurship, Barriers and Culture: Insights from the United Arab Emirates", *The Journal of Entrepreneurship*, SAGE.

زنان کارآفرین و ورود موفقیت‌آمیز به حوزه کارآفرینی اجتماعی: ارائه‌ی یک مدل نظری

محمد رضا فلاح*، رها پاشایی**

چکیده

امروزه زنان نیز برای رفع نیازهای اجتماعی در حوزه کسب‌وکار به‌اندازه‌ی مردان کار می‌کنند، اما محیط کاری تلویحاً مردانه شرکت‌ها، دستیابی به اهداف اجتماعی را بسیار دشوار نموده است. در این راستا حرکت به‌سوی کارآفرینی اجتماعی می‌تواند بهترین ابزار برای یک رقابت برابر باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی پیشران‌های ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی است. رویکرد این پژوهش کیفی، از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی است. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش را صاحب‌نظران، متصدیان و خبرگان حوزه‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی به‌خصوص کارآفرینان با ۵ سال سابقه‌ی کاری مفید تشکیل می‌دهند که بعد از انجام مصاحبه با ۱۴ نفر به اشباع نظری رسید. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به استراتژی پژوهش تحلیل مضمون است که در نتیجه ۵۶ شاخص اولیه، ۳۷ کد گزینشی، ۷ تم فرعی و ۳ تم اصلی برجسب‌گذاری گردید. نتایج نشان می‌دهد بر ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی می‌بایست به عوامل «توانمندسازی چندگانه» با شاخص‌های «تحریک‌کننده‌ها» و «تسهیل‌گر» و عوامل «ظرفیت‌سازی پویا» که دربرگیرنده «تثبیت‌کننده‌ها» و «بسترسازی» است توجه نمود؛ زیرا این اقدامات موجب «خلق ارزش اجتماعی» از طریق «حمایت‌سازها»، «هنجارهای اجتماعی» و «هم‌افزایی اجتماعی» می‌شود.

واژگان کلیدی

توانمندسازی چندگانه، ظرفیت‌سازی پویا، خلق ارزش اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، هنجارهای اجتماعی.

* . استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران (نویسنده‌ی مسئول) (mfallah@hmu.ac.ir)

** . کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران (raha.pashae7788@yahoo.com)
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۴/۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۱۹

۱. مقدمه و بیان مسئله

امروزه تمرکز یک‌جانبه دستگاه‌های اقتصادی بر تولید ثروت و تغییرات اجتماعی عمیق، تناقض‌های اقتصادی گسترده‌ای همچون شکاف بین فقیر و غنی را به وجود آورده که موجب مطرح‌شدن اندیشه‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی مسائل اجتماعی شده است. در عصر حاضر تفکر نوآورانه کارآفرینی اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است (Arend, 2020) و به‌عنوان رویکردی جدید برای پاسخ به نیازهای اجتماعی با تأکید بر حل مسائل جامعه و از بین بردن مرزهای سنتی میان بخش‌های خصوصی، عمومی و غیردولتی مطرح می‌گردد (Johnson & Onwuegbuzie, 2004). درک این مسئله که فقر زنان فقط مربوط به درآمد نیست، بلکه قدرت، اعتماد، خودباوری، پذیرش اجتماعی و... در حل این مسئله مهم است سبب شکل‌گیری رویکردهای متفاوتی از تأکید بر نیازهای اساسی زنان تا کسب وضعیت برابر قانونی در همه‌ی امور و جنبه‌های زندگی شده است (حاجی‌لو و همکاران، ۱۳۹۹: ۹۶ به نقل از Davis, 2010: 83-89).

کارآفرینی اجتماعی فعالیتی نوآورانه برای خلق ارزش اجتماعی است که می‌تواند درون یا در بین بخش‌های غیرانتفاعی، تجاری یا دولتی رخ دهد (Austin & et al, 2012).

کارآفرینی اجتماعی بر این مسئله تمرکز دارد که با استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینی مانند استفاده از خلاقیت، نوآوری و شکار فرصت‌ها، می‌توان به رفع نیازهای اجتماعی پرداخت. از این رو مؤسسات خیریه و نهادهای اجتماعی - که در گذشته صرفاً بر منابع مالی که به‌صورت داوطلبانه در اختیار آن‌ها قرار می‌گرفت و غالباً با توجه به شرایط محیطی از ثبات لازم برخوردار نبود- بنا دارند تا با تأکید بر نوآوری اجتماعی و تکیه بر ایجاد درآمد پایدار به رفع نیازهای جامعه بپردازند (Mair, J. & Martí, 2016).

کارآفرینی اجتماعی به دنبال ارزش‌آفرینی (Bhushan, 2020)، تأمین منافع اجتماعی، ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری در مشاغل اجتماعی و تسهیل رشد سرمایه‌گذاری اجتماعی است (Douglas & Prentice, 2019) و شامل، استفاده خلاقانه و ترکیبی از منابع برای دستیابی به فرصت‌ها برای تحقق تغییرات اجتماعی و با رفع نیازهای اجتماعی است. در واقع کارآفرینی اجتماعی در نظر دارد تا با فعالیتهایی که با رویکرد حل مسائل اجتماعی ایجاد شده درون فعالیت‌های اجتماعی، درآمدزایی نماید. اگرچه شرکت‌های اجتماعی ممکن است نگران دستیابی به مزیت رقابتی نسبت به رقبای نباشند، اما به دنبال ایجاد صلاحیتهایی هستند که به آنها کمک می‌کند تا به بازار کارآمدتر خود خدمت کنند؛ در حقیقت، کارآفرینان اجتماعی به جذب ارزش بیشتر نسبت به ایجاد ارزش توجه می‌کنند (Ladge & et al, 2019).

کارآفرینی اجتماعی نقش مهمی در اتخاذ راهبردهای پایدار اقتصادی برای دستیابی به اهداف اجتماعی دارد؛ شرکت‌های اجتماعی در جستجوی حمایت مالی و فرصت‌های لازم برای دستیابی به اهداف اجتماعی خود، طیف گسترده‌ای از منابع مالی را بسیج کرده و انواع مدل‌های تجاری را برای جلب اهداف به‌ظاهر ناسازگار به کار می‌گیرند (Dahles & et al, 2019). مهم‌ترین هدف کارآفرینی اجتماعی توجه به انگیزه‌های اجتماعی مانند بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر و ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی است (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۵). در کارآفرینی اجتماعی مشارکت افراد آسیب‌پذیر، معلول، سرپرستان خانواده و... در اولویت بوده و هدف نهایی سود نیست بلکه سود تنها یک هدف ثانویه برای رسیدن به هدف اصلی یعنی رفع نیازهای اجتماعی و خلق ارزش برای حل مشکلات اساسی افراد با نگاهی نوآورانه است.

در سال‌های اخیر به دلیل کارایی داشتن نهادهای مختلف دولتی و غیر دولتی در بهبود سطح زندگی افراد محروم و آسیب‌دیده، نیل به کارآفرینی اجتماعی به شدت افزایش یافته است (Palacios-Marqués & et al, 2019) و در این بین، زنان می‌توانند نقش مهمی در توسعه این نوع کارآفرینی داشته باشند (Belasen & Angiello, 2018). کارآفرینان و شرکت‌های اجتماعی معمولاً افراد و سازمان‌هایی هستند که از منطق کسب‌وکار به روشی نوین و کارآفرینانه برای بهبود اوضاع اقشار جامعه ضعیف استفاده می‌کنند. آنها تنها به دادن ابزارهای کسب‌وکار به جامعه هدف و آموزش فرایند کسب‌وکار اکتفا نمی‌کنند و معتقدند باید با تغییر نگرش‌ها و فرهنگ کسب‌وکار، به دنبال تحول در ماهیت کسب‌وکار بود؛ یعنی سود اقتصادی تنها انتخاب در یک بنگاه نیست بلکه توجه به رفع نیازهای اجتماعی جامعه در کنار سودآوری، رشد پایدار ایجاد می‌کند. اگرچه مفهوم کارآفرینی اجتماعی از دهه ۱۹۵۰ وارد ادبیات شده، اما تنها طی یک دهه گذشته تحقیقات کارآفرینی اجتماعی به یک جریان بزرگ و تأثیرگذار تبدیل شده است (Saebi & et al, 2019) و اشکال مختلفی از کارآفرینی اجتماعی وجود دارد. گروه اول نظیر گروهی از مؤسسات خیریه صرفاً به دنبال قطع وابستگی به کمک‌های بلاعوض دولت یا مؤسسان اولیه خود هستند. گروه دوم صرفاً به دنبال رفع نیازهای اجتماعی با ابزار کارآفرینی می‌باشند و در نهایت گروه سوم از کارآفرینان نیز وجود دارند که شرکت‌های اقتصادی ایجاد کرده و سود یا کل شرکت را برای رفع نیازهای اجتماعی وقف می‌نمایند. با این حال نقطه مشترک همه این کارآفرینان توجه به رفع نیازهای اجتماعی است.

کارآفرینی زنان یکی از نشانه‌های جوامع توسعه‌یافته است و شواهد نشان می‌دهد زنان در زمان کوتاهی توانسته‌اند با ورود به عرصه کسب‌وکار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند (موحدی و یعقوبی فرانی، ۱۳۹۳: ۹). در چند دهه‌ی گذشته مشارکت زنان کارآفرین به سرعت افزایش یافته و این نوع مشارکت از طریق سرعت بخشیدن به روند توسعه، کاهش بیکاری، نابرابری و فقر را می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی به شمار آورد (Al Mamun & et al, 2016). علی‌رغم اهمیت نقش زنان کارآفرین در توسعه پایدار، زنان کارآفرین با چالش‌های فراوانی در مراحل مختلف کسب‌وکار روبه‌رو هستند. تحقیقات مختلف در این زمینه نشان می‌دهد چالش‌هایی مانند آموزش، دسترسی به منابع مالی، تبعیض جنسیتی، نگرش منفی و منابع ناکافی به‌عنوان مانعی مهم برای موفقیت زنان کارآفرین است (Chinomona & Maziriri, 2015).

اخیراً کارآفرینی اجتماعی نوآورانه با ظرفیت حل مسئله، به‌عنوان یک بازیگر جدید که مشکلات اجتماعی-اقتصادی را حل و تغییر پایدار ایجاد می‌کند در نظر گرفته شده است. در حقیقت، کارآفرینی اجتماعی فرایندی است که از طریق آن کارآفرینان اجتماعی شرکت‌های اجتماعی را جهت رفع نیازهای جامعه توسعه می‌دهند (Lang & Fink, 2019). با این توصیف و علی‌رغم اهمیت حضور زنان کارآفرین در فعالیتهای اجتماعی، محققان پیشنهاد می‌کنند تحقیقات بیشتری برای درک چگونگی مشارکت زنان در فعالیتهای اجتماعی، در مواجهه با سنت‌های جامعه و هنجارهای اجتماعی نیاز است (Kimbu & Ngoasong, 2016). بر این اساس این مطالعه بر آشکار نمودن ضرورت، اهمیت و شناسایی عوامل مؤثر بر ورود زنان کارآفرین به فعالیتهای اجتماعی و ارائه یک مدل نظری در راستای رفع نیازهای اجتماعی با رویکرد کارآفرینانه با مشارکت فعالان و خبرگان حوزه اجتماعی تأکید دارد. از این‌رو محققان در تلاش هستند تا با مراجعه به زنان کارآفرین، زمینه‌ی ورود آنها به حوزه کارآفرینی اجتماعی را فراهم آورند. در این مطالعه با بررسی ادبیات و پیشینه‌ی تجربی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی و مصاحبه‌ی اکتشافی با خبرگان و فعالان حوزه‌های اجتماعی، داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون کدگذاری و درنهایت پیشنهادهای کاربردی بر مبنای مدل نظری تحقیق ارائه می‌گردد.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

در تحقیقی که توسط ساتار و جان (۲۰۱۹) با عنوان «عوامل مهم موفقیت کارآفرینی اجتماعی در هند: یک مطالعه تجربی» انجام شده است، عوامل مهم موفقیت کارآفرینی اجتماعی در رهبری، برنامه‌ریزی سازمان‌های اجتماعی، تعامل جامعه، تأمین اعتبار نوآورانه، سرمایه انسانی، پشتیبانی

حقوقی و بازاریابی سازمان‌های اجتماعی طبقه‌بندی کردند (Satar & John, 2019). یافته‌های یو و وانگ نیز با عنوان شناسایی «عوامل مؤثر بر اهداف کارآفرینی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه کشاورزی تایوان» نشان می‌دهد که اثربخشی مدیریت، دیدگاه ذینفعان و اثربخشی ارتباطات با «شناخت کارآفرینی اجتماعی» رابطه مثبت دارد، در حالی که اثربخشی مدیریت، دیدگاه ذینفعان و همدلی عاطفی با «آمادگی کارآفرینی اجتماعی» ارتباط مثبت دارند (Yu & Wang, 2019). در تحقیق دیگری که توسط تیواری و همکاران با موضوع «عوامل مؤثر بر قصد فرد برای تبدیل شدن به یک کارآفرین اجتماعی» انجام شده، یافته‌ها نشان می‌دهد؛ هوش عاطفی، نگرش، خود-کارآمدی و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی اجتماعی مؤثر است (Tiwari & et al, 2018). یافته‌های تحقیق باهرین و همکاران با عنوان «عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی: یک مدل مفهومی» نشان می‌دهد که دو عامل خودکارآمدی و دانش قبلی بر قصد کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت می‌گذارد (Bahrein & et al, 2018). مندز - پیکازو و همکارانش در تحقیقی در جهت شناسایی محرک‌های کارآفرینی اجتماعی نشان دادند که سه عامل سرمایه انسانی، توزیع درآمد و ضوابط قانونی قوی و فساد کمتر، تأثیر مثبتی بر کارآفرینی اجتماعی دارند (Mendez-Picazo & et al, 2015). یافته‌های تحقیقی با عنوان «کارآفرینی اجتماعی زنان در عربستان سعودی» که توسط نیوا (۲۰۱۵) انجام شده، نشان داد که موضوع اساسی که اولویت کارآفرینان اجتماعی قرار دارد آموزش و توسعه است. همچنین تأمین منابع مالی، چارچوب‌های نظارتی و پشتیبانی فنی، زمینه‌های چالش‌زایی برای زنان کارآفرین محسوب شده و اقدامات اساسی توصیه‌شده‌ی برای تقویت کارآفرینی اجتماعی در پادشاهی عربستان سعودی بیشتر بر دسترسی به بودجه، فرهنگ کارآفرینی، مالیات و مقررات، آموزش و پشتیبانی هماهنگ متمرکز شده است (Nieva, 2015).

۱۰۷

۳. ملاحظات نظری

کارآفرینی فرایند ایجاد ارزش از طریق خلق مجموعه‌ای منحصر به فرد از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است (وارسته‌فر و و کیلی‌فر، ۱۳۹۵: ۴۷) که این فرایند با تحلیل فرصت‌ها، آغاز و با رشد سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز، کسب موفقیت و سودآوری حاصل از آن ادامه می‌یابد (Ghouse & et al, 2017). محققان بر این باورند، کارآفرینی باید به‌عنوان وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی، اجتماعی و حافظ منافع اقتصادی-زیستی در نظر گرفته شود (Asha, 2018).

جوامع امروزی نیز با چالش‌های مشترکی از جمله بهبود کیفیت زندگی، حفظ محیط‌زیست، مراقبت از حاشیه‌نشینان و احیای فعالیت‌های محلی روبه‌رو هستند. اگرچه دولت در سطوح مختلف برخی از این کالاهارا تأمین می‌کند، اما بسیاری از این چالش‌های مشترک نیازمند اقدامات خاصی است که کارآفرینی اجتماعی یک استراتژی مطلوب برای حل این مشکلات است. در واقع افراد درگیر فعالیت کسب‌وکارهای بشردوستانه، می‌توانند با تشکیل سازمان‌هایی به شکل خاص، به حل چنین مشکلاتی کمک کنند (Dutta, 2019).

امروزه کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان راهکاری اثرگذار و پایدار در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته می‌شود و هرروزه توجه بخش‌های گسترده‌تری از جامعه را به خود جلب می‌کند (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶: ۱۱۹). کارآفرینی اجتماعی فرایند حل مسئله به‌صورت دائمی، ابتکاری و پایدار، با هدف شناسایی و حل مشکلات اجتماعی و ایجاد ارزش‌های اجتماعی به‌صورت نوآورانه است (Sekliuckiene & Kisielius, 2015). کارآفرینی اجتماعی برای افراد و محققان معانی متفاوتی دارد. گروه اول کارآفرینی اجتماعی را یک مفهوم غیرانتفاعی در جست‌وجوی راهبرد یا طرح‌های مدیریتی برای خلق ارزش‌های اجتماعی می‌دانند، گروه دوم، آن را عمل پاسخگویی اجتماعی به مشاغل تجارتي موجود در بخش‌های سازمانی در نظر می‌گیرند و گروه سوم کارآفرینی اجتماعی را تسکین‌دهنده‌ی مسائل اجتماعی و شتاب‌دهنده تغییرات اجتماعی در نظر می‌گیرند (مالکی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۷).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد کارآفرینی اجتماعی وسیله‌ای برای رسیدگی به طیف وسیعی از نیازهای اجتماعی بوده (Nandan & et al, 2015) و به‌عنوان مکانیسمی مؤثر برای ایجاد ارزش اقتصادی، اجتماعی و محیطی به‌شمار می‌رود (Haugh & Talwar, 2016). لایت^۱ (۲۰۰۹) معتقد است کارآفرین اجتماعی راه‌حل‌های پایدار را باهدف ایجاد تغییر در مشکلات اجتماعی با مقیاس کوچک ارائه می‌دهد که درنهایت بر کل شبکه و سازمان در مقیاس بزرگ‌تر تأثیر می‌گذارد (اردلان و سلطان‌زاده، ۱۳۹۳: ۴۹۶).

مزیت کارآفرینی اجتماعی در وابستگی کمتر آن به بازارهای مالی و مقاومت بیشتر در برابر بحران‌های مالی است (Palacios-Marques & et al, 2019)، زیرا وجود سرمایه‌های عمومی، بر رفاه اجتماعی و صندوق‌های حمایتی جبران هزینه‌های اجتماعی، بر حفظ منافع اقتصادی- اجتماعی بسیار تأثیرگذار است (Terziev et al, 2019). در واقع کارآفرین اجتماعی فردی است که با رفتار

کارآفرینانه به دنبال منفعت اجتماعی یا عمومی، به جای کسب ثروت شخصی است (رحیمیان، احمدپور داریانی و عباسپور، ۱۳۹۲: ۱۸۷). کارآفرینان اجتماعی به دنبال دسترسی عادلانه به فرصت‌ها و منابع برای اقشار حاشیه‌نشین هستند. آنها با خلاقیت و ابتکار به صورت فردی و تیمی در راستای پر کردن شکاف‌های بازار، در ارائه‌ی کالاهای اجتماعی یا خدمات به جامعه هدف عمل می‌کنند (Jarrodi & et al, 2019).

محققان در تبیین جایگاه کارآفرینی اجتماعی از عوامل شخصیتی و ویژگی‌های روان‌شناختی، عوامل جامعه‌شناختی، عوامل جمعیت‌شناختی و عوامل محیطی استفاده نموده و هر یک از این عوامل را در شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی اجتماعی مؤثر می‌دانند (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۳).

کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان مکانیسمی قدرتمند برای مقابله با فقر، توانمندسازی زنان، تجزیه‌وتحلیل تحولات اجتماعی، تقویت رشد فراگیر و ایجاد تغییرات نهادی شناخته‌شده است و همانند کارآفرینی تجاری، برای دستیابی به مأموریت اجتماعی خود درگیر فعالیت‌های کارآفرینی مانند شناسایی فرصت، بهره‌برداری، بسیج منابع و نوآوری می‌شود. با این وجود، کارآفرینان اجتماعی فرصت‌های ناشی از مشکلات اجتماعی، مانند فقر و نبود مراقبت‌های بهداشتی یا آموزش را شناسایی و برای ایجاد ارزش اجتماعی تلاش می‌کنند (Saebi & et al, 2019).

از نمونه‌های موفق در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی می‌توان به کمیته توسعه روستایی بنگلادش که در سال ۱۹۷۲ با هدف سازمان‌دهی فقرا و ایجاد ظرفیت‌های محلی برای توسعه اقتصادی، مراقبت‌های بهداشتی و آموزش با تمرکز بر زنان و دیگر گروه‌های تحت فشار تشکیل شد، اشاره نمود. گرامین بانک نیز در سال ۱۹۷۶ در بنگلادش تأسیس شد و وام خرد بدون نیاز به وثیقه به فقرا ارائه داد. انجمن زنان خود اشتغال در هند نیز در سال ۱۹۷۲ تأسیس شد و تمرکز اصلی آن بر سازمان‌دهی زنانی بود که غالباً در فعالیت‌های اجتماعی هیچ مشارکتی نداشتند. این انجمن توانست با بهبود شرایط کاری و سازمان‌دهی زنان خود اشتغال در قالب اتحادیه‌ها، برای بیش از ۹۰ درصد زنان خود اشتغال هندی، شرایط کاری و اجتماعی مناسبی را فراهم آورد (مرجانی و صدیقی، ۱۳۹۳: ۲۸۴-۲۸۲).

زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند. هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه‌ی مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی-اجتماعی، خصوصاً فعالیت‌های کارآفرینی، عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه‌های تولیدی اجتماعی است (علیخانی داد و کلایی، ۱۳۹۴: ۱۹). امروزه زنان در بازار

کار از نظر نوع شغل، موقعیت اشتغال و میزان درآمد با شرایط متفاوتی نسبت به مردان مواجه‌اند. باین‌حال زنان در حوزه کارآفرینی مشارکت گسترده‌ای دارند (Lang & Fink, 2019) و به‌عنوان عامل کلیدی توسعه‌ی اقتصادی کشورها شناخته می‌شوند (Gbadamosi, 2019). زن کارآفرین کسی است که به‌تنهایی یا با مشارکت اداری و مالی کاری را با خلاقیت و نوآوری به راه انداخته یا پذیرفته و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی و ریسک‌های مالی، در بازار خریدوفروش فرآورده‌های تازه‌ای عرضه کرده تا بر رقیبان چیره شود (روشن‌نیا و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۶). امروزه مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه با توجه به بهبود وضعیت فردی، خانوادگی و اجتماعی آن‌ها و با هدف کسب منافع اجتماعی، بیشتر شده است (Haug & Talwar, 2016).

بنابراین، می‌توان زنان کارآفرین را به عنوان متحدان قابل ستایشی در رونق و رشد فراگیر اقتصادی- اجتماعی دانسته و به لزوم مشارکت وسیع آنها در توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور تاکید کرد (Agarwal & Lenka, 2015).

در سال‌های اخیر ورود گسترده زنان به حوزه کارآفرینی را می‌توان نشانه پیشرفت و تغییر نگاه جهان به مشارکت زنان در حوزه اقتصاد و اشتغال ملی دانست (Hasan & et al, 2016). در جامعه‌ی علمی پدیده‌ی زنان کارآفرین توجه خاصی را به خود جلب کرده است؛ زیرا فعالیت‌های تولیدی زنان به‌عنوان تلاش برای توانمندسازی آنها از لحاظ اقتصادی به اثبات رسیده و آنها را قادر ساخته تا بیشتر به رشد اقتصاد ملی کمک کنند (Anggadwita & et al, 2017). زنان کارآفرین با کاهش فقر و افزایش سطح کلی درآمد خانواده، به رشد اقتصادی کشور می‌افزایند و با آموزش بهتر منجر به سلامت جامعه شده‌اند. همچنین تجربه‌های بین‌المللی نشان می‌دهد کارآفرینی زنان منجر به مدیریت بهتر و افزایش توانایی یک کشور در رقابت در سطح جهانی می‌شود (Welsh & et al, 2016).

کارآفرینی زنان نوعی کارآفرینی نیست که در برابر کارآفرینی مردان توسعه یابد. بلکه یک اقدام عقلانی برای توسعه کارآفرینی است. به این دلایل، کارآفرینی زنان نباید صرفاً برچسب کارآفرین جنسیتی (زن) خوانده شود؛ چراکه مفهوم‌سازی جنسیتی کارآفرینی برخلاف روحیه کارآفرینی است (Ozsungur, 2019). علی‌رغم اینکه بخش کارآفرینی عمدتاً تحت تأثیر مردان قرار دارد؛ مطالعات اخیر، افزایش روز به روز تعداد کسب‌وکارهایی که توسط زنان در حال ظهور است را نشان می‌دهد، به‌طوری‌که آمارهای بانک جهانی اذعان می‌کند که تقریباً نیمی از رشد اقتصادی جهان در دهه‌ی گذشته به مشارکت زنان کارآفرین مربوط است (Hasan & et al, 2016). زنان کارآفرین قادرند مشاغل نوآورانه‌ای را از طریق بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری، ایجاد کنند (Anggadwita & et al, 2016).

al, 2017)؛ و با توان بالقوه‌ای که دارند، رفاه اقتصادی خویش را از طریق فعالیت‌های کارآفرینی بهبود بخشیده و به ساختار اقتصادی و اجتماعی جامعه کمک نمایند (Terjesen & et al, 2016).

۴. روش‌شناسی پژوهش

از آنجایی که این پژوهش در پی کشف الگوهای ضمنی ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی است، تحلیل مضمون بیش از هر روش دیگری مناسب این تحقیق خواهد بود. رویکرد پژوهش حاضر کیفی، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی است. واحد تحلیل این پژوهش را «مضمون کارآفرینی اجتماعی» تشکیل می‌دهد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش را صاحب‌نظران، متصدیان و خبرگان حوزه‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی به خصوص کارآفرینان زنان با ۵ سال سابقه کاری مفید تشکیل می‌دهند که با روش نمونه‌گیری هدفمند، بعد از ۱۴ مصاحبه یافته‌های پژوهش به اشباع نظری رسید. مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش که با آنها مصاحبه انجام شده در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول (۱): مشخصات توصیفی مشارکت‌کنندگان

ردیف	تحصیلات	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
۱	کارشناسی	کارآفرین اجتماعی	۵
۲	کارشناسی ارشد	فعال در حوزه اجتماعی	۵
۳	دیپلم	کارآفرین اجتماعی	۷
۴	دکتری	هیئت‌علمی (فعال در حوزه زنان)	۸
۵	کارشناسی	کارآفرین اجتماعی	۵
۶	کارشناسی ارشد	کارآفرین اجتماعی	۷
۷	کارشناسی ارشد	کارآفرین اجتماعی	۶
۸	کارشناسی ارشد	فعال در حوزه اجتماعی	۴
۹	دکتری	هیئت‌علمی (فعال در حوزه اجتماعی)	۵
۱۰	کارشناسی ارشد	فعال در حوزه اجتماعی	۵
۱۱	دیپلم	کارآفرین اجتماعی (فعال در حوزه خیرین)	۶
۱۲	کارشناسی	کارآفرین اجتماعی	۷
۱۳	کارشناسی	کارآفرین اجتماعی	۴
۱۴	کارشناسی	کارآفرین اجتماعی	۵

با توجه به رویکرد این پژوهش، داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختار یافته استخراج شده است و محتوای سؤالات مصاحبه عبارت‌اند از: به نظر شما زنان کارآفرین در خصوص ورود به حوزه کارآفرینی اجتماعی با چه چالش‌ها و موانعی مواجه هستند؟ چه عواملی موجب افزایش انگیزه زنان کارآفرین جهت ورود به حوزه کارآفرینی اجتماعی می‌شود؟ به نظر شما کدام یک از حوزه‌های کسب‌وکار برای زنان کارآفرین جهت ورود به کارآفرینی اجتماعی مناسب است؟ از نظر شما فعالیت در حوزه کارآفرینی اجتماعی چه نوع نیاز و انتظاری را برای زنان کارآفرین برآورده می‌سازد؟

برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها در این پژوهش از روش شش مرحله‌ای تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد (ابویی اردکان و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲). تحلیل مضمون یکی از روش‌های ساده و کارآمد تحلیل کیفی و روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. در تحلیل مضمون، واحد تحلیل بیشتر از یک کلمه یا اصطلاح است و به بافت داده‌ها و نکات ظریف آنها بیشتر توجه می‌شود و از شمارش کلمات و عبارات آشکار فراتر می‌رود و بر شناخت و توضیح ایده‌های صریح و ضمنی تمرکز می‌کند؛ سپس، از کدهای مضامین اصلی برای تحلیل عمیق‌تر داده‌ها استفاده می‌شود و می‌توان از فراوانی نسبی مضامین برای مقایسه‌ی آنها و تهیه‌ی ماتریس مضامین و ترسیم شبکه‌ی مضامین استفاده کرد (موسوی لقمان و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۴-۹۳). مطابق روش تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶)، اولین مرحله آشنایی با داده‌ها نام دارد و محقق در این مرحله با عمق محتوای داده‌ها آشنا می‌شود. در مرحله دوم هدف اصلی خلق کدهای اولیه است که دارای ویژگی‌های خاص و جذاب از نظر محقق است؛ که در این مرحله ۵۶ کد از مصاحبه‌ها احصا شد. در مرحله سوم که جستجوی مضامین اولیه نام دارد؛ هدف، دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضامین اولیه و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری هست که ۳۷ مضمون اولیه به دست آمد. در مرحله چهارم مضامین سازمان‌دهنده شکل می‌گیرد؛ این مرحله شامل بازبینی در سطح (خلاصه داده‌های کدگذاری) و اعتبار مضامین سازمان‌دهنده در رابطه با مجموعه‌ی داده‌ها است که در این مرحله ۷ تم فرعی تبیین شده است. مرحله پنجم به نام‌گذاری مضامین اصلی یا فراگیر می‌پردازد؛ در این مرحله، مضامین اصلی که برای تحلیل ارائه شده، تعریف و مورد بازبینی مجدد قرار گرفته و داده‌های هر مضمون اصلی تحلیل می‌شود. در این مرحله از میان مضامین فرعی، ۳ مضمون اصلی یا فراگیر به دست آمده است. در مرحله آخر، گزارش تهیه می‌شود. مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که محقق، مجموعه‌ای از مضامین اصلی کاملاً انتزاعی و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق را در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است (ابویی اردکان و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴-۲۲).

برای سنجش روایی و پایایی مصاحبه‌ها، خبرگانی که توانمندی و قابلیت لازم را داشتند، مجدداً به بررسی و اظهار نظر درباره تکرارپذیری‌های یافته‌ها پرداختند. این خبرگان را اساتید دانشگاه با تخصص در حوزه کارآفرینی اجتماعی و فعالان حوزه اجتماعی و حوزه زنان تشکیل می‌دهند. همچنین در انجام عمل ثبت و پیاده‌سازی کامل مصاحبه‌ها دقت کافی صورت پذیرفت و در نهایت، مصاحبه‌ها توسط یک محقق آگاه به ادبیات تحقیق مجدد کدگذاری شد. برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها از روش محاسبه توافق بین دو کدگذار استفاده شده است.

در نهایت برای محاسبه پایایی، از میان مصاحبه‌های انجام گرفته، سه مصاحبه انتخاب و هر کدام از آن‌ها در فاصله زمانی ۷ روز توسط پژوهشگر کدگذاری شدند. نتایج حاصل از این دو کدگذاری در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول (۲): محاسبه‌ی پایایی مصاحبه‌ها از طریق توافق بین دو کدگذار

ردیف	کد مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بین دو کدگذار
۱	p۳	۱۳	۶	۲	۹۲٪
۲	p۵	۱۱	۵	۱	۹۰٪
۳	p۹	۹	۴	۱	۸۸٪
کل	-	۳۳	۱۵	۴	۹۰٪

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود تعداد کل کدها که توسط محقق و همکار تحقیق به ثبت رسیده است برابر ۳۳ و تعداد کل توافقات بین کدها ۱۵ است؛ لذا پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق برابر با ۹۰ درصد است. با توجه به اینکه میزان پایایی، بیش از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

۵. یافته‌های پژوهش

با توجه به اهمیت موضوع هم‌راستایی محتوای تحقیق و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، در این پژوهش از روش تحلیل مضمون شش مرحله‌ای برون و کلارک (۲۰۰۶) برای تحلیل یافته‌ها استفاده شد، که در نتیجه آن ۵۶ مفهوم اولیه در ۳۷ تم‌گزینشی، ۷ تم فرعی و ۳ تم اصلی استخراج شد (جدول ۳).

جدول (۳): ترکیب کدهای گزینشی، تم‌های فرعی و اصلی

تم اصلی	تم فرعی	کدهای گزینشی
توانمندسازی چندگانه	تحریک کننده‌ها	استقلال طلبی
		اعتماد به نفس و خودباوری
		خلاقیت و نوآوری
		داشتن اراده و پشتکار
		داشتن روحیه جنگندگی
		روحیه ریسک پذیری
	تسهیل کنندگان	شهرت و اعتبار
		مسئولیت پذیری و پاسخگویی
		داشتن تجربه و تخصص
		تعیین مأموریت و اهداف صحیح
		تهیه برنامه کسب و کار
		مدیریت و رهبری کارزماتیک
		داشتن نیروی متخصص
		اختصاص غرفه‌ها و نمایشگاه‌ها
ظرفیت‌سازی پویا	تثبیت کننده‌ها	ارائه کالا و خدمات مطابق با نیاز مشتریان
		پشتیبانی از خرید مواد اولیه
		حذف واسطه‌گری‌ها
		سیاست و قوانین حمایتی
		فرهنگ‌سازی کارآفرینی بانوان
		ایجاد انجمن‌ها و نهادهای حمایتی
	بستر سازی	شناسایی و ایجاد بازار فروش
		برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی
		حمایت‌های مشاوره‌ای
		صندوق‌ها و کانون‌های حمایتی
		فراهم ساختن تسهیلات کم بهره بانکی

تم اصلی	تم فرعی	کدهای گزینشی
خلق ارزش اجتماعی	حمایت سازها	حمایت‌های اطرافیان و خانواده
		ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی
		ایجاد مراکز مشاوره تخصصی
		تشویق بانوان برای کارآفرینی
		توسعه روابط اجتماعی
	هنجارهای اجتماعی	بهبود سطح فرهنگ اجتماعی
		توسعه ارزش‌های اجتماعی
		کسب حمایت‌های اجتماعی
	هم‌افزایی اجتماعی	داشتن دغدغه‌های اجتماعی
		توجه به مسائل سیاسی و اجتماعی
		تمایل به کمک و همکاری با دیگران
		حمایت و مشارکت خیرین از زنان کارآفرین

بر اساس یافته‌های تحقیق، پیشران‌های ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی را می‌توان در سه مقوله‌ی اصلی توانمندسازی‌های چندگانه، ظرفیت‌سازی پویا و خلق ارزش اجتماعی طبقه‌بندی نمود که در ادامه به تفصیل مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۵-۱- توانمندسازی چندگانه

یکی از عوامل مؤثر در موفقیت زنان کارآفرین جهت ورود به حوزه کارآفرینی اجتماعی، توانمندسازی چندگانه است که بر مضامین تحریک‌کننده‌ها و تسهیل‌کنندگان متکی است.

الف- عوامل تحریک‌کننده: عوامل تحریک‌کننده موجب تشویق زنان کارآفرین به سوی فعالیت‌ها و کارآفرینی اجتماعی می‌شود. مشارکت‌کنندگان این پژوهش بر این باورند که استقلال‌طلبی، اعتمادبه‌نفس و خودباوری، خلاقیت و نوآوری، داشتن اراده و پشتکار، داشتن روحیه جنگندگی و روحیه ریسک‌پذیری از مهم‌ترین زمینه‌های موفقیت در کارآفرینی اجتماعی است. یکی از کارآفرینان اجتماعی درباره‌ی اعتماد به نفس و خود باوری می‌گوید:

برای فعالیت تولیدی و فعالیت‌های اجتماعی باید اعتمادبه‌نفس بالایی داشته باشیم. توی این شرایط، داشتن روحیه توفیق‌طلبی و نترسیدن از شکست جزء فاکتورهای اصلی کارآفرین شدن است.

کارآفرین اجتماعی دیگری در خصوص استقلال طلبی بیان می‌دارد:

استقلال خط قرمز منه، هدف من اینه که برای خودم کارکنم و مستقل باشم و اینکه بتونم آنقدر پیشرفت کنم و کارم را گسترش بدم که بتونم برای بقیه افراد هم شغل ایجاد کنم تا آنها هم صاحب درآمد بشن.

یکی از اعضای هیئت‌علمی فعال در حوزه اجتماعی در خصوص خلاقیت و نوآوری معتقد است:

از نظر من برای کار کردن در حوزه‌های اجتماعی باید خلاق و نوآور بود تا تهدیدها را به فرصت تبدیل کرد و از فرصت‌ها بهتر استفاده کرد. نمی‌شه با روش‌های عادی مشکلات جامعه‌ای که با معلولیت، فقر و زندگی می‌کنن رو حل کرد.

از نگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش داشتن اراده و پشتکار یکی از مهم‌ترین زمینه‌های لازم برای ورود به حوزه کارآفرینی اجتماعی برای زنان است:

توصیه من به زنان کارآفرین اینه که زمانی که می‌خوان فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی را به صورت توأمان انجام بدن باید اراده، انگیزه و علاقه بسیار زیادی داشته باشن؛ چون در این مسیر ناملایمات اجتماعی زیادی سر راهشون قرار می‌گیره و بارها شکست می‌خورن، باین حال مهم اینه که خسته نشن و باز ادامه بدن.

یک فعال اجتماعی دیگر از داشتن روحیه لازم در این زمینه به اصطلاح جنگندگی یاد می‌کند و معتقد است که:

ما به عنوان یک زن باید برای همه چیز بجنگیم حتی برای چیزهای خیلی کوچک؛ چون همیشه مجبور هستیم خودمون را به عنوان یک زن ثابت کنیم. ما زنان اگر روحیه محکمی نداشته باشیم، پیشرفت برامون خیلی سخت خواهد شد.

یکی دیگر از کارآفرینان اجتماعی درباره‌ی ریسک‌پذیری معتقد است:

به عنوان یک کارآفرین می‌گویم باید ریسک‌پذیر بود، مرد و زن هم نداره، شکست و پیروزی رو باید باهم قبول کنیم. زنان سرپرست خانوار که بیشتر در معرض آسیب هستن باید سطح دانش و تجربه خودشون رو ارتقاء بدن تا ریسک کاری کاهش پیدا کنه.

ب- عوامل تسهیل‌کننده: تسهیل‌کننده‌ها عواملی هستند که روند ورود به حوزه کارآفرینی اجتماعی را هموار نموده و مقدمات ورود ساده‌تر زنان کارآفرین را به این حوزه را مهیا می‌سازد. شهرت و اعتبار، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی، داشتن تجربه و تخصص، تعیین مأموریت و اهداف صحیح، تهیه برنامه کسب‌وکار، مدیریت و رهبری کارزماتیک و داشتن نیروی متخصص

مقولات استخراج شده در خصوص تسهیل‌کننده‌های کارآفرینی اجتماعی برای زنان است. یکی از مصاحبه‌شوندگان که در حوزه کارآفرینی اجتماعی فعالیت دارد درباره‌ی شهرت و اعتبار معتقد است:

کسب شهرت و آوازه در کسب‌وکار یکی از دلایلی هست که بعضی از کارآفرینان رو ترغیب به ورود به حوزه‌های اجتماعی می‌کنه. بعضی‌ها هم شاید به دنبال اعتبارسازی به سمت فعالیت‌های اجتماعی می‌رن.

یکی دیگر از کارآفرینان اجتماعی درباره‌ی مسئولیت‌پذیری زنان در حوزه کارآفرینی معتقد است:

از نظر من باید در مقابل مسائل اطرافمون پاسخگو باشیم. همیشه چون زن هستیم بگیریم به من چه؛ حتی باید بریم داخل جامعه و مشکلات رو پیدا کنیم. توی کاری که داریم انجام می‌دیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی خیلی مهمه.

از نظر یکی از اعضای هیئت‌علمی فعال در حوزه اجتماعی، تجربه و تخصص برای زنان لازمه‌ی اقدام در این حوزه است:

همیشه و همه جا گفتم که داشتن تجربه کارآفرینی و فعالیت‌های قبلی تو این زمینه به‌خصوص در حوزه اجتماعی خیلی تأثیر گذاره و باعث میشه زنان اشتباهات قبلی را تکرار نکنن و فعالیت‌های اصلی شون را با دقت بیشتری انتخاب کنن. ضمناً نباید بدون تخصص و دانش کافی وارد هیچ حوزه‌ای شد به‌خصوص در حوزه فعالیت‌هایی که با نیازهای اجتماعی افراد سروکار دارن. چون عواقب شکست گاهی هزینه زیادی باخودش داره.

برخی از کارآفرینان اجتماعی درباره‌ی کارآفرینی اجتماعی زنان بر مأموریت و اهداف تأکید داشته و معتقدند:

نمیشه بدون هدف کار کرد؛ ما زن‌ها باید به عوامل مهم و تعیین‌کننده‌ای که باعث بقا و ماندگاری کسب‌وکارهامون میشه مثل داشتن مأموریت، چشم‌انداز و اهداف روشن و دقیق توجه کنیم. ضمن اینکه اهدافمون باید به‌صورت کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت با مشارکت همه اعضا تدوین شده باشه.

یکی دیگر از اعضای مصاحبه‌شونده معتقد است:

ما خانم‌هایی که داریم کارهای کارآفرینانه انجام میدیم برای وارد شدن به هر حوزه‌ای باید مدل، الگو و برنامه داشته باشیم. بدون برنامه کار کنیم شکستمون حتمی هست.

این موضوع موقعی که مسأله اجتماعی-اقتصادی هست، مهم تر هم می شه. من چند وقته که با کسب و کار آشنا شدم به نظرم چیز خوبیه.

یک مصاحبه شونده که کارآفرین اجتماعی فعال در حوزه خیرین است اعتقاد دارد:

وقتی صحبت از فعالیت های اجتماعی می شه باید شیوه مدیریتش هم متفاوت باشه. بعضی ها فکر می کنن مدیریت یعنی دستور دادن. در صورتی که مدیریت به معنی دستور دادن نیست بلکه به معنی کنترل درونی کارکنان با توجه به ویژگی های شخصیتی اون هاست. زنان کارآفرین باید رو ویژگی هایی که باعث میشه کارکنانشون از روی اراده کاری را انجام بدن تمرکز کنن.

درنهایت، یکی دیگه از کارآفرینان اجتماعی می گوید:

امروزه کارها بسیار خلاقانه و نوآورانه شده و به افراد متخصص با مهارت های ویژه نیاز هست. باید مدام به کارکنانمون آموزش بدیم. مهارتشون رو افزایش بدیم و تشویقشون کنیم تا اونها از همدیگه کار و تخصص یاد بگیرن، به خصوص توی حوزه اجتماعی که خیلی ضروریه.

۱۱۸

۵-۲- ظرفیت سازی پویا

ظرفیت سازی پویا به مفهوم ایجاد زیرساخت های لازم برای ایجاد و تداوم فعالیت های کارآفرینی اجتماعی است که دربرگیرنده عوامل بسترساز و تثبیت کننده است. نظرات مشارکت کنندگان در پژوهش در خصوص ظرفیت سازی پویا برای کارآفرینی اجتماعی زنان به تفصیل در ادامه آمده است. الف) عوامل بسترساز: عوامل بسترساز، زیرساخت های لازم برای ورود زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی را ایجاد می کنند. در این مورد یکی از مصاحبه شونده گان فعال در حوزه اجتماعی، درباره ی ایجاد انجمن ها و نهادهای حمایتی معتقد است که:

خیلی از خانم ها نگاهشون به اطراف با شک و تردید هستش؛ مهم ترین راهکار برای این مشکل، ایجاد یک مکانی برای دورهم جمع شدن میتونه باشه، تا گروه بندی ها شکل بگیره و مسائل را با یکدیگر مطرح و به صورت یکپارچه اهدافشون رو دنبال کنن.

کارآفرین اجتماعی دیگری در خصوص شناسایی و ایجاد بازار فروش می گوید:

امروز دیگه این طور نیست که یکی بره کالا تولید کنه بعد خودش بازاریابی کنه و بفروشه. باید اول دید بازار چی می خواد و همون رو بر اساس نیاز تولید کنیم. باید بازار فروش را خودمون با نیازسنجی و امکان سنجی بسازیم.

یک عضو هیئت‌علمی فعال در حوزه زنان نیز معتقد است :

اکثر زنانی که در حوزه‌های کارآفرینی فعال هستند با مشکلات فراوانی توی بازاریابی، برند سازی، قیمت‌گذاری و ... مواجه می‌شن. به همین خاطر از نظر من برگزاری کلاس‌های آموزشی با مشارکت مراکز مختلف فنی و حرفه‌ای بسیار مفید میتونه باشه .

همچنین یک عضو هیئت‌علمی دیگر فعال در حوزه اجتماعی اذعان نموده که:

امروزه با اون که خانم‌های کارآفرین زیادی داریم که دوست دارن در زمینه‌های اجتماعی فعال باشن ولی اصلاً نمی‌دونن از کجا باید شروع کنن، به همین خاطر باید خانم‌ها و به‌خصوص خانم‌های کارآفرین از نظر ذهنی و دانشی مشاوره‌های مستمر بگیرن و تو زمینه‌های مختلف توانمند بشن.

دراین‌بین، یک کارآفرین اجتماعی دیگر نیز معتقد است:

ایجاد صندوق‌های قرض‌الحسنه و خانوادگی و همچنین کانون‌های خیریه و مانند آن بسیار مهم هست. خانم‌ها اغلب در شروع کسب‌وکار خودشون از نظر منابع مالی بسیار در مضیقه هستن و گرفتن وام‌هایی با سود بالا اصلاً توجیه اقتصادی نداره به‌خصوص اگر قرار باشه در حوزه اجتماعی کار کنن.

درنهایت یک کارآفرینی اجتماعی دیگر بر این باور است که:

مشکلات مالی مسئله‌ی بسیار مهمی برای شروع یک کسب‌وکار هستش و این مسئله بسیاری از فعالیت‌های زنانی رو که در حوزه اجتماعی کار می‌کنن رو تحت تأثیر قرار می‌ده. ارائه وام‌های قرض‌الحسنه و کم‌بهره با دوره تنفس چندساله که البته شرایط اخذ آن مثلاً تهیه وثیقه و ... هم مناسب باشه، می‌تونه بسیار تأثیرگذار باشه.

ب- عوامل تثبیت‌کننده: برای پایداری یک‌روند، وجود عواملی که باعث تثبیت وضعیت می‌شوند، بسیار ضروری است. در این خصوص یکی از مصاحبه‌شوندگان فعال در حوزه کارآفرین اجتماعی معتقد است که:

بسیاری از افراد کارآفرین به‌خصوص اونهایی که با فعالیت‌های اجتماعی سروکار دارن توان و زمان لازم برای بازاریابی و فروش محصولات را ندارن، به همین خاطر برپایی نمایشگاه‌های تخصصی و جشنواره‌ها می‌تونه خیلی به این افراد کمک کنه. باید دنبال ایجاد بازارچه‌های فروش فصلی، دائمی و ... برای خانم‌های کارآفرین باشیم چون می‌تونه خیال اونها رو نسبت به فروش آسوده کنه.

یک عضو هیئت‌علمی فعال در حوزه زنان نیز مدعی است:

از نظر بنده یکی از ابزارهای موفقیت افراد به‌خصوص زنان کارآفرین در زمینه‌های اجتماعی، شناسایی نیازهای اصلی مشتری و پاسخگویی مناسب به این نوع نیازها هستند. بعضی وقت‌ها توی فضای اجتماعی مشتری نمی‌دونه چه نیاز داره پس باید زنان کارآفرین بتونن نیازهای پنهان جامعه رو کشف کنن.

دریکی از مصاحبه‌ها، یک کارآفرین اجتماعی بر این باور است که:

هزینه تولید ما خیلی بالاست؛ زیاد کار می‌کنیم ولی خیلی از وقت‌ها از دیگران گران‌تر تولید می‌کنیم. فکر می‌کنم باید هزینه‌ها رو مدیریت کرد مثلاً باید مواد اولیه رو از تأمین‌کنندگان اصلی خرید ولی خب سخته. ولی خب شناسایی و قرارداد بستن اونهم طولانی مدت خیلی خوبه.

همچنین یکی دیگر از کارآفرینان اجتماعی می‌گوید:

مشکل اصلی کار من اینه که که واسطه‌ها بدون هیچ‌گونه کاری بیشترین سود را می‌برن و این موضوع ما و بسیاری از افراد کارآفرین رو دلسرد کرده. تازه این واسطه‌ها باعث شدن که نتونیم نیازهای واقعی مشتری را هم درک کنیم. این دلالت‌ها دارن بین ما و جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنیم، فاصله می‌اندازن.

یک عضو هیئت‌علمی فعال در حوزه زنان نیز می‌گوید:

مشکل اصلی قوانین دست و پاگیر و عدم حمایت واقعی؛ دولت باید قوانین و مقررات رو درست کنه و از کسب و کارهای زنان به‌خصوص در حوزه اجتماعی حمایت کنه. بیشتر قوانین ما ضد تولید و کارن و از واسطه‌ها و دلالت‌ها حمایت می‌کنن. الان اگه کسی بخواد یک تولیدی راه بندازه باید از هفت خوان بگذره و هزارتا مجوز بگیره ولی در عوض واسطه‌گری و دلالتی مجوز نمی‌خواد.

درنهایت یک مصاحبه‌شونده فعال در حوزه اجتماعی اذعان داشت که:

اینکه جامعه ما طبیعت مردونه داره، غیرقابل‌انکاره؛ اما با فرهنگ‌سازی درست می‌تونیم به این مسائل غلبه کنیم. تو موفقیت عوامل بسیار زیادی تأثیر داره که برخی وقت‌ها ما زنها وضعیت بهتری نسبت به مردها داریم.

۳-۵- خلق ارزش اجتماعی

پیشران دیگری که در ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی نقش دارد، خلق ارزش اجتماعی است که ماهیت آن ایجاد ثروت بر پایه نیازهای جامعه هست. در این تحقیق حمایت‌سازها، هنجارهای اجتماعی و هم‌افزایی اجتماعی جزء بازیگران اصلی خلق ارزش اجتماعی به شمار می‌آیند.

الف- حمایت‌سازها: حمایت‌سازها شرایط حمایتی و پشتیبان را برای مشارکت زنان کارآفرین فراهم می‌نمایند. به‌طور مثال، در یکی از مصاحبه‌ها یک فعال در حوزه اجتماعی اعتقاد داشت که:

برای موفق شدن توی یه کسب‌وکار و به‌خصوص در حوزه اجتماعی، باید حمایت خانواده و آشنایان رو به دست بیاریم؛ چون باعث انگیزه و اعتماد میشه و میتونیم امیدوار باشیم که اونها در مواقع ضروری کمکمون می‌کنن.

یکی از اعضای هیئت‌علمی فعال در حوزه اجتماعی نیز معتقد است:

همکاری و هماهنگی در کار بسیار مهمه و اگه این اتفاق از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطی در فضای مجازی رخ بده مؤثرتر هم می‌تونه باشه.

یکی دیگر از اعضای هیئت‌علمی فعال در حوزه زنان بر این باور است که:

با تجربه‌ای که من دارم، راه اندازی کانون‌ها و مراکز مشاوره برای کمک و ارتقاء سطح دانش و اطلاعات زنان سرپرست خانوار برای کاهش ریسک شکست و افزایش موفقیتشان بسیار تأثیرگذار میتونه باشه.

در یکی از مصاحبه‌ها، یک عضو هیئت‌علمی فعال در حوزه اجتماعی می‌گوید:

چون بعضی از خانم‌ها انگیزه و ایده کافی برای ورود به حوزه کارآفرینی و به‌خصوص فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی ندارند؛ باید در سراهای محله و یا انجمن‌های محلی که خانم‌ها بیشتر حضور دارن فعالیت‌های انگیزشی و ایده‌سازی توسعه داده بشه.

در نهایت یک عضو هیئت‌علمی دیگر نیز که در حوزه اجتماعی فعالیت داشت، معتقد بود:

بعضی از خانم‌ها فقر فرهنگی و یا مشکلات زمینه‌ای زیادی در روابط اجتماعی دارن و خیلی کم‌تحرک و آسیب‌پذیر هستن؛ لذا توسعه تعاملات با ایجاد تشکل‌های اجتماعی مانند تشکیل گروه‌های هم‌سن یا هم‌فکر و علاقه‌مند به یک حوزه خاص می‌تونه خیلی خوب و کارآمد باشه.

ب- **هنجارهای اجتماعی:** هنجارهای اجتماعی رفتارهای معینی هستند که بر اساس ارزش‌های اجتماعی شکل گرفته و بارعایت آن‌ها جامعه انتظام پیدا می‌کند. در این بین، یکی از مصاحبه‌شوندگان عضو هیئت‌علمی و فعال در حوزه اجتماعی، معتقد است:

در جامعه ما اینکه یک زن بتونه کسب‌وکار جدید و نوپایی راه‌اندازی کنه برای خیلی‌ها قابل‌باور نیست. جو هم طوری‌ه که هنوز برای جامعه باورپذیر نیست که یک زن بتونه هم مستقل باشه و هم اشتغال‌زایی کنه.

همچنین یک کارآفرین اجتماعی بر این باور است که:

باید این رو ترویج بدیم که کاری که زنان کارآفرین انجام می‌دن برای خودشان و جامعه ارزش داره و می‌تونه رفتار و سبک زندگی جامعه‌ای که با آن کار می‌کنن رو به‌طور مثبت تغییر بده. تازه فعالیت زنان باعث می‌شه تا این تصور توی جامعه ایجاد بشه که اون‌ها می‌تونن در کنار فعالیت‌های سنتی‌شون، به موقعیت‌های بالایی هم دست پیدا کنن.

درنهایت، یک عضو هیئت‌علمی فعال در حوزه زنان معتقد است:

همه‌چیز که پول نیست. برای ورود به هر حوزه‌ی کاری همه باید از اون افراد حمایت کنن چه زن باشه و چه مرد؛ البته حمایت‌های اجتماعی که از سوی خانواده، اطرافیان، مراکز فرهنگی-هنری، خیریه‌ها، مراکز مذهبی و غیره همیشه تأثیرگذارتر هستش و باعث افزایش اعتمادبه‌نفس و انگیزه بیشتر در بین زنان میشه.

ج- **هم‌افزایی اجتماعی:** عوامل اجتماعی از مؤلفه‌های مختلف اجتماعی تشکیل شده است که تعامل توأمان آن‌ها با یکدیگر اثرات فراوانی خواهد داشت که از اثر تک‌تک آن‌ها بیشتر است که به آن هم‌افزایی اجتماعی گفته می‌شود. یافته‌های مستخرج از مصاحبه‌ها نیز بر اهمیت موضوع هم‌افزایی اجتماعی اشاره نموده‌اند به طوری که یک کارآفرین اجتماعی فعال در حوزه خیرین بیان نموده که:

شخصاً دوست دارم تا به کسانی که نیازمند هستن مخصوصاً افرادی مانند بچه‌های معلول، زنان سرپرست خانوار و ... در حد توانم کمک کنم.

یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان بر این نکته تأکید دارد:

خانم‌های کارآفرین باید از نظر شخصیتی خیلی محکم باشن و به مسائل اطراف خوب توجه کنن چون تو این مسیر ناملازمات سیاسی-اجتماعی زیاده خیلی‌ها مخالف هستند، مانع‌تراشی زیاده باید صبور بود و خسته نشد.

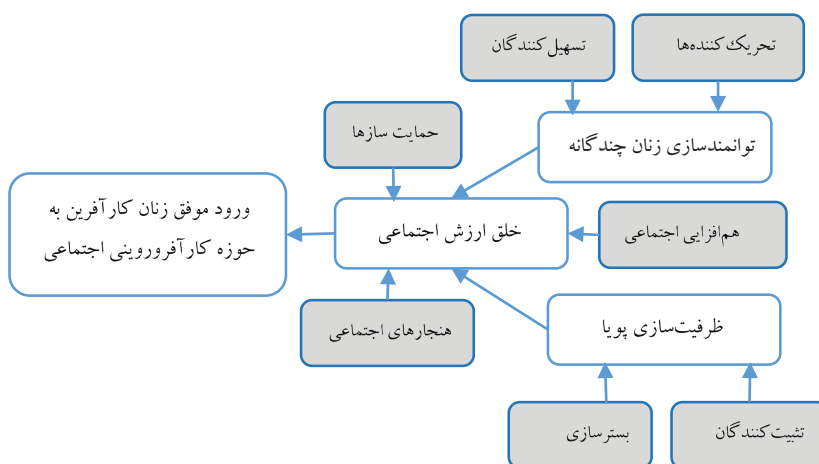
یکی دیگر از اعضای مصاحبه‌شونده معتقد است:

کارآفرین باید بتونه با دیگران همکاری و منابع را خوب مدیریت کنه؛ امروزه دیگه مدیریت به معنی ریاست و دستور دادن نیست، یک‌جور همدلی باید ایجاد بشه.

درنهایت یک کارآفرین اجتماعی فعال در حوزه خیرین معتقد است:

از نظر من حمایت خیرین و مشارکت اونها در کار بسیار مهمه؛ زیرا باعث انگیزه و اعتمادسازی بین زنان جهت ورود به حوزه‌های اجتماعی می‌شه.

با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته و بر اساس یافته‌های تحقیق مدل مفهومی محقق ساخته پژوهش به‌صورت زیر ارائه می‌گردد (شکل ۱).



شکل ۱: مفهوم‌سازی پیش‌ران‌های ورود موفق زنان کارآفرینی به حوزه کارآفرینی اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت رفع نیازهای اجتماعی از طریق ورود به مفاهیم جدیدی مانند کارآفرینی اجتماعی و نقش مؤثر زنان کارآفرین در احصاء و رفع مسائل جامعه، این پژوهش به دنبال شناسایی پیش‌ران‌های مؤثر در ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی و ارائه یک مدل نظری در این خصوص بود. در این تحقیق برای شناسایی بازیگران اصلی و عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی با ۱۴ نفر از صاحب‌نظران و خبرگان حوزه‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی، زنان مصاحبه عمیق انجام شد. در نهایت با روش تحلیل مضمون از داده‌های پژوهش، ۵۶ مفهوم

اولیه در ۳۷ تم گزینشی، ۷ تم فرعی و ۳ تم اصلی «توانمندسازی‌های چندگانه»، «خلق ارزش اجتماعی» و «ظرفیت‌سازی پویا» استخراج شد.

توانمندسازی چندگانه به دنبال تأثیرگذاری، معنادارسازی، خودسامانی و بهبود شایستگی‌های فردی و گروهی است تا از این طریق، کسب‌وکارها از توانایی‌ها، قابلیت‌ها، نیازها و خواسته‌های خود، آگاه شده و با ایجاد اعتمادبه‌نفس و خوداتکایی و افزایش توانمندی‌ها، شرایط لازم برای تحقق اهداف کسب‌وکار فراهم شود. در واقع منظور از «توانمندسازی چندگانه» ایجاد توانایی سازگاری، مقاومت و انعطاف‌پذیری در مواجهه با مشکلات و تهدیدهای درون و برون‌سازمانی هست که از رویدادهایی همچون «تحریک‌کننده‌ها» و «تسهیل‌کننده‌ها» تشکیل شده است که اولین رویداد به دنبال ایجاد انگیزه در زنان کارآفرین جهت ورود به حوزه کارآفرینی اجتماعی و دومین رویداد باعث تقویت و تسهیل روند این روند می‌شود. شایان‌ذکر است این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های هیستریچ و پیتریز (۲۰۰۲)؛ ساتار و جان (۲۰۱۹)؛ یو و وانگ (۲۰۱۹)؛ فولتا و همکاران (۲۰۱۲) سازگار هست.

ظرفیت‌سازی پویا نیز یک روش ادراکی برای توسعه کسب‌وکارها است که بر شناسایی موانع و تهدیدات برون‌سازمانی که باعث می‌شود کسب‌وکارها نتوانند به اهداف خود دست یابند، اشاره می‌کند. ظرفیت‌سازی پویا از جهات مختلف اجازه دستیابی به نتایج قابل قبول و حفظ بقا و پایداری در کسب‌وکارها را فراهم می‌کند و اکثر اوقات به تقویت مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانایی‌هایی افراد در غلبه بر محدودیت‌های بیرونی کسب‌وکارها اشاره دارد. تأکید بر ایجاد زیرساخت‌های لازم برای ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی موضوع بسیار مهمی است، هرچند که این اقدام‌ها به‌طور مستقیم در اختیار بنگاه نبوده و از ناحیه برون‌سازمانی بر کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد، ولی می‌بایست اقدامات مؤثری در کنترل و بهره‌برداری از آن‌ها انجام گیرد. در این تحقیق ظرفیت‌سازی پویا از دو مضمون «تثبیت‌کننده‌ها» و «بسترسازی» تشکیل شده است که اولین مضمون با ماهیت پایدارکنندگی، باعث تقویت و تثبیت ورود زنان کارآفرینی به حوزه کارآفرینی اجتماعی می‌شود و دومین مضمون نیز به شناسایی زیرساخت‌های برون‌سازمانی جهت ایجاد قابلیت‌های لازم در راستای ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی می‌پردازد. یافته‌های این قسمت با نتایج نیوا (۲۰۱۵)؛ کیمو و نگواسونگ (۲۰۱۶)؛ آنگاهیگاری و همکاران (۲۰۱۸)؛ و میندیز-پیکازو و همکاران (۲۰۱۵) در یک راستا است.

با توجه به اینکه کارآفرینی اجتماعی به دنبال رفع نیازهای اجتماعی و خلق ارزش‌ها درون جامعه است، برای فراگیر شدن آن در سطح جامعه می‌بایست به ارزش‌ها، هنجارها و باورهای اجتماعی توجه ویژه‌ای داشت. توجه به باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی باعث تقویت روحیه افراد شده و با ایجاد تعهد در جامعه، رفتارها را جهت می‌دهد. ارزش‌های اجتماعی شامل تمام موارد مطلوب یا نامطلوب، مناسب یا نامناسب است که موردعلاقه، توجه و احترام انسان‌ها بوده و موجب جهت‌دهی و مشروع سازی رفتارها می‌شود. «حمایت‌سازها» یکی از عواملی است که در خلق ارزش اجتماعی مؤثر است و به دنبال ایجاد شرایطی جهت جلب مشارکت عموم در فرایند کارآفرینی اجتماعی هستند. «هنجارهای اجتماعی» نیز به ادراک ما از رفتار دیگران اشاره دارد که در خلق ارزش اجتماعی اهمیت بسیار زیادی داشته و در نهایت برای «خلق ارزش اجتماعی» می‌بایست در راستای نوعی مشارکت عمومی که در این پژوهش از آن تحت عنوان «هم‌افزایی اجتماعی» یاد شده، اقدام نمود. این نتایج با یافته‌های تحقیق اوزسونگور (۲۰۱۹)؛ پاندار (۲۰۱۸)؛ نیوا (۲۰۱۵) و تیواری و همکاران، (۲۰۱۸) سازگار است.

پیشنهادهای پژوهش

یکی از عوامل بسیار مهمی در ورود موفق زنان کارآفرین به حوزه کارآفرینی اجتماعی، ویژگی‌های شخصی و فردی آن‌ها هست. بهبود توانمندی‌های درونی افراد مانند خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، ایجاد اعتمادبه‌نفس و خودباوری، تقویت پشتکار و روحیه جنگندگی از طریق برگزاری سمینارها و کارگاه‌های آموزشی و روانشناسی در زمینه‌های پرورش و رشد و تقویت ویژگی‌های شخصی در حوزه کارآفرینی اجتماعی و همچنین افزایش کیفیت و کمیت واحدهای مشاوره شغلی و زندگی، می‌تواند کمک بسیار زیادی به زنان کارآفرین در خصوص دستیابی به اهداف اجتماعی خود نماید.

تقویت فرهنگ کارآفرینی در بین زنان از طریق مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و تأکید بر رفع نیازهای اجتماعی با تعامل مستمر با نهادهای مختلف نیز می‌تواند عامل مؤثری در موفقیت زنان کارآفرین در حوزه کارآفرینی اجتماعی باشد. برای دستیابی به این هدف تدریس و توسعه فرهنگ کارآفرینی اجتماعی از مدارس و آموزش خانواده‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی و ملی بسیار کارساز و مؤثر است.

یکی از عوامل بسیار مهمی که می‌تواند موجب بهبود کارآفرینی اجتماعی در سطح کسب‌وکار گردد، ایجاد کارگروه‌های ویژه جهت برقراری ارتباط مؤثر بین خیرین و کارآفرینان جهت استفاده از پتانسیل‌ها مشترک است. در این بین ایجاد و تقویت پل‌های ارتباطی مؤثری مانند شبکه‌های اجتماعی در راستای استفاده و تبادل تجربیات مشترک، نقش بسیار مهمی در جامعه‌پذیری و نهادینه شدن کارآفرینی اجتماعی خواهد داشت. همچنین با توجه به اینکه کارآفرینی اجتماعی هنوز دوره تکامل خود را در کشور طی ننموده است، توسعه صندوق‌های مستقل سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر در سطح ملی و استانی با حمایت سازمان‌ها و نهادهای عمومی و دولتی و استفاده از منابع مالی سازمان‌های بازنشستگی و تأمین اجتماعی جهت حمایت از کارآفرینان اجتماعی می‌تواند کمک مؤثری در تقویت کارآفرینی اجتماعی داشته باشد. هرچند که حمایت دولت از کارآفرینان اجتماعی از طریق معافیت‌های بیمه، مالیات و نرخ سود بانکی نیز نقش بسیار مهمی در بسترسازی فعالیت‌های اجتماعی خواهد داشت.

منابع

- ◀ ابویی اردکان، محمد، سمیه لبافی، سمانه آذرپور و مهدیه جلال‌پور، (۱۳۹۳). «شناسایی عوامل حیاتی موفقیت تفکر راهبردی در دیدگاه مدیران سازمان‌های فرهنگی شهر اصفهان»، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۶، ش ۱۱.
- ◀ حاجی‌لو، وحید، حبیب ولی‌زاده و زهرا مقیمی، (۱۳۹۹). «شناسایی مؤلفه‌های سازماندهی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در شهرستان چالدران»، مطالعات راهبردی زنان، ۲۳، ش ۸۹.
- ◀ موسوی لقمان، سیده اشرف، عطاءالله رفیعی آتانی و علیرضا معینی، (۱۳۹۸). تحلیل مضمون سیاست‌های اقتصاد خانواده در ایران، مطالعات راهبردی زنان، ۲۱، ش ۸۳.
- ◀ اردلان، محمدرضا و وحید سلطان‌زاده، (۱۳۹۴). تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند با نقش میانجی یادگیری سازمانی، توسعه کارآفرینی، ۳، ش ۸.
- ◀ رحیمیان، حمید، محمود احمدپور داریانی، عبا عباسپور و فرنوش اعلامی، (۱۳۹۲). «شناسایی عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران»، توسعه کارآفرینی، ۱، ش ۶.
- ◀ روشن‌نیا، داوود، رقیه خادمی شهریور، و سعید قوتی، (۱۳۹۴). «چالش‌ها و موانع اجتماعی کارآفرینی زنان». کار و جامعه، ۲۴، ش ۱۸۸.
- ◀ عزیزی، محمد و مریم ملایجردی، (۱۳۹۶). «روش‌های تأمین مالی کارآفرینی اجتماعی». تحقیقات مالی، ۱، ش ۱۹.
- ◀ علیخانی داد وکلایی، مهدی، (۱۳۹۳). «چالش‌های پیش روی زنان در کارآفرینی کشاورزی». کارآفرینی در کشاورزی، ۱، ش ۴.
- ◀ فاضلی، فریبا، زینب طولابی و یاسان الله پور اشرف، (۱۳۹۸). «شناسایی چالش‌ها و فعالیت‌های استراتژیک اجتماعی کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی شهر ایلام)»، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۳۹، ش ۱۰.
- ◀ فیروزآبادی، سید احمد، حسین ایمانی جاجرمی و حمیده دباغی، (۱۳۹۷). «تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی (مطالعه‌ی موردی: تعاونی زنان روستایی مهر آفرین ارم- شهرستان پاکدشت)»، زن در توسعه و سیاست، ۱۶، ش ۱.
- ◀ مالکی، رسول، حمید بیلاق چغاخور و مصطفی احمدوند، (۱۳۹۴). «بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد)»، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۲۵، ش ۲۵.
- ◀ مرجانی، تیمور و سید صدرالدین صدری، (۱۳۹۳). «توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها»، مدیریت فرهنگ‌سازمانی، ۲، ش ۱۲.
- ◀ موحدی، رضا و احمد یعقوبی فرانی، (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی»، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ۱۲، ش ۴.

◀ وارسته‌فر، افسانه و مهناز و کیلی‌فر، (۱۳۹۵). «زنان کارآفرین (مطالعه موردی و مقایسه در دو استان تهران و سمنان)» آینده‌پژوهی مدیریت، ۲۷، ش ۱۰۶.

- ▶ Agarwal, S & ,Lenka, U. (2015). Study on work life balance of women entrepreneurs, *Industrial and Commercial Training*, 47.
- ▶ Al Mamun, A., Rajennd, A., Muniady, L., Permarupa, P. Y., Zainol, N. R. B., Nawi, N. B. C., & Malarvizhi, C. (2016). Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. *The journal of developing areas*, 50(5).
- ▶ Anggadwita, G., Luturlean, B. S., Ramadani, V., & Ratten, V. (2017). Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- ▶ Anggahegari, P., Yudoko, G., & Rudito, B. (2018). Female Social Entrepreneur Movement in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*.
- ▶ Arend, R. J. (2020). Modelling Social Entrepreneurship: Consideration of the Reacting Forces. *Journal of Social Entrepreneurship*.
- ▶ Asha, k. (2018). *A study on problems faced by rural entrepreneurs in India and remedies to solve it*. Paper presented at the National Conference on “Innovation, Entrepreneurship and Start-UPS for Eco-nomic Transformation-Trends, opportunities and Challenges.
- ▶ Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2012). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Revista de Administracao*, 47(3).
- ▶ Bahrein, A. B. A., Zakaria, M. N., Ismail, M., Yaacob, M. R., Ghazali, M. S., & Sofian, M. F. (2018). Factors Affecting Entrepreneurial Intention and Social Entrepreneurship Intention: A Conceptual Model. *International Journal of Accounting*, 3(8).
- ▶ Belasen, A., & Angiello, J. (2018). The Important Role of Women in Social Entrepreneurship. In *Women and Leadership*, Springer.
- ▶ Bhushan, B. (2020). Motivational Model of Social Entrepreneurship: Exploring the Shaping of Engagement of Social Entrepreneur. In *Methodological Issues in Social Entrepreneurship Knowledge and Practice*, Springer.
- ▶ Chinomona, E., & Maziriri, E. T. (2015). Women in action: Challenges facing

women entrepreneurs in the Gauteng Province of South Africa. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 14(6).

► Dahles, H., Verver, M., Khieng, S., Manders, I., & Schellens, N. (2019). Scaling up social enterprise: Predicament or prospect in a comparative perspective. *Journal of Social Entrepreneurship*.

► Douglas, E., & Prentice, C. (2019). Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-set analysis. *Journal of Business Research*, 99(2019).

► Dutta, S. (2019). Seeing parochially and acting locally: Social exposure, problem identification and social entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 34(6).

► Gbadamosi, A. (2019). Women-entrepreneurship, religiosity, and value-co-creation with ethnic consumers: revisiting the paradox. *Journal of Strategic Marketing*, 27(4).

► Ghouse, S., McElwee, G., Meaton, J., & Durrah, O. (2017). Barriers to rural women entrepreneurs in Oman. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 998-1016. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2017-0070>

► Hasan, F. S., Almubarak, M. M. S., & Ahmed, A. (2016). Factors influencing women entrepreneurs' performance in SMEs. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*.

► Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of business ethics*, 133(4).

► Jarrodi, H., Byrne, J., & Bureau, S. (2019). A political ideology lens on social entrepreneurship motivations. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(7-8).

► Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, 33(7).

► Kimbu, A. N., & Ngoasong, M. Z. (2016). Women as vectors of social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 60.

- ▶ Ladge, J., Eddleston, K. A., & Sugiyama, K. (2019). Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *Business horizons*, 62(5).
- ▶ Lang, R., & Fink, M. (2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70.
- ▶ Mair, J. & Martí, J. (2016). "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight, *Journal of World Business*, 41(1): pp 36-44.
- ▶ Mendez-Picazo, M.-T., Ribeiro-Soriano, D., & Galindo-Martín, M.-Á. n. (2015). Drivers of social entrepreneurship. *European Journal of International Management*, 9(6).
- ▶ Nandan, M., London, M., & Bent-Goodley, T. (2015). Social workers as social change agents: Social innovation, social intrapreneurship, and social entrepreneurship. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 39(1).
- ▶ Nieva, F. O. (2015). Social women entrepreneurship in the Kingdom of Saudi Arabia. *Journal of global entrepreneurship research*, 5(1).
- ▶ Ozsungur, F. (2019). The effects of technology acceptance and use behaviour on women's entrepreneurship motivation factors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3).
- ▶ Palacios-Marqués, D., García, M. G., Sánchez, M. M., & Mari, M. P. A. (2019). Social entrepreneurship and organizational performance: A study of the mediating role of distinctive competencies in marketing. *Journal of Business Research*, 101.
- ▶ Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45(1).
- ▶ Satar, M. S., & John, S. (2019). The critical success factors of social entrepreneurship in India: an empirical study. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 37(3).
- ▶ Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of social entrepreneurship initiatives: a theoretical framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213.

- ▶ Terjesen, S., Bosma, N., & Stam, E. (2016). Advancing public policy for high-growth, female, and social entrepreneurs. *Public Administration Review*, 76(2).
- ▶ Terziev, V., Natalia, B., & Georgiev, M. (2019). Support structures for the development of social entrepreneurship. *KNOWLEDGE-International Journal*, 29.
- ▶ Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2018). Factors affecting individual's intention to become a social entrepreneur. In *Social Entrepreneurship and Sustainable Business Models*, Springer.
- ▶ Welsh, D. H., Memili, E., & Kaciak, E. (2016). An empirical analysis of the impact of family moral support on Turkish women entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(1).
- ▶ Yu, T.-L., & Wang, J.-H. (2019). Factors affecting social entrepreneurship intentions among agricultural university students in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22.

بررسی رابطه‌ی سبک‌های عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی (مورد مطالعه: زنان شاغل شهر کرمان)

سوده مقصودی*، طاهره بازمانده**، سیدمحمد حسین موسوی نسب***

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه‌ی سبک‌های عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی در بین کارکنان زن شاغل در ادارات دولتی شهر کرمان انجام شد. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل کلیه‌ی زنان شاغل و متأهل به تعداد ۲۱۴۷ نفر بود که تعداد ۳۲۷ نفر به عنوان نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب شدند. سپس اطلاعات با استفاده از پرسش‌نامه‌های استاندارد عشق‌ورزی و سازگاری زناشویی جمع‌آوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و بهره‌گیری از آزمون‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. نتایج نشان داد، بین عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. همچنین متغیر عشق‌ورزی می‌تواند مقدار ۶۵ درصد از واریانس متغیر سازگاری زناشویی را تبیین کند. از سوی دیگر، بین متغیرهای دموگرافیک (متغیرهای تعداد فرزند و تحصیلات همسر) با سازگاری زناشویی رابطه‌ی معناداری مشاهده شد. بر اساس نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود، برای افزایش سازگاری زناشویی در زنان به‌ویژه زنان شاغل، مردان بایستی به متغیر عشق‌ورزی توجه ویژه‌ای کنند.

واژگان کلیدی

عشق‌ورزی، سازگاری زناشویی، زنان شاغل، ادارات دولتی.

*. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده‌ی مسئول)
(smaghsoodi@uk.ac.ir)

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران
(btahareh@yahoo.com)

*** دانشیار، گروه روانشناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران
(hossein.mousavi-nasab@uk.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

۱. مقدمه و بیان مسئله

ازدواج^۱ عملی است که پیوند بین دو جنس مخالف را بر پایه‌ی روابط پایای جنسی موجب می‌شود. ازدواج مستلزم انعقاد قراردادی اجتماعی است که موجب مشروعیت روابط جسمانی می‌شود. کلودلوی اشتروس^۲ معتقد است که ازدواج «برخوردی دراماتیک بین فرهنگ و طبیعت یا میان قواعد اجتماعی و کشش جنسی است» (ساروخانی، ۱۳۸۹: ۲۵). پایداری ازدواج بخش بسیار مهمی از حیات فردی و اجتماعی هر فرد را دربرمی‌گیرد و هدف از شکل‌دهی آن متناسب با بافت فرهنگ اسلامی رسیدن به آرامش، مودت و رحمت برای زن و مرد است (عبداللهی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۴).

آنتونی گیدنز^۳ ازدواج را چنین تعریف می‌کند: «پیوند جنسی دو فرد بزرگسال است که به صورت اجتماعی تأیید و به رسمیت شناخته می‌شود. وقتی دو نفر با هم ازدواج می‌کنند، خویشاوند یکدیگر می‌شوند» (گیدنز، ۱۳۸۹: ۲۵۲). واقعیت این است که زندگی زناشویی همیشه در معرض خطر است و مشکلاتی مانند نارضایتی زناشویی، اعتیاد همسر، روابط خارج از چارچوب خانواده، مشکلات مالی، عدم تفاهم زوجین، دخالت خانواده‌ها و... آن را تهدید می‌کند. گاهی این مشکلات چنان پیچیده می‌شوند که چاره‌ای جز طلاق باقی نمی‌ماند (درویش‌زاده و پاشا، ۱۳۸۹: ۶). یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده‌ی پویایی‌های روابط زناشویی وجود عشق و کیفیت آن است (حفاظی طرقله و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۰۰).

عشق یک حالت روان‌شناختی است که روان‌شناسان اجتماعی طی سه دهه‌ی اخیر بدان توجه ویژه کرده‌اند و تحقیقات علمی متعددی درباره‌ی تأثیر آن در زندگی انسان انجام شده است. روان‌شناسان عشق را یک هیجان اساسی و مثبت معرفی می‌کنند. به عقیده‌ی روان‌شناسان فرهنگی درباره‌ی مفهوم عشق تفاوت‌های فرهنگی نیز وجود دارد و حتی معنای عشق از یک زمان به زمانی دیگر نیز متفاوت است؛ فروید سلامت روان‌شناختی را به طور خلاصه توانایی عشق ورزیدن و کارکردن تعریف می‌کند (رفیعی‌نیا و اصغری، ۱۳۸۶: ۴۹۲).

کپهارت^۴ از هزار دانشجوی مجرد سؤال کرد، آیا حاضر هستید با شخصی ازدواج کنید که تمام خصوصیات مطلوب مورد نظر شما را داشته باشد در حالی که عاشق او نباشید؟ ۶۵ درصد مردان و

1. Marriage
2. Strauss
3. Giddens
4. Cephart (1967)

۲۴ درصد زنان پاسخ داده‌اند که هرگز حاضر به ازدواج با چنین فردی نمی‌باشند. زمانی که همین سؤال از مردان و زنانی که فردی را به عنوان نامزد انتخاب کرده بودند پرسیدند، ۸۰ تا ۹۰ درصد حاضر به ازدواج با چنین فردی نبودند. اسپرچر^۱ در پژوهش خود دریافت که عشق یکی از مؤلفه‌های لازم برای ازدواج است. استرنبرگ^۲ از کسانی است که راجع به عشق نظریه‌پردازی کرده است. وی براساس یک پژوهش دریافت که عشق یک حالت روان‌شناختی است که سه بعد صمیمیت^۳، شوریدگی^۴ و تعهد^۵ دارد. پژوهشگران رضایت از زندگی زناشویی و شادمانی را بررسی و میزان آن را در مراحل مختلف مقایسه کردند. نتایج این پژوهش‌ها نشان داد، رضایت، شادمانی و سازگاری زناشویی^۶ در ابتدای ازدواج بالاست و در دورانی که بچه‌ها به مدرسه می‌روند کاهش و بعد از آن دوباره افزایش می‌یابد، به این ترتیب سیر آن به شکل U است (فرحبخش و شفیع آبادی، ۱۳۸۵: ۲). شناخت عوامل مرتبط با سازگاری زناشویی به منظور افزایش بقاء و آرامش زوجین می‌تواند برای همه سودمند باشد؛ چراکه محققین سازگاری زناشویی را عامل حفظ نظام و تقویت حیات روانی خانواده دانسته‌اند. براساس نتایج تحقیقات، سازگاری زناشویی مثبت با سلامت جسمی و روانی و رضایت‌مندی و ارتباط مؤثر بین زوجین در رابطه است.

۱۳۵

بررسی مسئله‌ی سازگاری زناشویی از لحاظ بعد فردی و اجتماعی امری مهم است. در بعد فردی، این مسئله مهم است؛ چرا که اگر یک زوج در روابطشان با یکدیگر نتوانند به یک توافق نسبی و سازگاری برسند، کارکردهای خانواده مختل می‌شود و شاید تنها راه حل آن جدایی باشد که پیامدهای منفی بسیاری برای هریک از زوجین و فرزندان آنها در پی خواهد داشت. از لحاظ اجتماعی، اگر خانواده - که کوچک‌ترین واحد اجتماعی است - آسیب ببیند، در کل جامعه تأثیر می‌گذارد و سلامت جامعه را به خطر می‌اندازد (معین و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۶۴).

با توجه به آنچه بیان شد، اگرچه ازدواج پیوند بسیار خوشایندی است، آمارها نشان می‌دهند که سازگاری و کسب رضایت زوجین به راحتی به دست نمی‌آید؛ بنابراین یکی از نکات اساسی در بحث ازدواج مسئله‌ی سازگاری و رضایت زناشویی زوجین بوده که نقش محوری در ثبات و استحکام خانواده دارد.

1. Spercher (2005)
2. Sternberg (1968)
3. Intimacy
4. passion
5. Commitment
6. Marital adjustment

۲. پیشینه‌ی پژوهش

درباره‌ی عشق‌ورزی و سازگاری زناشویی پژوهش‌های اندکی در ایران و خارج از آن وجود دارد. بنابراین در این مجال پژوهش‌هایی که به نوعی با این موضوع مربوط است، معرفی می‌شوند. درباره‌ی نقش عشق‌ورزی در سازگاری زناشویی اسپرچر و تورومرن^۱ در پژوهش خود مشاهده کردند که از نظر مردان و زنان چینی، آمریکایی و سایر نژادهای دیگر عشق برای ازدواج امری لازم و ضروری است. ماس و اسکوبل عقیده دارند که میزان محبتی که افراد در زندگی خود تجربه می‌کنند بستگی به رشد اجتماعی، سازگاری شخصی و سلامت جسمی دارد و عشق نقش کاربردی در لذت بردن و رضایت از زندگی زناشویی ایفا می‌کند (Moss & Schwelel, 1993: 31-37). وایت در مطالعات خود بر روی ازدواج‌ها نشان داد، افراد متأهل سازگار بیشتر عمر می‌کنند، درآمد بالا دارند، ثروتمند هستند، در رفتارهای خطرناک کمتر درگیر می‌شوند، تغذیه‌ی سالم دارند و در مقایسه با افراد ناسازگار کمتر به مشکلات روان‌شناختی مبتلا می‌شوند (White, 1997). نتایج مطالعات کومبس^۲ نشان داد، افراد متأهلی که زندگی‌شان پایدار بوده و استحکام بیشتری داشته، عموماً عمر طولانی دارند، بیشتر عاطفی هستند، از نظر جسمانی سالم‌ترند، شاد هستند و بیشتر احتمال دارد که از سرطان نجات یابند (Coombs, 1991: 97-102).

همچنین یوسفی و همکاران تحقیقی با عنوان «رابطه‌ی سبک‌های عشق‌ورزی و کیفیت زندگی زناشویی در میان افراد متأهل» انجام داد؛ نتایج این پژوهش با استفاده از مدل تحلیل مسیر نشان داد که سبک‌های عشق‌ورزی دوستانه، رمانتیک و واقع‌گرایانه با رضایت زناشویی، انسجام زناشویی و توافق زناشویی رابطه‌ی مثبت و سبک‌های عشق‌ورزی شهوانی، بازیگرانه و فداکارانه با رضایت زناشویی، انسجام زناشویی و توافق زناشویی رابطه‌ی منفی دارند (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۰). سیف‌علیان تحقیقی با عنوان «بررسی سازگاری/ناسازگاری زناشویی اساتید دانشگاه‌های شهر سمنان و عوامل مؤثر بر آن» را انجام داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین فاصله‌ی سنی و درآمد با سازگاری زناشویی رابطه‌ی معناداری وجود دارد، اما بین سن، جنس، تحصیلات، مدت ازدواج و تعداد فرزندان با سازگاری زناشویی رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد. همچنین نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل‌های چند متغیره رگرسیونی نشانگر این است که بین گستردگی و عمق روابط بین زوجین و نیز منفعت رابطه با سازگاری زناشویی ارتباط مستقیم وجود دارد، اما

1. Tvrvmoren

2. Coombs

ارتباط بین گستردگی و عمق روابط برون‌گروهی زوجین با سازگاری زناشویی ارتباط غیرمستقیم است (سیف‌علیان، ۱۳۹۰). فرحبخش و شفیع‌آبادی ابعاد عشق‌ورزی براساس نظریه‌ی سه بعدی عشق در چهار گروه زوج‌های در مرحله‌ی نامزدی، عقد، ازدواج و فرزنددار را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین میزان عشق‌ورزی در مراحل مختلف زندگی زناشویی تفاوت معناداری وجود دارد. به‌علاوه بین جنسیت آزمودنی‌ها و مراحل تحول زندگی زناشویی در عشق‌ورزی تعامل وجود دارد. همچنین مشاهده شد که بین میزان عشق‌ورزی زن و شوهر همبستگی معنادار وجود دارد (فرحبخش و شفیع‌آبادی، ۱۳۸۵). صدق‌آمیز در تحقیق خود عوامل مؤثر بر سازگاری زناشویی در شهر شیراز را بررسی کرد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دوسطح دومتغیره و چندمتغیره انجام شده و نتایج بدین شرح بوده است: در تجزیه و تحلیل دومتغیره، متغیرهای سن زن، سن شوهر، سن زن هنگام ازدواج، تعداد فرزند، تفاوت سنی زوجین، تحصیلات مرد، تحصیلات زن، منزلت شغلی مرد، اشتغال زن، محل تولد زوجین، ازدواج مجدد زوجین، نحوه‌ی آشنایی با همسر و نسبت خویشاوندی با متغیر وابسته (سازگاری زناشویی) رابطه‌ی معناداری داشتند. در تجزیه و تحلیل چندمتغیره که با استفاده از رگرسیون گام به گام انجام شد، متغیرهای تحصیلات مرد، تعداد فرزند، منزلت شغلی مرد و تفاوت سنی زوجین رابطه‌ی معنی‌دار داشته و همگی ۲۸ درصد از تغییرات سازگاری زناشویی را نشان می‌دهد (صدق‌آمیز، ۱۳۷۶).

برخلاف اینکه برخی از پژوهش‌های خارجی نشان داده‌اند که عشق‌ورزی می‌تواند در سازگاری زناشویی تأثیر بسزایی داشته باشد، هنوز پژوهش مدونی در این باره انجام نشده است. همچنین در داخل کشور به این دو متغیر و تأثیرشان در یکدیگر توجه چندانی نشده است و سؤالات زیادی درباره‌ی آنها وجود دارد که جواب داده نشده است.

۳. چارچوب نظری پژوهش

عشق به عنوان یک احساس مثبت معمولاً نقطه‌ی مقابل تنفر قرار می‌گیرد و در صورتی که در آن عامل میل جنسی کم‌رنگ باشد و یک شکل خالص و محض رابطه‌ی رمانتیک را متضمن باشد با کلمه‌ی شهوت قیاس‌کردنی است. اگر عشق یک رابطه بین فرد و دیگر افراد را توصیف کند که در آن زمره‌های زمانتیک زیادی وجود دارد، در مقابل دوستی و رفاقت قرار می‌گیرد، با این‌وجود در برخی از تعریف‌ها عشق بر وجود رابطه‌ی دوستانه بین دو نفر در بافت‌های خاص تأکید دارد. از دیدگاه روان‌شناسی عشق عبارت است از یکی از عواطف که مرکب از تمایلات جسمانی،

حس جمال، حس اجتماعی، تعجب، عزت نفس و... علاقه‌ی بسیار شدید و غالباً نامعقولی است که گاهی باعث هیجانات کدورت انگیز می‌شود و یکی از مظاهر مختلف تمایل اجتماعی است که اغلب جزء شهوات به شمار می‌آید (بینوا، ۱۳۹۳).

استرنبرگ (۱۹۸۷) در نظریه‌ی مثلثی عشق خود، عشق را متشکل از سه مؤلفه‌ی صمیمت، میل یا شهوت و تعهد می‌داند؛ صمیمیت عبارت است از احساس محبت و اظهار آن، علاقه، مراقبت، مسئولیت، همدلی و غمخواری نسبت به فردی که او را دوست دارد. صمیمیت جنبه‌ی هیجانی و عاطفی دارد و نوعی احساس گرمی، محبت، نزدیکی، مرتبط بودن و در قیدوبند طرف مقابل بودن در فرد ایجاد می‌کند. شهوت احساس جذابیت فیزیکی همراه با کنش فیزیولوژی، جذابیت جنسی و اشتغال ذهنی مثبت به معشوق است. این بعد جنبه‌ی انگیزشی دارد و میل شدید همراه با برانگیختگی فیزیولوژی توأم با میل به رابطه‌ی جنسی عطف‌ورزانه در فرد ایجاد می‌کند. تعهد شامل تصمیم‌های خودآگاهانه و غیرخودآگاهانه‌ای است که فرد برای دوست داشتن دیگری اتخاذ و خود را متعهد به حفظ آن می‌کند. این حالت جنبه‌ی شناختی دارد و دربردارنده تصمیم کوتاه‌مدت و بلندمدت برای دوست داشتن و مراقبت متعهدانه از معشوق است (حاجلو و همکاران، ۱۳۹۲). از نظر استرنبرگ، ترکیب متفاوت این سه مؤلفه، هفت نوع عشق (عشق رمانتیک، عشق پوچ، عشق شراکتی، عشق کور، شیدایی، دوست داشتن و عشق کامل) را به وجود می‌آورد. او معتقد بود که اگر تعادل این سه عامل به هم بخورد، مفهوم جدیدی از عشق به وجود می‌آید که با مفهوم عشق کامل تفاوت دارد. اگر عشق با تعهد و صمیمت و فقدان شور و اشتیاق باشد، این رابطه در خطر فروپاشی قرار ندارد، اما نیازمند خلاقیت و انگیزه برای شعله‌ور کردن مجدد عشق است. این نوع عشق را «عشق مشفقانه» می‌گویند. تعهدی که با شور و اشتیاق و فقدان صمیمت همراه شود، رابطه‌ای عذاب‌آور است. گاهی اوقات انگیزه‌ی شدیدی آنها را جذب یکدیگر می‌کند، اما سرانجام به یأس و ناکامی منجر می‌شود، زیرا قادر به عمیق‌تر کردن رابطه‌شان یا شناسایی افکار، علایق و آرزوهای قلبی یکدیگر نیستند. به این نوع «عشق کورکورانه» گویند. صمیمیتی که شور و اشتیاق و بی‌تعهدی دارد، رابطه‌ای یک شبه است که کشش و اشتیاق شدیدی در آن حکم فرماست، اما ناامنی از آنکه رابطه تا چه مدت دوام خواهد آورد هر دو فرد را می‌یوس می‌کند و به آن «عشق رمانتیک» می‌گویند. اگر صمیمیت با شور و اشتیاق و تعهد همراه نباشد در چنین رابطه‌ای تعهد و جاذبه‌های جنسی وجود ندارد و رابطه فقط براساس مهر و دوستی بین دو طرف است؛ بنابراین چنین رابطه‌ای برای زن و شوهر معنا ندارد. این نوع رابطه و عشق را «عشق دوستانه» می‌گویند. اگر شور و اشتیاق و نبود صمیمیت و تعهد با هم همراه شوند، این نوع عشق،

عشق «شیدایی» و رابطه‌ای بی‌پایه و پوچ است و سریع از بین می‌رود. تعهدی که صمیمیت و شور و اشتیاق ندارد، «عشق تو خالی و راکد» نام دارد. در این نوع عشق، مرد یا زن علاقه‌ای به یکدیگر ندارند و فقط به خاطر احساس مسئولیتی که نسبت به زندگی خود دارند به رابطه‌ی خود ادامه می‌دهند، ولی نسبت به همدیگر سردمزاج و بی‌تفاوت‌اند. عشق کامل، حالتی است که فرد همسر خود را به عنوان یک انسان دوست داشته و به او احترام می‌گذارد، به او متعهد است و از طریق برقراری ارتباط درست با او احساس نزدیکی می‌کند، رفتار دوستانه، رفاقت‌آمیز، محبت‌آمیز و مراقبت‌آمیز خواهد داشت. روابط جنسی همراه با تعهد به وفاداری و اوج لذت بدون احساس گناه تجربه می‌شود. در اینجا عشق تمام ویژگی‌های (شور و اشتیاق + صمیمیت + تعهد) لازم را دارد (فرحبخش و شفیع‌آبادی، ۱۳۸۵: ۵).

سازگاری عبارت است از رفتار مفید و مؤثر آدمی در تطابق با محیط فیزیکی و روانی به‌صورتی که تنها با تغییرات محیط هم‌رنگی نکرده و به پیروی ناهشیار از آن بسنده نمی‌کند، بلکه می‌تواند در محیط تأثیر گذاشته و آن را به‌گونه‌ای مناسب تغییر دهد (مسموعی، ۱۳۹۰: ۳۱). سازگاری زناشویی یکی از مفاهیمی است که در مطالعات خانواده بسیار استفاده می‌شود. سازگاری زناشویی مفهومی چندبعدی است که سطوح چندگانه‌ی ازدواج را روشن می‌کند و فرایندی است که در طول زندگی زوجین شکل می‌گیرد. لازمی آن انطباق سلیقه‌ها، شناخت صفات شخص، ایجاد قواعد رفتاری و شکل‌گیری الگوهای مروده‌ای است. در مجموع، سازگاری زناشویی یک فرایند تکاملی بین زن و شوهر است. بنابراین یکی از مهم‌ترین فاکتورها در تعیین ثبات و تداوم زندگی زناشویی است. مطالعات نشان می‌دهد، سازگاری زناشویی با سلامتی زوج‌ها در ابعاد کیفیت خواب، افسردگی، استرس و رضایت از زندگی، رضایت زناشویی، کیفیت زندگی، عملکرد خانواده و رابطه‌ی والد-فرزندی رابطه‌ی معناداری دارد. همچنین موفقیت زندگی زوجین وابسته به موفقیت آنها در سازگاری با یکدیگر بوده و ناسازگاری در بین زوجین باعث تعارض و تنش می‌شود (علمی و یزدانی، ۱۳۸۹: ۵۸). به نظر کاتریل^۱ سازگاری زناشویی فرایندی است که شریک‌های متأهل تلاش می‌کنند، سیستم‌های ارتباطی خاص یا موقعیتی که در خانواده‌ی قبلی‌شان کسب کرده‌اند را مجدداً احیاء کنند (علمی و یزدانی، ۱۳۸۹: ۵۹). سازگاری زناشویی فرایندی است که به وسیله‌ی موارد زیر تعیین می‌شود: تفاوت‌های پردردسر دوتایی، تنش‌های بین فردی و اضطراب شخصی، رضایت دوتایی، همبستگی دوتایی و توافق کلی دوتایی روی شیوه‌های مهم عملکرد (Spanier, 1976: 15-28).

از نظر راجرز،^۱ سازگاری در ازدواج شامل احساس شادمانی، رضایت و ارضای نیازهایی است که طرفینی برآورده می‌شوند. وی این مفهوم از ازدواج را پایه‌ی بسیاری از ازدواج‌ها می‌داند. به نظر او برای بعضی ازدواج یک جعبه‌ی رمانتیک، یک حصار محدودکننده‌ی آزادی، صندوق راحتی، جعبه‌ی جادویی و حل‌کننده‌ی مشکلات ارتباطی و برای بعضی دیگر فعالیتی مهیج، شیوه‌ی زندگی جدید، به‌دست آوردن استقلال و آزادی و تشویق برای رشد کامل استعدادها تلقی می‌شود. زوجین سازگار، زن و شوهرهایی هستند که توافق زیادی با همدیگر دارند، از نوع و سطح روابطشان راضی‌اند، نوع و کیفیت گذران اوقات فراغت برایشان لذت‌بخش است و وقت و مسائل مالی‌شان را خوب مدیریت می‌کنند (بینوا، ۱۳۹۳). اسچوماچر و لئونارد^۲ خصوصیات زوجین سازگار را به شرح زیر بیان می‌کنند:

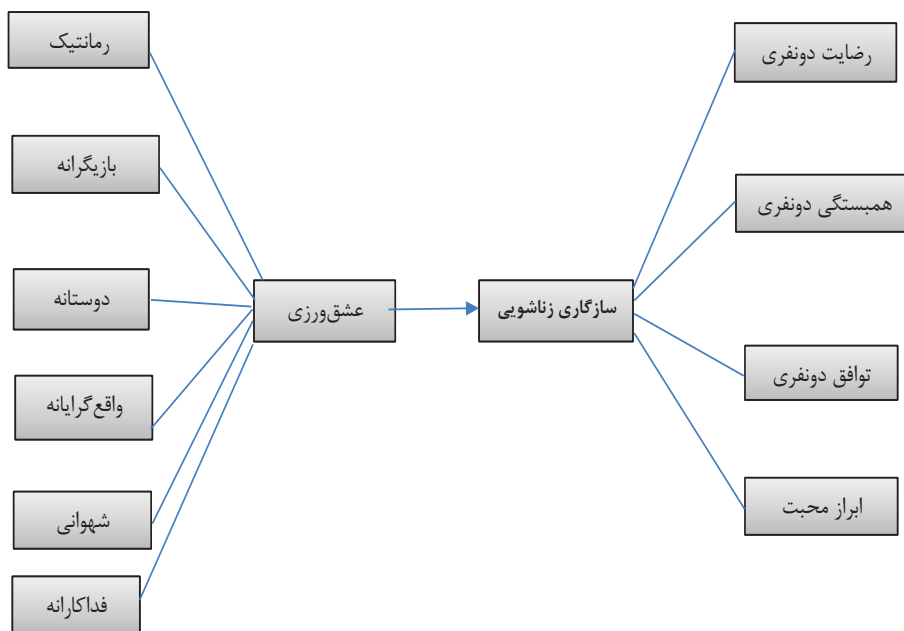
۱. زن و شوهر با رابطه‌ای که دارند خود را خوشبخت می‌دانند.
۲. نیازهای جسمانی و عاطفی کامل ارضاء می‌شود.
۳. هریک از همسران زندگی همسرش را بارور می‌کند.
۴. محیط زناشویی، شخصیت هر کدام از زن و شوهر را ارزشمند می‌کند و به هریک امکان می‌دهد و کمک می‌کند که به عنوان یک شخص، استعدادهای ذاتی خود را شکوفا کند و تحقق بخشد.
۵. پشتیبانی متقابل دارند، هریک از زن و شوهر «من» دیگری را تهدید نمی‌کند و از بودن با همدیگر احساس آرامش می‌کنند.
۶. نسبت به هم درک متقابل دارند.
۷. رابطه‌ی زن و شوهر به شکل‌های زیر منعکس می‌شود: مراقبت، توجه به رفاه و خوشبختی یکدیگر، احترام متقابل، احساس مسئولیت اختیاری (نه اجباری) نسبت به نیازهای یکدیگر (مسموعی، ۱۳۹۰: ۳۷).

اسپانیر مطالعات اساسی سازگاری زناشویی را از دهه‌ی ۱۹۲۰ تا دهه‌ی ۱۹۷۰ مرور کرد. در بررسی تعاریف قبلی از سازگاری زناشویی، وی یک تعریف عملیاتی و ابزاری برای اندازه‌گیری سازگاری زناشویی پیشنهاد کرد. اسپانیر دریافت که سازگاری زناشویی یک فرایند دائم‌التغییر با یک بعد کیفی است که می‌تواند در هر نقطه‌ای از زمان روی یک طیف از «کاملاً سازگار تا ناسازگار» ارزیابی شود. او تعریف را به زوج‌هایی که بدون اجازه‌نامه‌ی رسمی با هم زندگی می‌کردند نیز

1. Rogers 2002

2. Schumacher & Leonard (2005)

گسترش داد. سازگاری زناشویی فرایندی است که به‌وسیله‌ی موارد زیر تعیین می‌شود: (۱) رضایت دونفری، (۲) همبستگی دونفری، (۳) توافق دونفری، (۴) ابراز محبت (Spanier, 1976: 15-18).



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش

در پژوهش حاضر، برای بررسی عشق، از رویکرد استرنبرگ به عشق و برای بررسی سازگاری زناشویی از رویکرد اسپانیر استفاده شد. فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل است:

- بین عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی در زنان شاغل شهر کرمان رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- بین عشق رمانتیک و سازگاری زناشویی در زنان شاغل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- بین عشق بازیگرانه و سازگاری زناشویی در زنان شاغل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- بین عشق دوستانه و سازگاری زناشویی در زنان شاغل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- بین عشق واقع‌گرایانه و سازگاری زناشویی در زنان شاغل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- بین عشق شهوانی و سازگاری زناشویی در زنان شاغل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- بین عشق فداکارانه و سازگاری زناشویی در زنان شاغل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

۴. روش پژوهش

این تحقیق به روش پیمایشی انجام شد. ابتدا، منابع موجود درباره‌ی موضوع پژوهش به روش اسنادی و بررسی متون جمع‌آوری شد، سپس چارچوب نظری تحقیق تهیه و متغیرها و شاخص‌ها بر اساس چارچوب نظری تبیین و اطلاعات موردنیاز با پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. به عبارت دیگر، پرسش‌نامه و مصاحبه تکنیک‌های به کار گرفته‌شده در این پژوهش بودند. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر، زنان شاغل در سازمان‌های دولتی شهر کرمان بود. بر اساس آمار به دست آمده، کل زنان شاغل ادارات دولتی شهر کرمان ۲۱۴۷ نفر بودند که از این تعداد با استفاده از فرمول کوکران ۳۲۷ نفر برای نمونه انتخاب شدند. شیوه‌ی نمونه‌گیری تحقیق نیز تصادفی طبقه‌بندی شده بود. یعنی در هر سازمان با توجه به تعداد کارکنان زن پرسش‌نامه‌ها بر اساس جدول اعداد تصادفی توزیع و اطلاعات زنان جمع‌آوری شد.

برای متغیر عشق‌ورزی از پرسش‌نامه‌ی استاندارد شده LAS استفاده شد. این پرسش‌نامه ۶ مؤلفه (عشق رمانتیک، بازی‌گرانه، دوستانه، واقع‌گرایانه، شهوانی و فداکارانه) دارد که به صورت طیف ۵ تایی از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود و در اعتبارسنجی و پایایی عشق‌ورزی که هندریک و هندریک آن را انجام دادند، آلفای کرونباخ بین ۰/۶۸ تا ۰/۸۳ آمده است. در این پرسش‌نامه هرچه نمره بالاتر رود، میزان آن نوع عشق بیشتر می‌شود. برای متغیر سازگاری زناشویی نیز از پرسش‌نامه‌ی استانداردشده‌ی اسپانیل استفاده شد. این پرسش‌نامه ۴ مؤلفه (رضایت دونفری، همبستگی دونفری، توافق دونفری و ابراز محبت) دارد و به صورت طیف ۵ تایی از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) نمره‌گذاری شده؛ هرچه نمره بالاتر رود، میزان سازگاری بیشتر می‌شود. در مرحله‌ی بعد اطلاعات موجود با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۱ و با توجه به سطح سنجش در دو سطح توصیف و تحلیل پردازش شد. در این پژوهش، برای بررسی میزان ارتباط بین متغیرهای تحقیق از آزمون‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱ - یافته‌های توصیفی

از مجموع ۳۲۷ زن، ۳۲/۴ درصد یک فرزند، ۳۹/۴ درصد دو فرزند، ۹/۲ درصد سه فرزند، ۱/۲ درصد چهار فرزند و تنها ۰/۳ درصد (یک نفر) هفت فرزند داشتند.

از نظر سن، ۱۰/۱ درصد کمتر از ۲۰ سال، ۱۴/۷ درصد بین ۲۱-۳۰ سال، ۵۱/۷ درصد بین ۳۱-۴۰ سال، ۲۰/۸ درصد بین ۴۱-۵۰ سال و ۱/۲ درصد بین ۵۱-۶۰ سال داشتند. از تعداد ۳۲۷ نفر پاسخ‌گو ۲/۱ درصد زیر دیپلم، ۱۱/۳ درصد دیپلم، ۸۶/۵ درصد مدرک بالاتر از دیپلم داشتند.

جدول ۱: فراوانی و درصد متغیرهای تعداد فرزند، سن و تحصیلات پاسخ‌گو

تعداد فرزند	فراوانی	درصد	سن	فراوانی	درصد	تحصیلات پاسخگو	فراوانی	درصد
۱	۱۰۶	۳۲/۴	کمتر از ۲۰ سال	۳۴	۱۰/۱	زیر دیپلم	۷	۲/۱
۲	۱۲۹	۳۹/۴	بین ۲۱-۳۰ سال	۴۹	۱۴/۷	دیپلم	۳۷	۱۱/۳
۳	۳۰	۹/۲	بین ۳۱-۴۰ سال	۱۷۰	۵۱/۷	بالاتر از دیپلم	۲۸۳	۸۶/۵
۴	۴	۱/۲	بین ۴۱-۵۰ سال	۶۹	۲۰/۸	-	-	-
۷	۱	۰/۳	۵۱-۶۰ سال	۵	۱/۲	-	-	-

از نظر وضعیت شغل همسر، ۵۹/۳ درصد شغل دولتی، ۳۰/۶ درصد شغل غیردولتی و ۱/۲ درصد بیکار بودند. به لحاظ تحصیلات همسر ۴/۳ درصد تحصیلات پایین‌تر از دیپلم، ۲۳/۹ درصد دیپلم و ۷۱/۶ درصد تحصیلات بالاتر از دیپلم داشتند.

جدول ۲: فراوانی و درصد متغیرهای وضعیت شغلی و تحصیلات همسران پاسخ‌گویان

شغل همسر	فراوانی	درصد	تحصیلات همسر	فراوانی	درصد
دولتی	۱۹۴	۵۹/۳	زیر دیپلم	۱۴	۴/۳
غیردولتی	۱۰۰	۳۰/۶	دیپلم	۷۸	۲۳/۹
بیکار	۴	۱/۲	بالاتر از دیپلم	۲۳۵	۷۱/۶

جدول شماره ۳ میانگین‌های مربوط به متغیرهای مستقل را نمایش می‌دهد، به‌طور متوسط با توجه به توزیع نمرات این متغیرها، مقادیر عشق‌ورزی گروه نمونه در کرانه‌ی بالای توزیع نمرات قرار دارد. این جدول همچنین میانگین متغیر وابسته (سازگاری زناشویی) را نشان می‌دهد، متوسط شاخص سازگاری زناشویی ۱۴۲/۴۹ است، در سطر آخر این جدول، اندازه‌های مربوط به انحراف استاندارد به عنوان یک شاخص معتبر پراکندگی بیانگر آن است که بیشترین مقدار تغییرپذیری مربوط به متغیر سازگاری زناشویی می‌باشد.

جدول ۳: میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و مقیاس‌های فرعی آن

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
عشق رمانتیک	۳۲۷	۱۴/۸۰	۳/۶۰
عشق بازیگرانه	۳۲۷	۱۵/۱۵	۳/۰۷
عشق دوستانه	۳۲۷	۱۳/۱۳	۴/۲۲
عشق واقع‌گرایانه	۳۲۷	۱۴/۵۶	۳/۲۲
عشق شهوانی	۳۲۷	۱۴/۰۲	۲/۸۱
عشق فداکارانه	۳۲۷	۱۴/۲۰	۳/۵۳
رضایت دونفری	۳۲۷	۴۲/۷۷	۸/۹۳
همبستگی دونفری	۳۲۷	۱۷/۵۵	۶/۶۴
توافق دونفری	۳۲۷	۷۰/۷۳	۱۴/۵۸
ابراز محبت	۳۲۷	۱۱/۴۲	۲/۳۸
عشق‌ورزی	۳۲۷	۸۵/۸۸	۱۱/۸۳
سازگاری زناشویی	۳۲۷	۱۴۲/۴۹	۲۸/۷۴

نمره‌ی متغیر سازگاری زناشویی از طریق محاسبه‌ی جمع نمره‌های سؤال‌های مربوط به پرسش‌نامه‌ی سازگاری زناشویی اسپانیر حاصل شده است. از بین ۳۲۷ نفر آزمودنی بررسی شده، ۵/۵ درصد گزینه‌ی همیشه اختلاف داریم، ۱۰/۷ درصد گزینه‌ی تقریباً همیشه اختلاف داریم، ۲۲/۳ درصد گزینه‌ی اغلب اختلاف داریم، ۴۸/۹ درصد گزینه‌ی گاهی توافق داریم، ۱۲/۲ درصد گزینه‌ی تقریباً توافق داریم و ۰/۳ درصد گزینه‌ی توافق دائم داریم را به عنوان متغیر سازگاری زناشویی برگزیدند (جدول شماره ۴).

جدول ۴: توزیع فراوانی و درصد مشاهده شده‌ی متغیر سازگاری زناشویی

سازگاری زناشویی	فراوانی	درصد
همیشه اختلاف داریم	۱۸	۵/۵
تقریباً همیشه اختلاف داریم	۳۵	۱۰/۷
اغلب اختلاف داریم	۷۳	۲۲/۳
گاهی توافق داریم	۱۶۰	۴۸/۹
تقریباً توافق داریم	۴۰	۱۲/۲
توافق دائم داریم	۱	۰/۳
جمع	۳۲۷	۱۰۰

۱۴۵

مطابق جدول شماره‌ی ۵ در بررسی روابط متغیرهای مورد مطالعه (عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی) سطح معناداری کوچک‌تر از سطح خطای ۵ درصد شده و ضرایب همبستگی نشان از رابطه‌ی مثبت و مستقیم بین متغیرها دارد؛ به طوری که با افزایش نمرات در متغیر عشق‌ورزی شاهد افزایش نمرات در متغیر سازگاری زناشویی هستیم. همچنین نتایج نشان داد، بین دو مؤلفه‌ی عشق شهوانی و واقع‌گرایانه با هریک از مؤلفه‌های سازگاری زناشویی رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول ۵: ضرایب همبستگی بین مؤلفه‌های (عشق‌ورزی با سازگاری زناشویی)

مؤلفه‌های عشق‌ورزی	ضریب همبستگی	رضایت دونفری	همبستگی دونفری	توافق دونفری	ابراز محبت
عشق رمانتیک	ضریب پیرسون	۰/۶۸۱	۰/۵۸۲	۰/۷۵۰	۰/۶۹۶
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
عشق بازیگرانه	ضریب پیرسون	۰/۱۷۹	۰/۱۹۴	۰/۲۴۲	۰/۲۴۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
عشق دوستانه	ضریب پیرسون	۰/۴۳۲	۰/۴۱۱	۰/۴۸۴	۰/۴۷۹
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

مؤلفه‌های عشق‌ورزی	ضریب همبستگی	رضایت دونفری	همبستگی دونفری	توافق دونفری	ابراز محبت
عشق واقع‌گرایانه	ضریب پیرسون	۰/۰۱۱	۰/۰۱۸	۰/۰۹۵	۰/۰۶۸
	سطح معناداری	۰/۸۴۳	۰/۷۴۵	۰/۰۸۵	۰/۲۲۳
عشق شهوانی	ضریب پیرسون	۰/۰۳۷	۰/۰۷۱	۰/۰۴۱	۰/۰۶۰
	سطح معناداری	۰/۵۰۹	۰/۱۹۸	۰/۴۵۹	۰/۲۷۷
عشق فداکارانه	ضریب پیرسون	۰/۰۳۲۳	۰/۰۲۳۱	۰/۰۳۶۳	۰/۰۳۴۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

در جدول شماره ۶ رابطه‌ی متغیرهای زمینه‌ای با سازگاری زناشویی بررسی شد که شامل تحصیلات پاسخ‌گو، تعداد فرزند، سن، شغل و تحصیلات همسر است. در این بین، متغیر سن، شغل و تحصیلات همسر با عشق‌ورزی ارتباط معناداری دارند، اما از بین متغیرهای مورد آزمون تنها متغیرهای تعداد فرزند و تحصیلات همسر با سازگاری زناشویی ارتباط معناداری داشتند.

جدول ۶: آزمون‌های دو بعدی

متغیرها	عشق‌ورزی		سازگاری زناشویی	
	آماره‌ی دو	مقدار f	سطح معنی‌داری	مقدار f
تحصیلات	۵۵/۶	۸	۰/۵۸۶	۱۰
تعداد فرزند	۱۵/۶۵	۱۶	۰/۴۷۷	۲۰
سن	۳۳/۷۷	۱۶	۰/۰۰۸	۲۰
شغل همسر	۲۹/۴۲	۱۲	۰/۰۰۳	۱۵
تحصیلات همسر	۴۴/۷۳	۸	۰/۰۰۰	۱۰

جدول شماره ۷ نتایج تحلیل واریانس و رگرسیون سازگاری زناشویی با توجه به انواع مؤلفه‌های متغیر عشق‌ورزی را نمایش می‌دهد. با توجه به نسبت F به‌دست آمده - که در سطح بالاتر از ۹۵٪ معنی‌دار است - رگرسیون متغیر ملاک بر شش متغیر پیشین معنی‌دار است و احتمال اینکه نسبت F به‌دست آمده تصادفی حاصل شده باشد، کمتر از ۰/۰۵ است. با توجه به این جدول و مقدار R2 به‌دست آمده به عنوان ضریب همبستگی چند متغیری می‌توان گفت، حدود ۶۵ درصد واریانس متغیر سازگاری زناشویی از ترکیب خطی شش متغیر پیش‌بینی‌کننده یعنی عشق‌ورزی (رمانتیک، بازیگرانه، دوستانه، واقع‌گرایانه، شهوانی و فداکارانه) به‌دست آمده است.

در نتیجه، فرضیه‌ی پژوهش تأیید شد. یعنی از طریق عشق‌ورزی (رمانتیک، بازیگرانه، دوستانه، واقع‌گرایانه، شهوانی و فداکارانه) می‌توان متغیر سازگاری زناشویی را پیش‌بینی کرد. همچنین با مقایسه‌ی ضرایب همبستگی هریک از متغیرهای عشق‌ورزی (رمانتیک، بازیگرانه، دوستانه، واقع‌گرایانه، شهوانی و فداکارانه) به طور جداگانه با سازگاری زناشویی و ضریب همبستگی چند متغیری به‌دست آمده (R) می‌توان گفت، متغیرهای پیش‌بین پژوهش کنونی به طور ترکیبی و توأم، واریانس بیشتری از سازگاری زناشویی را تبیین می‌کنند. با توجه به خروجی حاصل از تحلیل رگرسیون مؤلفه‌های متغیر پیش‌بین عشق‌ورزی (رمانتیک، بازیگرانه، دوستانه، واقع‌گرایانه، شهوانی و فداکارانه) پیش‌بینی‌کننده‌های متغیر ملاک سازگاری زناشویی‌اند و مقدار نسبت F محاسبه شده که معادل ۹۸/۶۵ است این رابطه‌ی معنی‌دار را در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ تأیید می‌کند، در نتیجه، فرضیه‌ی پژوهش که بیانگر امکان پیش‌بینی متغیر سازگاری زناشویی توسط مؤلفه‌های متغیر عشق‌ورزی با بیش از ۹۹ درصد اطمینان است، تأیید می‌شود. از سوی دیگر، در پاسخ به این سؤال پژوهش که چند درصد از واریانس متغیر سازگاری زناشویی توسط شش مؤلفه‌ی متغیر عشق‌ورزی تفسیر می‌شود، می‌توان گفت، حدود ۶۵ درصد تغییرات نمرات سازگاری زناشویی توسط این شش مؤلفه توجیه می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت، پیش‌بینی نمرات سازگاری زناشویی به‌وسیله‌ی مؤلفه‌های متغیر عشق‌ورزی امکان‌پذیر است.

۱۴۷

جدول ۷: تحلیل واریانس و رگرسیون ضریب همبستگی چند متغیری (R) و مجذور آن (R²)

منابع	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری	R	R ²
رگرسیون	۱۷۴۸۴۴/۷۵۹	۶	۲۹۱۴۰/۷۹۳	۹۸/۶۵۴	۰/۰۰۰	۰/۸۰۶	۰/۶۴۹
باقی‌مانده	۹۴۵۲۲/۷۳۵	۳۲۰	۲۹۵/۳۸۴				
کل	۲۶۹۳۶۷/۴۹۴	۳۲۶	-				

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه، بررسی رابطه‌ی سبک‌های عشق‌ورزی زوجین با سازگاری زناشویی است. نتایج نشان داد، بین عشق‌ورزی و سازگاری زناشویی همبستگی وجود دارد که بیانگر رابطه‌ی مثبت و مستقیم است. این رابطه بدین معنی است که با افزایش میزان عشق‌ورزی میزان سازگاری زناشویی نیز افزایش می‌یابد. این نتایج با یافته‌های مطالعات اسپرچر که می‌گویند عشق برای ازدواج امری لازم و ضروری است و ماس و اسکوبل که عقیده دارند عشق نقش کاربردی در لذت بردن و رضایت از زندگی و سازگاری زناشویی دارد، هماهنگ است. همچنین حفاظتی طبقه و همکاران و حاجلو و همکاران و فرحبخش و شفیع‌آبادی در پژوهش‌های خود نشان دادند، وجود عشق میزان رضایتمندی بین زوجین را افزایش می‌دهد. رفیعی‌نیا و اصغری نیز از اهمیت نقش عشق رفاقتی در برخی از مؤلفه‌های بهزیستی ذهنی زوجین حمایت کردند.

نتایج این پژوهش نشان داد، حدود ۶۵ درصد واریانس متغیر سازگاری زناشویی با عشق‌ورزی (عشق رمانتیک، عشق بازیگرانه، عشق دوستانه، عشق واقع‌گرایانه، عشق شهوانی، عشق فداکارانه) به‌دست آمده است. در نتیجه، این فرضیه‌ی پژوهش تأیید می‌شود یعنی از طریق عشق‌ورزی می‌توان متغیر سازگاری زناشویی را پیش‌بینی کرد. همچنین با مقایسه‌ی ضرایب همبستگی هر یک از متغیرهای عشق‌ورزی (عشق رمانتیک، عشق بازیگرانه، عشق دوستانه، عشق واقع‌گرایانه، عشق شهوانی، عشق فداکارانه) به‌طور جداگانه با سازگاری زناشویی و ضریب همبستگی چندمتغیری به‌دست آمده می‌توان گفت، متغیرهای پیش‌بین پژوهش کنونی به‌طور ترکیبی و توأم، واریانس بیشتری از سازگاری زناشویی را تبیین می‌کنند. در بررسی رابطه‌ی متغیرهای زمینه‌ای با سازگاری زناشویی، بین متغیرهای تعداد فرزند و تحصیلات همسر با سازگاری زناشویی ارتباط معناداری وجود داشت.

موضوع مهم این است که خانواده سنگ بنای جامعه است و در استحکام روابط اجتماعی و رشد اعضای جامعه نقش مهمی دارد. تلاش برای استحکام خانواده و استوارسازی روابط درون این سیستم زمینه را برای سلامت اخلاقی و سعادت عمومی فراهم می‌کند. خانواده عامل جامعه‌پذیری و انتقال‌دهنده‌ی اصول اخلاقی و مهارت‌های اجتماعی از نسلی به نسل دیگر و عامل نظارت و کنترل رفتار اعضای خود است. خانواده می‌تواند در پرورش توانایی‌ها و استعدادها بالقوه‌ی افراد از طریق مراقبت‌های دوران کودکی، نوجوانی و جوانی اثر بگذارد و در برقراری نظم و انضباط در جامعه سهم عمده‌ای داشته باشد. آنچه در ازدواج مهم است، سازگاری زناشویی و رضایت از ازدواج است (دارابی و همکاران، ۱۳۹۳). در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت، متغیر عشق‌ورزی متغیری قوی

است که سهم بسزایی در میزان کاهش تعارضات و افزایش سازگاری زناشویی دارد. در صورت بروز ناسازگاری زناشویی، برای تأمین نیازهای مختلف زوجین وضعیت نامساعدی ایجاد می‌شود؛ این وضعیت اثرات منفی و حتی جبران‌ناپذیر به‌جا خواهد گذاشت و افراد مبتلا به تنش‌ها و فشارهای روانی می‌شوند. این وضعیت، کل خانواده و فرزندان را هم درگیر می‌کند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود، برای افزایش سازگاری زناشویی در زوجین، مهارت‌های زندگی و نحوه‌ی عشق‌ورزی به همسر از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی یا مراکز مشاوره به صورت فردی و گروهی به زوجین آموزش داده شود تا میزان تعارضات و درگیری‌ها در زندگی مشترکشان کاهش یابد و از روند روبه رشد آمار طلاق در کشور جلوگیری شود. از آنجاکه این پژوهش روی زنان شاغل انجام شد، مردان بایستی به متغیر عشق‌ورزی توجه ویژه‌ای داشته باشند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند راهگشای مطالعات جدید درباره‌ی سازگاری زناشویی باشد. همچنین بهتر است این بررسی روی سایر گروه‌های زنان مانند زنان خانه‌دار نیز انجام شود.

منابع

۱۴۹

- ◀ بینوا، محمد، (۱۳۹۳). رابطه بین عشق قبل از ازدواج زوجین با سازگاری و رضایت زناشویی، (پایان نامه کارشناسی ارشد)، به راهنمایی دکتر حسن بنی‌اسدی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، کرمان، دانشگاه شهیدباهنر).
- ◀ حاجلو، نادر، جابر علیزاده گورادل، محمدرضا قطبی و سیما دلاور قوام، (۱۳۹۳). «مقایسه ابعاد عشق‌ورزی بر اساس مدت ازدواج در بین زنان و مردان متأهل»، مشاوره و روان‌درمانی خانواده، سال ۱، ش ۱۲.
- ◀ حفاظی طریقه، میترا، علی فیروزآبادی و حسن حق‌شناس، (۱۳۸۵). «بررسی ارتباط بین اجزاء عشق و رضایتمندی زوجی»، مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران، سال ۱۶، ش ۵۴.
- ◀ دارابی، سعداله، مجید کاظمی اصل و محمد حسین مسعودی، (۱۳۹۳). «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر سازگاری زناشویی»، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، سال ۱، ش ۲.
- ◀ درویش‌زاده، سارا و غلامرضا پاشا، (۱۳۸۹). «بررسی اثربخشی آموزش پیش از ازدواج بر قصه عشق دانشجویان»، یافته‌های نو در روانشناسی، سال ۵، ش ۱۴.
- ◀ رفیعی‌نیا، پروین و آرزو اصغری، (۱۳۸۶). «رابطه بین انواع عشق و بهزیستی در دانشجویان متأهل»، خانواده پژوهی، سال ۳، ش ۹.
- ◀ صدق‌آمیز، خدیجه، (۱۳۷۶). بررسی عوامل موثر بر سازگاری زناشویی در شهر شیراز (پایان‌نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی حبیب احمدی، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز).
- ◀ ساروخانی، باقر، (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده، تهران: سروش.

◀ سیف‌علیان، سیاره، (۱۳۹۰). بررسی سازگاری/ناسازگاری زناشویی اساتید دانشگاه‌های شهر سمنان و عوامل مؤثر بر آن، (پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی پروانه دانش، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه پیام نور، استان تهران).

◀ عبداللهی، اصغر، حسن احدی، بیوک تاجری و کبری حاج علیزاده، (۱۳۹۹). «تجربه‌ی طالق از منظر زوجین مطلقه در شهر تهران (در پنج سال اول زندگی)»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۳، ش ۸۹.

◀ علمی، محمود و کریم یزدانی، (۱۳۸۹). «بررسی عوامل مرتبط با سازگاری زناشویی در بین معلمان متأهل مدارس راهنمایی شهر مرنند»، مطالعات جامعه‌شناسی، سال ۲، ش ۸.

◀ فرحبخش، کیومرث و عبدالله شفیع‌آبادی، (۱۳۸۵). «ابعاد عشق‌ورزی براساس نظریه‌ی سه بعدی عشق در چهار گروه زوج‌های در مرحله‌ی نامزدی، عقد، ازدواج و دارای فرزند»، دانش و پژوهش در روانشناسی، ش ۳۰.

◀ گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی حسن چاووشیان، تهران: نشر نی.

◀ مسموعی، راضیه، (۱۳۹۰). رابطه سخت‌رویی روان‌شناختی با سازگاری زناشویی دبیران متوسطه شهر شیراز، (پایان نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی لادن معین، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت).

◀ معین، لادن، پروین غیاثی و راضیه مسموعی، (۱۳۹۰). «رابطه سخت‌رویی روان‌شناختی با سازگاری زناشویی»، جامعه‌شناسی زنان، سال ۲، ش ۴.

◀ یوسفی، ناصر، کیومرث بشلیده، امید عیسی نژاد، عذرا اعتمادی و ناصر شیربیگی، (۱۳۹۰). «رابطه سبک‌های عشق‌ورزی و کیفیت زناشویی در میان افراد متأهل»، مشاوره کاربردی، سال ۱، ش ۱.

► Coombs, Robert H, (1991). "Marital Status and Personal Well-Being: A Literature Review", *Family Relations*, Jan 1.

► Moss, Barry F & Andrew I. "Schwebel, (1993). Defining Intimacy in Romantic Relationships", *Family Relations*, Jun41.

► Spanier, Graham B, (1976). "Measuring Dyadic Adjustment: New Scales for Assessing the Quality of Marriage and Similar Dyads", *Journal of Marriage and The Family*, 38.

► White, LJ, (1997). *Why Marriage Matters Strengthening Marriage Round Table*, Washington DC.

مطالعه‌ی جامعه‌شناختی تأثیر رسانه بر احساسات بازاندیشانه و همدلانه زنان در روابط زناشویی

فرود هاشمی*، علی روشنایی**

محمدحسین اسدی داودآبادی***، لیلا عظیمی****

چکیده

احساسات نقش‌پذیری عناصر مهمی در سوق دادن زوجین به رفتارهای اخلاقی و هنجارمند، قلمداد می‌شوند. بر این اساس این پژوهش باهدف بررسی تأثیر رسانه بر احساسات بازاندیشانه و همدلانه زنان شهر بروجرد در روابط زناشویی انجام شده است. روش پژوهش حاضر پیمایشی و جامعه آماری شامل زنان متأهل ۲۰ تا ۵۵ ساله شهر بروجرد است. انتخاب نمونه‌ها با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نامتناسب و خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شد و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۴۰۰ نفر محاسبه شد. بر اساس نتایج پژوهش استفاده از رسانه بر احساسات نقش‌پذیری زنان متأهل تأثیر مثبت دارد؛ اما بررسی ابعاد جزئی متغیرها، نشان داد که استفاده از شبکه‌های ماهواره، بر این احساسات تأثیر منفی دارد. همچنین نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره نیز نشان داد که ابعاد مختلف متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی حدود ۳۹ درصد و ابعاد مختلف استفاده از ماهواره ۳۵ درصد از مقدار کل واریانس متغیر وابسته (احساسات نقش‌پذیری) را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی

احساسات نقش‌پذیری، احساسات همدلانه، احساسات بازاندیشانه، شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های ماهواره.

*. دانشجوی دکتری مسائل اجتماعی ایران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آشتیان، آشتیان، ایران. (hashemiforoud@gmail.com).

** استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آشتیان، آشتیان، ایران (نویسنده‌ی مسئول) (a.roshanaei@yahoo.com).

*** استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آشتیان، آشتیان، ایران (assadi2001ir@yahoo.com).

**** استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (azimi.leila521@gmail.com).

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

۱- مقدمه و بیان مسئله

انسان‌ها در زندگی روزمره خود، جریانی از تبادلات عاطفی و احساسی را با دیگر افراد و حتی در مواردی، دیگر موجودات زنده تجربه می‌کنند. احساس را می‌توان مشتعل بر یک حالت ارزیابی کننده منفی یا مثبت نسبتاً کم‌عمر و دارای عناصر شناختی و عصب‌شناختی دانست که تحت کنترل کامل انسان قرار نمی‌گیرد (Lawler & et al, 1999). اگرچه برخی جنبه‌های عواطف مبنای زیست‌شناختی دارد، اما شواهد نشان می‌دهد که فرایند زیست‌شناختی هیچ‌وقت در خلأ اجتماعی و محیطی وجود نداشته است (Brody, 2008:23). تویتس عاطفه را دارای چهار مؤلفه شامل: «ارزیابی از یک محرک درزمینه‌ی خودش»، «به وجود آمدن تغییرات حسی فیزیولوژیکی»، «براز آزادانه و یا فروخورده‌ی اداهای بامعنی» و «رخدادی فرهنگی مرتبط با مجموعه‌ای از عوامل قبلی خود» می‌داند (Thoits, 1989:318).

طی قرن اخیر، به واسطه فرایندهایی همچون صنعتی شدن، شهرنشینی، جهانی شدن، پیشرفت فن‌آوری و غیره نهاد خانواده تغییرات گسترده و ژرفی را تجربه کرده و شیوه‌ی زیست و زندگی زوجی و خانوادگی با تغییرات فراگیر جدی مواجه شده است (عبداللهی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۴). ازدواج صمیمی‌ترین و خصوصی‌ترین شکل پیوند اجتماعی را در قالب خانواده بنیان می‌نهد و روابط عاطفی و صمیمانه زوجین در واقع حکم یک رابطه درمانی را دارد که می‌تواند سکوی حمایتی و پناهگاه آن‌ها در مقابله با دشواری‌های زندگی باشد (رضاپور و همکاران، ۱۳۹۷). مونتگومری^۱ احساس مثبت نسبت به همسر را تمایل برای شرکت در یک رابطه حمایت‌کننده و مهرآمیز، بدون از دست دادن خود در آن رابطه می‌داند که منتج به رضایت از زندگی و به صورت جزئی‌تر رضایت زناشویی می‌شود (et al, & KayedKhordeh 2014). با این حال همه احساسات و عواطف در روابط زناشویی از وزن و اهمیت یکسانی برخوردار نیستند و برخی از احساسات مادرزادی و فطری بوده و منشأ زیست‌شناختی دارند. همچنین احساسات از منظر وابستگی به فرایندهای اجتماعی نیز قابل تمایز هستند (ربانی خوراسگانی و کیانیپور، ۱۳۸۸: ۳۸). بر مبنای رویکرد اخیر، احساسات را می‌توان به دودسته تقسیم‌بندی نمود. دسته اول احساساتی هستند که برانگیختگی و ظهور آن‌ها نیازمند تجسم دیگری نیست؛ اما در مقابل، دسته دیگری از احساسات احساسات متکی به نقش‌پذیری هستند که نمی‌توانند بدون قرار گرفتن فرد در موقعیت اجتماعی و اخذ رویکرد خاص در مقابل دیگری تجربه شوند. این دسته از احساسات به دو گروه اصلی احساسات بازاندیشانه^۲ و احساسات

1- Montgomery

2- Reflexive role-taking emotions

همدلانه^۱ تقسیم می‌شوند (Shott, 1979: 1344) که در پژوهش حاضر دسته‌ی دوم از احساسات مدنظر است. مطالعه‌ی احساسات از منظر جامعه‌شناسی به بررسی آن دسته از عواطف می‌پردازد که در موقعیت اجتماعی قابلیت تجربه شدن دارند. از این منظر جامعه‌شناس می‌تواند به مطالعه‌ی تأثیر عوامل مختلف اجتماعی بر تحریک، تهییج و یا کنترل و در مجموع تغییرات احساسات بپردازد. لکن برای ورود به این بحث مروری بر تحولات تبادل عاطفی خانواده ضروری است. تبدلات عاطفی زناشویی از جمله احساسات نقش‌پذیری است که به مرور زمان، دچار دگرگونی شده است و نقطه عطف این دگرگونی به تغییرات ساختار خانواده در دوره مدرنیته مربوط می‌شود. مدرنیته ساختار خانواده را از خانواده گسترده به خانواده هسته‌ای - که بر پایه عشق رمانتیک بین زن و مرد و زندگی مستقل از خانواده شکل می‌گیرد - تغییر داده است و از عوامل مهم مداخله‌گر در تشدید این دگرگونی، ظهور جلوه‌های نوین رسانه‌ای در دوره مدرنیته است.

رسانه‌ها همواره از یک‌سویه دلیل توانایی اثرگذاری و شناخت محیط اطراف به مخاطبان در جامعه‌وازی سوی دیگر میزان انطباق این شناخت با اهداف فرهنگی - رسانه‌ای برای پژوهشگران اهمیت ویژه‌ای دارند (بخشی، ۱۴۸: ۱۳۹۸). منظور از رسانه^۲، ابزار فنی است که به وسیله آن ارتباط به‌عنوان گونه‌ایی از شاخص فعالیت اجتماعی شکل می‌گیرد (Thompson, 1995: 26) و تأثیرات فرهنگی رسانه‌ها در عرصه‌های اندیشه‌پردازی، ارزش‌گذاری، هنجارسازی، نمادسازی، جامعه‌پذیری، الگوسازی و نوآوری‌های رفتاری قابل مشاهده است (دهشیری، ۱۳۸۸). ویژگی‌های رسانه‌های جدید مانند تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای و پیام‌رسان‌های فضای مجازی را می‌توان در جذابیت و اثربخشی، تأثیرپذیری از صنعت تفریحات، صنعتی شدن فرهنگ، ظرفیت بالای نگهداری و انتقال متن، عکس، صوت و تصویر، جمع‌زدایی، ناهم‌زمانی و عدم پایبندی به زمان خلاصه کرد (محکی، ۱۳۸۲: ۴۴).

رسانه‌ها مولد نیازهای تازه و احساساتی چون غم و شادی هستند (کازنو، ۱۰۳: ۱۳۷۳) و از آن جهت که روند فرافکنی و این‌همانی را تسهیل کرده و رشد شخصیت پایه را برای پذیرش شرایط گوناگون فراهم می‌کنند آثار فراوانی دارند (همان: ۲۶۰). رسانه‌های همگانی با آسان‌سازی ادراک انسانی (آنچه می‌بینیم) و با پیچیده‌سازی پاسخ‌های انسانی (آنچه می‌کنیم)، به آموزندگان بزرگ دستکاری عاطفی، روانی و فکری انسان تبدیل شده‌اند. این رسانه‌ها به انسان امروزی که دارای مهارت‌های لازم برای مقتضیات تجدد است، انضباط داده و برای آنها این امکان را فراهم کرده تا طرز ایفای نقش‌های اجتماعی را فراگیرد (فرقانی، ۱۳۸۲). با تأثیر از رسانه‌های نوین صمیمیت،

1-Empathic role-taking emotions

2- mass media

عطوفت و یگانگی خصوصی خانواده، جای خود را به مسائل عام خارج می‌دهد و همان‌طور که دمان^۱ اظهار داشته خانواده به‌وسیله حوادث عمومی تسخیر می‌شود (شیخاوندی، ۱۳۸۴: ۴۱۹). اثرات ظهور رسانه‌های نوین نظیر ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مهارت‌ها و روابط اجتماعی زوجین بیش از هر جای دیگر قابل مشاهده است (هارجی و همکاران، ۱۳۹۰)؛ اما برای بررسی دقیق تأثیرات رسانه‌ها بر عواطف انسان‌ها به‌ویژه روابط عاطفی زوجین لازم است به نوع رسانه و ماهیت تولید محتوای نمادین آن‌ها توجه نمود. با تکیه بر نظریه تامسون، رسانه‌ها را می‌توان به سه دسته شامل رسانه‌هایی که امکان تعامل متقابل از فاصله دور (شبه تعامل رسانه‌ای) دارند، رسانه‌هایی که با مخاطب خود تعامل نامتقابل از فاصله دور با ماهیت یک‌طرفه دارند و رسانه‌هایی که امکان هر دو نوع تعامل در آن‌ها وجود دارند تقسیم نمود (Thompson, 1995).

ماهواره شکلی از شبه تعامل رسانه‌ای را بین برنامه‌سازان ماهواره‌ای و مخاطبان شکل می‌دهد؛ اما کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی از هر دو شکل تعامل رسانه‌ای و شبه تعامل رسانه‌ای می‌توانند بهره بگیرند. کاربرد این دو گونه رسانه‌ای می‌تواند شرایطی را فراهم کند که بر اساس مفهوم «شخصیت انتقالی»^۲، زن این توانایی را در خود می‌بیند که خود را در جای همسرش بگذارد (احساس همدلی) و یا تصویری که از خودش در مقابل همسرش دارد (احساس بازاندیشی) بازآفرینی کند.

این امکان بازاندیشی نقادانه در تبادلات عاطفی از جمله مبادله احساسات نقش‌پذیری می‌تواند مؤثر واقع شود. این تأثیرگذاری از آن جهت در تعاملات عاطفی زناشویی بااهمیت تلقی می‌شود که احساسات نقش‌پذیری در تقویت کنترل پنهان رفتارهای ناپه‌نجا مؤثر هستند. تضعیف این احساسات می‌تواند منجر به تشدید رفتارهای ناپه‌نجا اجتماعی در تعاملات زناشویی گردد. از طرف دیگر تشدید بیش از حد احساسات بازاندیشی، می‌تواند منجر به پریشانی، روابط ناسازگار و آسیب روانی شود (Malti, 2016).

بر این اساس فرضیه‌ی اصلی پژوهش حاضر بر این استوار است که جهان رسانه و دیجیتال می‌تواند یکی از عوامل مهم تغییر تبادلات عاطفی زناشویی در جهان مدرنیته و پسا مدرنیته باشد؛ چراکه رسانه‌ها امکان بازاندیشی نقادانه در این تبادلات عاطفی را فراهم می‌کنند. لذا با توجه به اهمیت احساسات نقش‌پذیری در روابط زناشویی و تأثیرات احتمالی رسانه‌ها بر تبادلات عاطفی، این پژوهش به بررسی تأثیر رسانه بر احساسات بازاندیشانه و همدلانه زنان در روابط زناشویی پرداخته است.

1- deman

2-translational personality

۲- پیشینه‌ی پژوهش

مروری بر پژوهش‌هایی که به تأثیر رسانه‌ها بر روابط زناشویی می‌پردازد می‌تواند الگوی اولیه‌ای برای پژوهش حاضر در اختیار ما بگذارد که در ادامه به بررسی مرتبط‌ترین پژوهش‌های مرتبط با موضوع پرداخته شده است.

نتایج پژوهش هاشمی و همکاران با عنوان «تأثیر میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی و برنامه‌های ماهواره بر منابع احساسی زنان» نشان داد که میزان و نوع استفاده از برنامه‌های ماهواره و همچنین عضویت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مستقیم و مثبتی بر تغییرات منابع احساسی زنان دارد (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۹).

رضاپور و همکاران در پژوهشی با عنوان «رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با ادراک تعاملات اجتماعی، شخصیت خودشیفته و احساس مثبت نسبت به همسر در زوجین استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی مجازی» دریافتند میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با احساس مثبت نسبت به همسر رابطه منفی معنادار وجود دارد. در مجموع شبکه‌های اجتماعی با تأثیرات منفی روی روابط زوجین و احساس آن‌ها نسبت به یکدیگر و همچنین با تقویت خودشیفتگی، سبب ایجاد مشکلات ارتباطی گوناگون و کاهش احساس‌های مثبت زوجین نسبت به یکدیگر می‌شوند (رضاپور و همکاران، ۱۳۹۷).

در تاج و همکاران نیز در پژوهشی با عنوان «رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با احساس تنهایی و خیانت زناشویی در دانشجویان» دریافتند که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با احساس تنهایی اجتماعی و عاطفی زوجین رابطه معنی‌داری وجود ندارد؛ اما بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با خیانت زناشویی رابطه معنی‌داری وجود دارد (در تاج و همکاران، ۱۳۹۷).

شکر بیگی در پژوهشی به بررسی «جامعه‌شناختی رابطه‌ی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و ظهور تحولات در روابط زناشویی زوجین منطقه ۱ شهر تهران» پرداخته است. نتایج پژوهش اونشان می‌دهد خانواده ایرانی در دهه‌های اخیر با ورود عناصر مدرن با تغییر و تحولات گسترده‌ای مواجه شده و این تغییرات مسائلی را در برابر خانواده قرار داده است. همچنین نتایج نشان داد بین گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی و ظهور طلاق عاطفی، ناسازگاری هویتی، اباحه‌گری عملی، نارضایتی از زندگی زناشویی و ظهور خانواده‌های کم/بدون فرزند رابطه معناداری وجود دارد (شکر بیگی، ۱۳۹۶).

فلاحی در پژوهش خود نشان داد، صرفاً حضور افراد و استفاده آنها از فن‌آوری‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی به آسیب هویتی و پیدایش گسست در نهاد خانواده منجر نمی‌شود و افراد با شناخت، رعایت و کنترل جوانب ابعاد حاکم بر این پدیده، می‌توانند با حضور در این فضا حمایت‌های نسبی به دست آورند (فلاحی، ۱۳۹۵).

سبزی و شیخ‌الاسلامی در پژوهش خود نشان دادند که نمودارهای عاطفی در رابطه بین الگوهای ارتباطی خانواده و همدلی، نقش واسطه‌ای مهمی ایفا می‌کند. با توجه به نقش نیرومند جهت‌گیری گفت‌وگوشنود در پیش‌بینی همدلی، می‌توان گفت آموزش و ارتقای جهت‌گیری گفت‌وگوشنود در خانواده‌ها به افزایش نمودارهای عاطفی و رفتارهای همدلانه منجر می‌شود (سبزی و شیخ‌الاسلامی، ۱۳۹۴).

پژوهش شیرینی و رحمانی نیز نشان می‌دهد بین میزان استفاده از وسایل نوین ارتباطی و پایداری خانواده، روابط صمیمی افراد خانواده، روابط با خویشاوندان، سبک زندگی (شیوه غذا خوردن افراد خانواده، شیوه برقراری میهمانی، شیوه گردش‌های خانوادگی) و نحوه ارتباطات کلامی آن‌ها رابطه معنادار وجود دارد (شیرینی و رحمانی، ۱۳۹۴).

نتایج پژوهش عریضی و همکاران (۱۳۸۵) با عنوان «ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان (مطالعه موردی: دختران دبیرستانی منطقه پنج شهر تهران)» نشان داد که ۵۸ درصد پاسخگویان در منزل از ماهواره استفاده می‌کنند. همچنین بین وجود ماهواره در منزل و میزان استفاده از آن و هویت جنسیتی رابطه‌ی معنادار وجود دارد و افراد دارای ماهواره از سازه هویت جنسیتی نمره کمتری دریافت کرده‌اند که نشان‌دهنده تغییر رفتارها و نگرش‌ها به سمت الگوها و گرایش‌های جدید است (عریضی و همکاران، ۱۳۸۵).

مرور پژوهش‌های انجام‌یافته در حوزه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر روابط اجتماعی، نشان‌دهنده استیلائی گفتمان رسانه‌های بر پژوهش‌های علوم اجتماعی است که در آن پیش‌فرض و ذهنیت اولیه پژوهشگران بر اثبات آثار منفی رسانه‌ها بر روابط خانوادگی به‌ویژه روابط عاطفی زناشویی استوار است. این گفتمان با اتخاذ رویکردی آسیب‌شناسانه ورود رسانه‌ها به حریم خانواده را سبب تغییر آسیب‌زای نظام ارزشی در خانواده‌ها تلقی می‌کند و از درک آثار مثبت آن بازمی‌ماند. بر اساس این گفتمان، رسانه‌ها، ارتباطات انسانی، به‌ویژه ارتباط زوجین را در معرض بروز آسیب‌های جدی قرار می‌دهد، به‌گونه‌ای که تعاملات آنلاین جایگزین روابط فیزیکی شده و در نتیجه ارتباطات رودررو به‌طور چشم‌گیری کاهش می‌یابد. در این پژوهش با کنار گذاشتن این پیش‌فرض اولیه، با اتخاذ رویکرد لادری (رویکردی که از تأثیرات واقعی رسانه‌ها قبل از انجام

پژوهش اظهار بی‌اطلاعی می‌کند) در نظر داریم که اثرات واقعی رسانه‌ها بر احساسات بازاندیشانه و همدلانه زنان در روابط زناشویی را بررسی کنیم. با وجود اهمیت این دسته از احساسات و لزوم بررسی تأثیر عوامل مختلف اجتماعی از جمله رسانه‌ها در تبادل آن‌ها در روابط زناشویی، مرور پژوهش‌های انجام‌یافته نشان می‌دهد تاکنون پژوهش تجربی در این مورد انجام نیافته است و این پژوهش از این نظر پیشگام محسوب می‌شود. اندک تحقیقات انجام‌شده در این حوزه، رویکردی روان‌شناختی دارند و متغیرهای اجتماعی در آن‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از طرف دیگر حتی در پژوهش‌های روان‌شناختی نیز پژوهشی که به بررسی احساسات نقش‌پذیری پرداخته باشد وجود ندارد. بر این اساس با توجه به خلأ و کمبود تحقیقاتی در این حوزه، لزوم تحقیقات بیشتر جهت تبیین مناسب نظری و ارائه مدلی کارآمد در زمینه‌ی احساسات نقش‌پذیری ضروری است.

۳- مبانی و چارچوب نظری پژوهش

بر اساس نظریه تامپسون، «خویشتن» محصول «طرح یا پروژه‌ای نمادین» است که فرد آن را از مواد نمادین^۱ در اختیار خود می‌سازد (Thompson, 1995:229). تامپسون در تمایز چهار شکل قدرت به قدرت‌های اقتصادی، سیاسی، قهری و نمادین اشاره دارد. قدرت نمادین از فعالیت تولید، انتقال و دریافت اشکال نمادین معنادار ناشی می‌شود. افراد دائم در فعالیت فرانمود خویش در اشکال نمادین و در تعبیر و تفسیر فرانمود دیگران شرکت دارند، آنها پیوسته در ارتباط با یکدیگر و تبادل اطلاعات و محتوای نمادین درگیرند. مواد نمادین از دیدگاه تامسون توسط وسایل اطلاعاتی و ارتباطی در ساختار نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای مبادله می‌شود. در این میان نهادهای رسانه‌ای به‌سوی تولید و نشر تعمیم‌یافته اشکال نمادین در زمان و مکان، آن‌هم در مقیاس بزرگ، توجه شده‌اند. این نهادها پایگاه‌های مهمی برای انباشت وسایل اطلاعاتی و ارتباطی هستند و به شیوه‌های که در آن‌ها اطلاعات و محتوای نمادین تولید و در جهان اجتماعی به گردش درمی‌آید، شکل بخشیده‌اند (تامپسون، ۱۳۸۹: ۲۵-۲۱). مواد نمادین خمیرمایه‌ی مهمی برای شکل‌گیری صمیمیت و عواطف در میان انسان‌هاست. تحول رسانه‌ها نه تنها فرایند خود شکل‌پذیری را پر بار و دگرگون می‌کند، نوع جدیدی از نزدیکی و صمیمیت نیز به وجود می‌آورد که پیش‌از این وجود نداشته و از جنبه‌های بنیادین خاص با اشکال صمیمیت که خاص تعامل رودررو است، تفاوت دارد (همان: ۲۵۴-۲۵۳). انسان‌ها در دسترسی به قدرت نمادین با یکدیگر برابر نیستند. این نابرابری در منابع نمادین، مهارت‌ها و موقعیت‌های اجتماعی افراد برای بهره‌گیری و شیوه‌های ساختن احساس

از مواد نمادین، در تجربه‌های عاطفی آن‌ها نیز انعکاس می‌یابد. بر این اساس تجربه‌های عاطفی زوجین، به‌عنوان یکی از جلوه‌های مهم تبادل عاطفی، تحت تأثیر ظهور رسانه‌های جمعی است. پیش از ظهور رسانه‌ها، مواد نمادین شکل‌دهی عواطف در بافت‌های تعامل رودررو و از طریق تبادل شفاهی حاصل می‌شد. ساختار عواطف افراد به‌واسطه افراد صاحب اقتدار در جامعه به نسبت ثابت بود. پیدایی رسانه‌های ارتباطی به چند شیوه توانست تعامل عاطفی بین زوجین را دگرگون کند: الف- به‌واسطه این رسانه‌ها، شکل‌های دیگر تعامل شامل تعامل متقابل از فاصله دور (با ماهیت ارتباط دوطرفه) و تعامل نامتقابل از فاصله دور (با ماهیت ارتباط یک‌طرفه) شکل گرفت (Thompson, 1995: 7-28). این شکل‌های دیگر تعامل، توانست سهم تعاملات چهره به چهره عاطفی را به‌تدریج کاهش دهد.

ب- رسانه‌های نوین، امکان «جدایی زمان و فضا» و «از جا کندگی» به تعبیرگیدیزی آن را فراهم کردند. این موضوع باعث شد تا امکان ارتباط عاطفی با افرادی غیر از همسر حتی بدون اطلاع و حضور او آسان‌تر فراهم شود.

مصادیق تعامل متقابل از فاصله دور را می‌توان در استفاده از ابزارهای رسانه‌ای همانند تلفن و در عصر کنونی در فضای مجازی از طریق کاربرد اینترنت به‌ویژه پیام‌رسان‌ها یافت. کاربرد شبکه‌های تلویزیونی و به‌تبع آن شبکه‌های ماهواره‌ای نیز نمونه‌ای از تعامل نامتقابل از فاصله دور است. افراد با دسترسی به اشکال جدید معرفت از طریق تعامل رسانه‌ای و شبه تعامل رسانه‌ای، افق‌های درک خود را وسعت بخشیدند (تامپسون، ۱۳۸۹: ۲۵۸-۲۵۷).

نظریه‌ی تامپسون هرچند درباره تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری و تبادلات عاطفی و تغییر آن روشن‌گر است، اما درباره‌ی ماهیت این تغییر چیزی نمی‌گوید.

نظریه‌ی شات به ما کمک می‌کند تا تأثیر رسانه‌ها را بر بخشی از احساسات زنان در روابط زناشویی که لازمه‌ی آن فرآیند نقش‌پذیری برای برانگیخته شدن است را بررسی نماییم. از این منظر احساسات به دودسته تقسیم‌بند می‌شود. دسته‌ی اول احساسات فارغ از نقش‌پذیری هستند. احساساتی که بروز و ظهور و برانگیختگی آن‌ها نیازمند تجسم دیگری نیست. این احساسات بدون قرار گرفتن فرد در موقعیت اجتماعی و اخذ رویکرد خاص نظیر احساس لذت، شادی و غم در مقابل دیگری نیز قابل تجربه شدن است. دسته‌ی دوم احساسات متکی به نقش‌پذیری هستند. در نظریه کنش متقابل نمادین، دسته‌ای از احساسات که تحت عنوان احساسات نقش‌پذیری^۱ از

آن‌ها نام برده می‌شود برای قسمت عمده‌ای از کنترل اجتماعی که همان کنترل خود^۱ است دارای اهمیت بنیادین می‌باشند. این اهمیت ریشه در آن دارد که برخلاف دیگر احساسات که احتیاجی به فرآیند نقش‌پذیری برای برانگیخته شدن ندارند، این احساسات نمی‌توانند بدون قرار گرفتن فرد در موقعیت اجتماعی و اخذ رویکرد خاص در مقابل دیگری تجربه شوند؛ بنابراین فردی که یکی از این احساسات را تجربه می‌کند، ابتدا باید به لحاظ شناختی نقش یکدیگری واقعی یا خیالی یا به زبان مید، یکدیگری تعمیم‌یافته را برای خودش درونی کند. این احساسات بر اساس طبقه‌بندی شات به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند:

۱- احساسات بازاندیشانه^۲: مراد از «بازاندیشی»، فرآیند تعریف و بازتعریف خود از طریق مشاهده و تأمل در اطلاعات درباره‌ی مسیرهای ممکن زندگی است. بازاندیشی به سازوکارهایی در اندیشه و کنش انسانی گفته می‌شود که «کنش انسانی» را تنظیم و بر آن نظارت می‌کند؛ البته مکانیسم بازاندیشی در فرهنگ سنتی و فرهنگ مدرن متفاوت است (گیدنز، ۱۳۸۴:۴۴). احساسات بازاندیشانه مستلزم در نظر گرفتن این است که فرد چه تصویری از خودش در مقابل دیگران یا دیگری تعمیم‌یافته به نمایش می‌گذارد و این تصویر اغلب به خود فرد بازمی‌گردد؛ بنابراین، این دسته از احساسات عملاً مفاهیمی هستند که خود فرد را تعریف و به آن شکل می‌دهند. این دسته از احساسات شامل احساس گناه^۳، شرم^۴، دستپاچگی^۵، غرور^۶ و تکبر^۷ است. احساسات بازاندیشانه، به واضح‌ترین شکل ممکن، رفتار انحرافی را مورد بازخواست و مجازات قرار می‌دهند. برخلاف احساساتی مانند ترس که کنترل اجتماعی را به شکلی آشکار تقویت می‌کنند، احساسات بازاندیشانه اغلب وقتی رخ می‌دهند که دیگران حضور ندارند، یعنی وقتی که خطر به دام افتادن هنگام انجام خطا بسیار پایین است. بر این اساس این احساسات به شکلی پنهان، کنترل اجتماعی را تقویت می‌کنند (Shott, 1979: 1300).

بر اساس نظریه‌ی گیدنز مدرنیته دارای سه منبع پویایی است. این سه منبع شامل بازاندیشی، جدایی زمان و فضا و از جا‌کنندگی است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۶۶). کاربرد رسانه‌های نوین به‌عنوان یکی از مظاهر مدرنیته موجب شده‌اند تا این پویایی تشدید شود. بر این اساس رسانه‌ها با فرآیند جدایی

- 1- Self-control
- 2- Reflexive role-taking emotions
- 3-Guilt
- 4-Shame
- 5-Embarrassment
- 6-Pride
- 7-Vanity

زمان و فضا و از جا کندگی، به زنان کمک می‌کنند خود را از طریق مشاهده و تأمل در اطلاعات رسانه‌ها، تعریف و بازتعریف کنند و درباره شیوه‌های زندگی خود از جمله تعاملات عاطفی با همسر و جایگاه خود در نزد همسر پرس‌وجو و بازاندیشی کنند.

۲- احساسات همدلانه^۱: این دسته از احساسات با قرار گرفتن ذهنی فرد در موقعیت دیگری و احساس کردن چیزی که دیگری احساس می‌کند به وجود می‌آیند. به عبارت دیگر همدلی توانایی فرد برای درک احساسات دیگری به گونه‌ای که خود را به جای او بگذارد تعریف می‌شود (Brunel, 1989: 84). همدلی توانایی ارتباط با دیگران است که از هنگام تولد تا نوجوانی به طور فزاینده‌ای متحول می‌شود (Hanania & et al, 2000). این فرایند با حمایت از فعالیت‌های مشترک و انسجام گروهی، فرد را توانمند کرده و زندگی اجتماعی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Rieffe & et al, 2010). از نظر کارل راجرز، همدلی توانایی ورود به دنیای احساس طرف مقابل است. این به معنای تجربه‌ی موقت زندگی او از دریچه نگاه خود اوست. به عبارت دیگر همدلی، ورود به دنیای دیگری با لطافت و سنجیدگی بدون هیچ پیش قضاوتی است (Brunel, 1989: 84). از منظری متفاوت همدلی عبارت است از توانایی درک هیجان‌ها و افکار دیگران و همچنین پاسخ‌دهی به آن‌ها با هیجان‌ها و عواطف مناسب (Billington & et al, 2007). همدلی مبتنی بر توجه به نیازهای دیگران است. شخص همدل از راه‌های مختلف، مانند رفتارهای کلامی و غیرکلامی به خواسته‌ها و نیازهای دیگران پی می‌برد و سعی می‌کند، احساسات و عواطف آن‌ها را درک کند (گل پرور و همکاران، ۱۳۸۸).

هوسرل، همدلی را پدیده میان فردی می‌نامد که موجب پیوند انسان‌ها به هم از طریق حساس کردن آن‌ها به دنیای احساسی یکدیگر می‌شود (Brunel & Martiny, 2004: 93). آلپورت^۲ همدلی را انتقال خیالی خود به درون افکار، عواطف و اعمال دیگری از طریق تقلید حالات بدن و چهره او تعریف می‌کند (Brunel, 1989: 91).

به اعتقاد شات، هر دو گروه احساسات نقش‌پذیری، اعم از یا همدلانه، نقش مهمی در سوق دادن کنشگران به سوی رفتارهای اخلاقی و هنجارمند دارند و از این‌رو عناصر مهمی در تسهیل کنترل اجتماعی قلمداد می‌شوند (Shott, 1979: 1344). تضعیف این احساسات در روابط زناشویی می‌تواند منجر به تشدید رفتارهای نابهنجار اجتماعی در خانواده گردد. از طرف دیگر احساسات همدلانه با احساسات بازاندیشانه همبستگی دارند. مطالعات نشان می‌دهد زوجینی که از همدلی

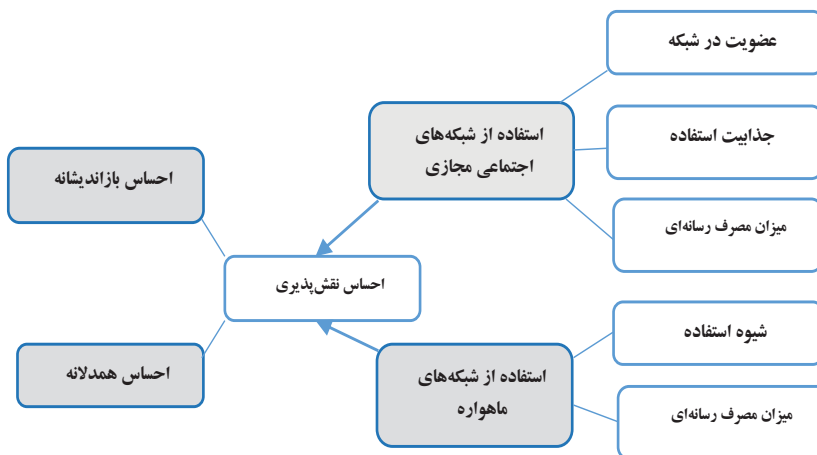
1-Empathic role-taking emotions

2- Allport

بیشتری برخوردارند، احساس گناه (به‌عنوان یکی از جلوه‌های احساسات بازاندیشانه) بیشتری را نسبت به زوجینی که همدلی کمتری دارند، تجربه می‌کنند (Leith & Baumeister, 1998). با تلفیق نظریه تامپسون و شات می‌توان گفت استفاده از رسانه‌ها موجب شده مواد نمادین در اختیار افراد، برای شکل‌گیری خود از نظر کمی و کیفی تغییر یابد. این مواد نمادین می‌توانند به‌قرار گرفتن ذهنی زنان در موقعیت همسر و درک احساس متقابل همسر که نتیجه تبعی آن دگرگونی احساسات همدلانه است کمک کنند. رسانه‌ها می‌توانند با در اختیار قرار دادن مواد نمادین تصویری که زن از خود در نزد همسرش دارد را تغییر دهند و در پی این احساس بازاندیشانه زن واکنش عاطفی متناسب با تصویر و جایگاه خود را نسبت به همسر نشان می‌دهد که بر تعاملات عاطفی زوجین تأثیر می‌گذارد. احساس غرور، برتری و آرامش، خشم، حقارت و ناامنی، بازتابی احساسی از بازاندیشی در مقابل نوع روابط و تعامل با همسر است.

با مروری بر نظریات مرتبط با پژوهش حاضر، نظریه‌ی «خوبستن و تجربه در جهان رسانه‌ای» تامپسون، مفهوم «تجربه احساسات نقش‌پذیری» شات و مفهوم «بازاندیشی گیدنز» چارچوب اصلی (شکل شماره‌ی ۱) این پژوهش را تشکیل می‌دهند و بر این اساس فرضیه‌های پژوهش عبارت‌اند از:

- به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساسات نقش‌پذیری زنان در روابط زناشویی (در دو بعد احساسات بازاندیشانه و احساسات همدلانه) رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره و احساسات نقش‌پذیری زنان در روابط زناشویی (در دو بعد احساسات بازاندیشانه و احساسات همدلانه) رابطه وجود دارد.



شکل (۱): مدل نظری پژوهش

۴- روش پژوهش

روش پژوهش حاضر پیمایشی و جمعیت آماری این پژوهش را زنان ۲۰ تا ۵۵ ساله‌ی متأهل شهر بروجرد تشکیل می‌دهند که بر اساس داده‌های سرشماری سال ۱۳۹۵ تعداد آنها برابر با ۱۱۷/۷۴۲ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با احتساب آماره‌های مختلف ۳۸۵ نفر برآورد گردید که جهت اطمینان با انتخاب ۱۰ درصد بیش از حجم نمونه برآورد شده و حذف پرسشنامه‌های ناقص و داده‌های پرت، این تعداد به ۴۰۰ پرسشنامه رسید.

انتخاب نمونه‌ها بر اساس ترکیب دو روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نامتناسب و خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شد. بر این اساس، از بین مناطق شهرداری بروجرد بر اساس موقعیت اقتصادی، به‌طور تصادفی ساده، سه منطقه شهری (بالا، متوسط و پایین) انتخاب شد. در هر یک از مناطق سه‌گانه نیز به شیوه تصادفی ساده، چندین بلوک‌ها انتخاب شد و پرسشنامه‌ها به‌صورت تصادفی در میان زنان متأهل توزیع گردید.

اندازه‌گیری روایی با تأیید پرسشنامه توسط متخصصان و صاحب‌نظران مرتبط درباره کلیت پرسشنامه و مطلوب بودن آن در جهت پاسخگویی به سؤالات تحقیق از طریق روایی صوری انجام شد. برای سنجش میزان پایایی گویه‌های مرتبط با متغیرهای پژوهش بر اساس روش پایداری درونی، از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده گردید. مقدار ضرایب آلفای کرون‌باخ متغیرهای مورد بررسی (استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ۰/۸۹، استفاده از ماهواره ۰/۸۵، احساسات بازاندیشی ۰/۸۰، احساسات همدلانه ۰/۸۰ و احساسات نقش‌پذیری ۰/۷۸) بالای ۰/۷ است که ضرایب قابل قبولی محسوب می‌شود.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی: ظهور فن‌آوری‌های نوین ارتباطی سبب گردیده است انسان‌ها علاوه بر حضور در شبکه‌های اجتماعی واقعی، پاره‌ای از تعاملات خود را در فضای مجازی به‌ویژه پایگاه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام دهند. بر این مبنا، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی یا مجازی پایگاه یا مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (Boyd & Ellison, 2007: 212). در این پژوهش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس شاخص‌های عضویت، میزان مصرف رسانه‌ای و

جذابیت استفاده از شبکه‌های مجازی شامل پیام‌رسان‌های پر کاربرد فیس بوک، تلگرام، توئیتر، اینستاگرام و واتساپ مورد سنجش قرار گرفته است. میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک متغیر رتبه‌ای بر اساس ساعت صرف شده برای آن‌ها (حدود ۱ ساعت/حدود ۲ ساعت/حدود ۳ ساعت/حدود ۴ ساعت/ ۵ ساعت و بیشتر) اندازه‌گیری شده است.

استفاده از ماهواره: به تلویزیونی که سیگنال‌های آن از طریق ماهواره مخابراتی پخش و توسط یک دیش ماهواره و رسیور روی زمین دریافت می‌شود تلویزیون ماهواره‌ای^۱ گفته می‌شود (مارتین، ۱۳۹۴). در این پژوهش، میزان مصرف رسانه‌ای به‌صورت یک متغیر رتبه‌ای بر اساس ساعت‌های صرف شده برای تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای (حدود ۱ ساعت/حدود ۲ ساعت/حدود ۳ ساعت/ ۴ ساعت و بیشتر) اندازه‌گیری شده است. نوع استفاده از رسانه نیز بر اساس زمان صرف شده فرد برای تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای (خیلی کم/ کم/ زیاد/ خیلی زیاد) بر مبنای تقسیم‌بندی آن‌ها به برنامه‌های سیاسی-اجتماعی، آموزشی-علمی، سرگرمی-تفریحی سنجش شده است.

۱۶۳

احساسات مبتنی بر نقش‌پذیری: تعاریف نظری این دسته از احساسات در بخش نظری ذکر شده است. در نظریه شات این نوع احساسات به دودسته احساسات باز اندیشانه و همدلانه تقسیم می‌شود. احساسات باز اندیشانه با شاخص احساس دستپاچگی، شرم، غرور و تکبر که زنان متأهل در روابط زناشویی خود با همسر تجربه می‌کنند سنجیده می‌شود. سنجش متغیر احساسات همدلانه نیز بر این مبنا صورت گرفت که زنان متأهل در روابط زناشویی خود تا چه حد احساسات و عواطف شوهر خود را درک و احساس می‌کنند. برای سنجش متغیر احساسات مبتنی بر نقش‌پذیری بازاندیشانه و همدلانه به ترتیب از ۵ و ۴ گویه در قالب طیف لیکرت در سطح سنجش رتبه‌ای (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) استفاده شده است.

برای برآورد اعتبار سازه‌ای مرتبط با سازه «احساسات نقش‌پذیری» از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد. معنی‌داری شاخص مجذور کای برای آزمون کرویت بار تلت ($\text{sig}=0.000$) و شاخص کفایت نمونه‌برداری ($\text{kmo}=0.81$) نشان می‌دهد ایده تحلیل عاملی برای گویه‌های مورد نظر، ایده مناسبی بوده و تعداد نمونه برای آن کافی بوده است.

جدول ۱. گویه های متغیر احساسات نقش پذیری

ابعاد	گویه ها
احساسات بازاندیشانه	اگر کسی (مردی) غیر از همسرم به من ابراز علاقه کند بی اعتنا هستم.
	از اینکه گاهی اوقات همسرم را درک نمی کنم احساس گناه می کنم.
	اگر همسرم در قبال من احساس مسئولیت نکند احساس شرم می کند.
	از اینکه همسرم مرا درک می کند احساس غرور می کنم.
	از نظر همسرم فرد با درایتی و زیرکی هستم.
احساسات همدلانه	برای همسرم ناراحت شدن من مهم نیست.
	همسرم بیش از حد توانم از من توقع دارد.
	اگر خسته یا بیمار باشم همسرم مرا درک کرده و کمک می کند.
	در اکثر مواقع همسرم مرا درک نمی کند.

۵- یافته های پژوهش

بر اساس یافته های پژوهش نتایج به دست آمده از یافته های توصیفی و استنباطی به طور مجزا در ادامه آمده است.

۱۶۴

۱- یافته های توصیفی

۱-۱- عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی

بر اساس نتایج به دست آمده از یافته های پژوهش (جدول شماره ۲) ۳/۳ درصد از پاسخ دهندگان عضو فیس بوک، ۴۰ درصد عضو تلگرام، ۶/۵ درصد عضو توییتر، ۲۳/۸ درصد عضو اینستاگرام و ۲۶/۵ درصد عضو واتساپ هستند.

جدول ۲. توزیع فراوانی شبکه اجتماعی پاسخ دهندگان

درصد فراوانی	فراوانی مطلق	عضویت در شبکه اجتماعی مجازی
۳/۳	۱۳	فیس بوک
۴۰/۰	۱۶۰	تلگرام
۶/۵	۲۶	توییتر
۲۳/۸	۹۵	اینستاگرام
۲۶/۵	۱۰۶	واتساپ
۱۰۰/۰	۴۰۰	جمع

۲-۱- میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شبکه‌های ماهواره

بر اساس نتایج پژوهش ۵۳ درصد از پاسخ‌دهندگان حدود ۱ ساعت، ۱۳ درصد حدود ۲ ساعت، ۲۰/۳ درصد حدود ۳ ساعت و ۱۳/۸ درصد ۴ ساعت و بیشتر (جدول شماره‌ی ۳)، از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. میزان واریانس متغیر شبکه اجتماعی برابر با ۲/۱۲۴ است. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که ۴۳/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان حدود ۱ ساعت، ۲۹/۸ درصد حدود ۲ ساعت، ۱۳/۵ درصد حدود ۳ ساعت و ۱۳/۵ درصد ۴ ساعت و بیشتر (جدول شماره‌ی ۳) وقت خود را برای تماشای برنامه‌های ماهواره مصرف می‌کنند. میزان واریانس شبکه‌های تلویزیونی ماهواره برابر با ۱/۱۱۱ است.

جدول ۳. توزیع فراوانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ماهواره در بین پاسخگویان

میزان استفاده از شبکه‌های تلویزیونی ماهواره			میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی			ساعت استفاده
واریانس	درصد فراوانی	فراوانی مطلق	واریانس	درصد فراوانی	فراوانی مطلق	
۱/۱۱۱	۲۹/۸	۱۱۹	۲/۱۲۴	۵۳/۰	۲۱۲	حدود ۱ ساعت
	۴۳/۳	۱۷۳		۱۳/۰	۵۲	حدود ۲ ساعت
	۱۳/۵	۵۴		۲۰/۳	۸۱	حدود ۳ ساعت
	-	-		۱۳/۸	۵۵	۴ ساعت و بیشتر
	۱۰۰/۰	۴۰۰		۱۰۰/۰	۴۰۰	جمع

۳-۱- میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره

بر اساس نتایج به‌دست آمده میزان استفاده پاسخگویان از برنامه‌های سیاسی-اجتماعی ماهواره ۲۷/۳ درصد خیلی کم، ۲۶/۰ درصد کم، ۲۴/۰ درصد زیاد و ۲۲/۸ درصد (جدول شماره‌ی ۴) خیلی زیاد بوده است.

همچنین نتایج نشان داد میزان استقبال پاسخگویان از برنامه‌های آموزشی-علمی ماهواره ۳۰/۸ درصد خیلی کم، ۳۴/۳ درصد کم، ۱۴/۳ درصد زیاد و ۲۰/۸ درصد خیلی زیاد (جدول شماره‌ی ۴) بوده است.

در نهایت نیز میزان استقبال پاسخگویان از برنامه‌های سرگرمی-تفریحی ماهواره ۲۴/۳ درصد خیلی کم، ۱۹/۳ درصد کم، ۲۵/۳ درصد زیاد و ۳۱/۵ درصد خیلی زیاد (جدول شماره‌ی ۴) بوده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی استفاده از برنامه‌های ماهواره بر حسب نوع برنامه

برنامه‌های سرگرمی - تفریحی		برنامه‌های آموزشی - علمی		برنامه‌های سیاسی - اجتماعی		میزان استفاده
درصد فراوانی	فراوانی مطلق	درصد فراوانی	فراوانی مطلق	درصد فراوانی	فراوانی مطلق	
۲۴/۳	۹۷	۳۴/۳	۱۳۷	۲۷/۳	۱۰۹	خیلی کم
۱۹/۳	۷۶	۳۰/۸	۱۲۳	۲۶/۰	۱۰۴	کم
۲۵/۳	۱۰۱	۲۰/۸	۸۳	۲۴/۰	۹۶	زیاد
۳۱/۵	۱۲۶	۱۴/۳	۵۷	۲۲/۸	۹۱	خیلی زیاد
۱۰۰/۰	۴۰۰	۱۰۰/۰	۴۰۰	۱۰۰/۰	۴۰۰	جمع

۲- یافته‌های استنباطی

بر اساس نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی اسپیرمن (جدول شماره‌ی ۵) میان متغیر وابسته احساسات نقش‌پذیری و متغیر مستقل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (شامل عضویت در شبکه، میزان استفاده از شبکه و جذابیت استفاده از شبکه که ضریب همبستگی آن‌ها به ترتیب برابر ۰/۱۴۲، ۰/۰۰۹، ۰/۱۱۵ و ۰/۱۱۶ است) رابطه‌ی معنادار وجود دارد. در ابعاد سه‌گانه، بین دو بعد میزان استفاده از شبکه و جذابیت استفاده از شبکه با احساسات نقش‌پذیری رابطه معنادار وجود دارد، اما بعد عضویت در شبکه با احساسات نقش‌پذیری فاقد رابطه معنادار است. جدول ۵. نتایج ضریب همبستگی رابطه‌ی بین احساسات نقش‌پذیری و شبکه‌های اجتماعی مجازی

احساسات نقش‌پذیری		متغیر مستقل	
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	
۰/۰۰۴	۰/۱۴۲		
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی	
۰/۸۵۴	۰/۰۰۹		
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	
۰/۰۲۱	۰/۱۱۵		
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	جذابیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	
۰/۰۳۶	۰/۱۱۶		

همچنین بر اساس نتایج ضریب همبستگی (جدول شماره‌ی ۶) بین متغیر احساسات نقش‌پذیری و استفاده از شبکه‌های تلویزیونی ماهواره (میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره و نوع برنامه‌های مورد استفاده که ضریب همبستگی آن‌ها به ترتیب برابر ۰/۱۱۶، ۰/۰۶۵، ۰/۱۰۷- است) رابطه معناداری وجود دارد. در بررسی جزء به جزء ابعاد، بین میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره با احساسات نقش‌پذیری ($r = -0.065$ و $sig = 0.005$) رابطه معناداری وجود دارد ولیکن بین نوع استفاده از برنامه‌های ماهواره با احساسات نقش‌پذیری ($r = -0.107$ و $sig = 0.633$) رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۶. نتایج ضریب همبستگی رابطه‌ی بین شبکه‌های ماهواره و احساسات نقش‌پذیری

احساسات نقش‌پذیری		متغیر مستقل	
۰/۱۱۶	ضریب همبستگی	استفاده از ماهواره	
۰/۰۲۱	سطح معنی‌داری		
-۰/۰۶۵	ضریب همبستگی	میزان تماشای شبکه‌های ماهواره	
۰/۰۰۵	سطح معنی‌داری		
-۰/۱۰۷	ضریب همبستگی	میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره	
۰/۶۳۳	سطح معنی‌داری		

۲-۱- آزمون رگرسیون چند متغیره به روش همزمان

الف- آزمون رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای شبکه اجتماعی مجازی نشان‌دهنده آن است که بر اساس میزان R^2 (ضریب تعیین تصحیح‌شده)، متغیرهای مستقل واردشده در معادله توانسته‌اند حدود ۳۹ درصد از مقدار کل واریانس متغیر وابسته (احساسات نقش‌پذیری) را تبیین کنند.

بر اساس نتایج پارامترهای مدل رگرسیون (جدول شماره‌ی ۷)، بر اساس آزمون T با توجه به سطح معناداری ضرایب رگرسیون متغیرهای مستقل مشخص می‌شود دو متغیر میزان استفاده و جذابیت شبکه‌های اجتماعی مجازی به ترتیب با مقدار ضریب ۰/۳۴۹-، ۰/۲۴۳- دارای تأثیر معنادار بر متغیر تابع هستند. (مقدار sig برای این متغیرها به ترتیب برابر ۰/۰۰۲، ۰/۰۰۳ بوده و کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشند)؛ اما متغیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی با ضریب رگرسیون ۰/۰۳۱- تأثیر معناداری بر متغیر تابع ندارد (مقدار sig برای عضویت در شبکه بالای ۰/۰۵ است).

با تعیین ضرایب بتا با توجه به سطح معنی داری، مشخص شد احساسات نقش پذیری پیش‌بینی کننده معنی داری از نظر آماری برای متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و جذابیت استفاده از شبکه است.

جدول ۷. ضرایب رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای شبکه اجتماعی مجازی

سطح معنی داری	آماره t	ضریب‌های استاندارد	ضریب‌های غیراستاندارد		متغیرهای مدل
			B	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۲۳/۲۹۷	-	۱/۱۶۰	۲۷/۰۲۱	عدد ثابت
۰/۸۰۳	-۰/۲۵۰	-۰/۰۱۳	۰/۱۲۵	-۰/۰۳۱	عضویت در شبکه
۰/۰۰۲	-۳/۱۱۰	-۰/۱۵۵	۰/۱۱۲	-۰/۳۴۹	میزان استفاده از شبکه
۰/۰۰۳	۱/۶۸۹	۰/۱۸۴	۰/۱۴۴	-۰/۲۴۳	جذابیت استفاده از شبکه

ب- آزمون رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای استفاده از شبکه‌های ماهواره

نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره به روش هم‌زمان احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای استفاده از شبکه‌های ماهواره (جدول شماره ۸) نشان‌دهنده آن است که بر اساس میزان R^2 (ضریب تعیین تصحیح‌شده)، متغیرهای مستقل واردشده در معادله توانسته‌اند حدود ۳۵ درصد از مقدار کل واریانس متغیر وابسته (احساسات نقش‌پذیری) را تبیین کنند؛ یعنی در مقایسه با متغیرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی درصد کمتری از واریانس متغیر وابسته تبیین شده است.

جدول ۸. نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای استفاده از شبکه‌های ماهواره

درجه آزادی	آماره F	سطح معنی داری	میزان خطا	ضریب تعیین R^2
۲	۴/۴۶۵	۰/۰۱۲	۳/۲۶۳۵۲	۰/۳۵

بر اساس نتایج آزمون T و دقت در پارامترهای مدل رگرسیون (جدول شماره‌ی ۹) مشخص می‌شود متغیر میزان استفاده از برنامه‌های شبکه‌های ماهواره با مقدار ضریب $-0/445$ دارای تأثیر معنادار بر متغیر تابع است (مقدار sig برای این متغیر کوچک‌تر از $0/05$ می‌باشند)؛ اما متغیر نوع استفاده از ماهواره با ضریب رگرسیون $-0/025$ - تأثیر معناداری بر متغیر تابع ندارد (مقدار sig بالای $0/05$ است یعنی $0/633$).

با تعیین ضرایب بتا با توجه به سطح معنی‌داری، مشخص شد احساسات نقش‌پذیری پیش‌بینی‌کننده معنی‌داری از نظر آماری برای متغیر میزان استفاده از ماهواره است.

جدول ۹. ضرایب رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای استفاده از

شبکه‌های ماهواره

سطح معنی‌داری	آماره t	ضریب‌های استاندارد		متغیرهای مدل	
		ضریب‌های غیراستاندارد	ضریب‌های غیراستاندارد		
		بتا	B	انحراف استاندارد	
0/000	56/530	-	-0/510	28/849	عدد ثابت
0/005	-2/823	-0/142	0/157	-0/445	میزان تماشای شبکه‌های ماهواره
0/633	-0/478	-0/024	0/052	-0/025	میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره

ج- آزمون رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای استفاده از شبکه‌های ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی

نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره به روش هم‌زمان احساسات نقش‌پذیری بر حسب متغیرهای شبکه اجتماعی مجازی و شبکه‌های ماهواره (جدول شماره‌ی ۱۰) نشان‌دهنده آن است که بر اساس میزان R^2 (ضریب تعیین تصحیح‌شده)، متغیرهای مستقل واردشده در معادله توانسته‌اند حدود ۶۰ درصد از مقدار کل واریانس متغیر وابسته (احساسات نقش‌پذیری) را تبیین کنند.

جدول ۱۰. نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش پذیری بر حسب متغیرهای شبکه اجتماعی مجازی و ماهواره

درجه آزادی	آماره F	سطح معنی داری	میزان خطا	ضریب تعیین R ²
۲	۲۸۱/۵۵۲	۰/۰۰۰	۳/۱۲۰۰۷	۰/۶۰

بر اساس نتایج آزمون T و دقت در پارامترهای مدل رگرسیون (جدول شماره ی ۱۵) مشخص می شود متغیر شبکه اجتماعی مجازی با مقدار ضریب ۰/۹۴۵ و ماهواره با ضریب ۰/۸۶۳ دارای تأثیر معنادار بر متغیر تابع است (مقدار sig برای این متغیر کوچک تر از ۰/۰۵ می باشند). با تعیین ضرایب بتا با توجه به سطح معنی داری، مشخص شد احساسات نقش پذیری پیش بینی کننده معنی داری از نظر آماری برای متغیر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و ماهواره است و طبق نتایج به دست آمده می توان گفت شبکه های اجتماعی مجازی تأثیر یا قدرت پیش بینی بیشتری بر احساسات نقش پذیری دارد.

جدول ۱۵. ضرایب رگرسیون چندمتغیره احساسات نقش پذیری بر حسب متغیرهای شبکه اجتماعی مجازی و ماهواره

سطح معنی داری	آماره t	ضریب های غیر استاندارد		متغیرهای مدل
		ضریب های استاندارد	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۴/۸۰۱	-	۱/۷۰۴	عدد ثابت
۰/۰۰۰	۱۸/۱۶۶	۰/۵۹۵	۰/۰۵۲	شبکه های اجتماعی مجازی
۰/۰۰۰	۱۳/۹۲۷	۰/۴۵۶	۰/۰۶۲	شبکه های ماهواره

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش بر اساس رویکرد جامعه شناسی، اثرات کاربرد برنامه های شبکه های ماهواره و شبکه های اجتماعی مجازی بر احساسات نقش پذیری زنان (بازاندیشانه و همدلانه) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد در حالت کلی، استفاده از رسانه ها بر احساسات نقش پذیری تأثیر مثبت دارد. این تأثیرات مثبت رسانه ها با نتایج برخی پژوهش ها متفاوت است. برخی پژوهش ها به تأثیرات منفی رسانه ها بر احساسات زوجین تأکید کرده اند. برای مثال در

پژوهش رضاپور و همکاران (۱۳۹۷) و مولر و همکاران (۲۰۱۴) تأکید شده است افراد هنگامی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی روی می‌آورند، با مجذوب شدن در این فضا تعاملات با همسر خود را در دنیای واقعی کاهش می‌دهند و در پی آن احساسات مثبت آن‌ها نسبت به همدیگر کم و کمتر می‌شود (رضاپور و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین در پژوهش مولر و همکاران اشاره می‌شود هدف از کاربرد رسانه گسترش و توسعه روابط میان-فردی است. به این منظور زوجینی که مشکلات زناشویی و ارتباطی با یکدیگر دارند، از این رسانه‌ها برای تسکین مشکلات خود و تقویت روابط بیرون از زندگی زناشویی و ... بهره می‌گیرند. این عوامل و عوامل دیگر در نهایت آسیب‌های اساسی به روابط میان-فردی و به‌ویژه زناشویی زوجین وارد می‌کند (مولر و همکاران، ۲۰۱۴)؛ اما در نتایج پژوهش حاضر تأثیرات مثبت رسانه‌ها بر جنبه‌ای از احساسات یعنی احساسات نقش‌پذیری مورد تأیید قرار گرفته است. البته در بررسی ابعاد جزئی متغیرها، مشخص شد استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، بر احساسات بازاندیشانه زنان متأهل تأثیر منفی دارد. تفاوت اثرات شبکه‌های ماهواره‌ای بر احساسات بازاندیشانه در مقایسه با شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس نظریه تامپسون قابل تفسیر و تبیین است. کاربرد رسانه در هر دو گونه آن به زنان کمک می‌کند همدلی بیشتری را با همسر خود در زندگی زناشویی تجربه کنند. به عبارت دیگر اخذ دیدگاه همسر، جهت فهم بهتر افکار و احساسات او در کاربرد رسانه‌ها تسهیل می‌شود؛ اما در این میان، برخلاف کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی، استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای به تصویری که فرد از خودش دارد آسیب می‌رساند و جریان احساسات بازاندیشانه در کاربرد ماهواره تضعیف می‌شود. برخلاف شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های ماهواره‌ای، در تعامل با مخاطبان خود، ساختار دوجانبه (دیالوژیک) ندارند. بر این اساس مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای نمی‌توانند همانند کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایجاد و خلق محتوای رسانه‌ای، بسته به مهارت و تمایل خود، سهمی داشته باشند. به عبارت دیگر در استفاده از برنامه‌های ماهواره، با توجه به ماهیت این نوع برنامه‌ها، زنان متأهل در تولید محتوای آن‌ها نقشی ندارند، آن‌ها نمی‌توانند احساسات دوطرفه خود را به اشتراک بگذارند و یا مطابق با درخواست و تمایل آنی خود اطلاعات جدیدی را دریافت نمایند؛ بلکه آن‌ها صرفاً دریافت‌کننده این محتوای نمادین هستند و در تغییر آن نقشی ایفا نمی‌کنند.

با وجود ماهیت یک طرفه تعاملات رسانه‌ای و انفعال مخاطبان، برنامه‌های ماهواره‌ای ذاتاً ماهیت تضعیف‌کننده یا تقویت‌کننده احساسات را ندارند، بلکه نوع این برنامه‌ها و سیاست‌هایی که دنبال می‌کنند می‌تواند تأثیرات متضادی را در احساسات بازاندیشانه به همراه داشته باشد. بر این اساس در پژوهش‌های تکمیلی می‌توان با تأکید و تدقیق بر روی نوع کانال‌های ماهواره‌ای اثرات آن‌ها را مورد مطالعه قرار داد. با توجه به نتایج پژوهش، میزان استفاده زنان از برنامه‌های سرگرم‌کننده به‌ویژه فیلم‌های اغراق‌آمیز در حوزه عاطفی ماهواره بیشتر از دیگر حوزه‌هاست. همذات‌پنداری زنان با داستان‌های عاشقانه این برنامه‌ها، می‌تواند عاملی در جهت تغییر خواسته‌ها و توقعات آن‌ها در حوزه روابط با همسرانشان و در نهایت تضعیف احساسات بازاندیشانه شود.

اما در این میان در کنار محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای عامل دیگری نیز تأثیرگذار است و آن زمان، میزان فراگیری و پوشش رسانه‌ای و مشروعیت کاربرد این گونه رسانه‌ای در ایران است. این رسانه برخلاف اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در بدو ورود به ایران با ایجاد محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های گوناگون مواجه شد. از دهه‌ی هفتاد برای اولین بار در طول تاریخ، مرزهای فرهنگی ایران به روی پیام‌های مصوری که مستقیماً از فراسوی مرزهای جغرافیایی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی می‌آمدند، باز شد (ارجمندی، ۱۳۸۰). طی سال‌های اخیر، مقامات قانونی، در باب دیش‌های ماهواره، برخوردهای متفاوتی داشته‌اند. در دوره‌هایی، برخورد شدیدی یعنی جمع‌آوری، جریمه و مجازات افراد و خانواده‌های دارای دیش را به شدت پیگیری کرده، در مقاطعی دیگر، با مسامحه از کنار آن گذشته‌اند. به نظر می‌رسد برخوردهای تند و قضایی با ن ماهواره به تدریج کم‌رنگ شده و برخوردهای ملایم‌تر و منطقی‌تر جایگزین شده است. با وجود این به‌رغم ممنوعیت استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و مجازات قانونی مشخص شده برای آن، اقبال خاصی بر استفاده از آن داشته‌اند. با این‌همه به نظر می‌رسد اهمیت شبکه‌های ماهواره‌ای با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش یافته باشد. خانواده‌ها با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی به راحتی این توان را دارند که اطلاعات و محتوای رسانه‌ای مورد نیاز خود را از پیام‌رسان‌های مختلف دریافت کنند.

از بین بردن سخت‌گیری‌های عرفی و بالا بردن آستانه تحمل و تسامح زنان متأهل در برابر ناهنجاری‌ها و تخطی از عرف سنتی حاکم بر جامعه تحت تأثیر برنامه‌های ماهواره موجب کاهش احساسات بازاندیشانه در روابط عاطفی زناشویی می‌شود. این مسئله می‌تواند در روابط زناشویی

آثار روانی و عاطفی به همراه داشته باشد و نظام سنتی کنترل درونی و عاطفی را در آستانه دگرگونی و تحول قرار دهد. ارزیابی این دگرگونی‌ها و تحولات بر اساس معیارهای ارزشی افراد و مکاتب فکری می‌تواند متفاوت باشد.

نتایج پژوهش نشان‌دهنده‌ی تأثیرات مثبت کاربرد رسانه‌ها در هر دو گونه ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر احساسات همدلانه در روابط زناشویی است. بر این اساس رسانه‌ها به زنان متأهل کمک می‌کند احساسات و عواطف همسر خود را بهتر درک و احساس کنند. این تأثیرات متناقض نشان می‌دهد ماهیت ذاتی رسانه‌ها تقویت یا تضعیف احساسات همدلانه یا بازاندیشانه نیست، بلکه این تأثیرات هم تحت کنترل عواملی است که نوع پیام‌های انتقالی را تغییر می‌دهند و هم تحت تأثیر ماهیت یک‌طرفه/دوطرفه بودن تبادل پیام‌ها در رسانه‌ها و به تبع آن میزان نقش فرد در تولید محتوای رسانه‌ای دارد.

نتایج پژوهش، مؤیدی است بر اینکه رسانه‌های جدید تعاملات عاطفی زوجین را در معرض تغییرات اجتماعی و فرهنگی قرار می‌دهند و بعد مهمی از این تغییرات عاطفی به احساسات نقش‌پذیری مربوط می‌شود؛ اما ارزیابی تأثیرات این دگرگونی و تغییرات در کیفیت زندگی زناشویی نیازمند پژوهش‌های تکمیلی است.

منابع

- ◀ ارجمندی، غلامرضا، (۱۳۸۰). «پخش مستقیم تلویزیون ماهواره‌ای، پیامدها و سیاست‌ها»، جامعه‌شناسی ایران، ش ۶.
- ◀ بخشی، حامد و طیبه ایزانلو، (۱۳۹۸). «نمایش پوشش چادر در سریال‌های تلویزیون ایران»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۲، ش ۸۵.
- ◀ تامپسون، جان، (۱۳۸۹). رسانه‌ها و مدرنیته، نظریه‌ی اجتماعی رسانه‌ها، ترجمه‌ی مسعود اوحدی، چاپ دوم، تهران: نشر سروش.
- ◀ درتاج، فریبا، مریم رجبیان ده زیره، فیروزه فتح الهی و فرزانه درتاج، (۱۳۹۷). «رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با احساس تنهایی و خیانت زناشویی در دانشجویان»، روان‌شناسی تربیتی (روانشناسی و علوم تربیتی)، د ۱۴، ش ۴۷.
- ◀ دهشیری، محمدرضا، (۱۳۸۸). «رسانه و فرهنگ‌سازی»، تحقیقات فرهنگی، د ۲، ش ۸.
- ◀ ربانی خوراسگانی، علی و مسعود کیان پور، (۱۳۸۸) جامعه‌شناسی احساسات، جامعه‌شناسی کاربردی، د ۲۰، ش ۲.
- ◀ رضاپور، رویا، محمد مهدی ذاکری و غلامحسین انتصارفومنی، (۱۳۹۷). رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با ادراک تعاملات اجتماعی، شخصیت خودشیفته و احساس مثبت نسبت به همسر در زوجین استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی»، خانواده و پژوهش، د ۱۵، ش ۱.
- ◀ سبزی، ندا و راضیه شیخ‌الاسلامی، (۱۳۹۴). «نقش واسطه‌ای نمو یافتگی عاطفی در رابطه بین الگوهای ارتباطی خانواده و همدلی»، روانشناسی تحولی (روانشناسان ایرانی) د ۱۲، ش ۴۶.
- ◀ شکر بیگی، عالیبه، (۱۳۹۶). «بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و ظهور تحولات در روابط زناشویی زوجین منطقه ۱ شهر تهران»، جامعه‌شناسی ایران، د ۱۸، ش ۲.
- ◀ شیخاوندی، داور، (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی انحرافات و مسائل جامعه‌ی ایران، تهران: قطره.
- ◀ شیری، طهمورث و الناز رحمانی، (۱۳۹۴). «تأثیر استفاده از وسایل نوین ارتباطی (لاین، تلگرام) بر وضعیت انسجام خانواده در سال ۱۳۹۴ (مطالعه موردی: منطقه ۱ شهر تهران)»، توسعه اجتماعی ایران، سال هشتم، ش ۱.
- ◀ عبداللهی، اصغر، حسن احدی، بیوک تاجری و کبری حاج علیزاده، (۱۳۹۹). «تجربه‌ی طلاق از منظر زوجین مطلقه در شهر تهران (در پنج سال اول زندگی)»، مطالعات راهبردی زنان، د ۲۳، ش ۸۹.
- ◀ عریضی، فروغ السادات، فریدون وحیدا و پروانه دانش، (۱۳۸۵). «ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان (مطالعه موردی: دختران دبیرستانی منطقه ۵ شهر تهران)»، انجمن جامعه‌شناسی ایران، ش ۲۶.
- ◀ فرقانی، محمد مهدی، (۱۳۸۲). جامعه اطلاعاتی جهانی، گذر از الگوی حاکم، رسانه، ش ۵۵.
- ◀ فلاحی، علی (۱۳۹۵). «تحلیل کیفی و کمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در ساختار خانواده»، فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده، سال ۱۱، ش ۳۵.

◀ گل‌زاد، ژان، (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه منوچهر محسنی و باقر ساروخانی، تهران: اطلاعات.

◀ گل پرور، محسن، سیدحمیدرضا عریضی سامانی و سعید مدنی قهفرخی، (۱۳۸۸). «نقش نگرش به رفاه اجتماعی در رابطه همدلی و گرایش اجتماعی با عدالت اجتماعی»، رفاه اجتماعی، د ۹، ش ۳۳.

◀ گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۴). پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.

◀ مارتین، کریستوفر، (۱۳۹۴). «آشنایی با تلویزیون ماهواره‌ای و کابلی». ترجمه مهدی تهرانی، سایت همشهری آنلاین، بازنشانی شده در: جمعه ۱۷ مهر ۱۳۹۴ - ۱۷:۱۷ به نشانی:

<https://www.hamshahrionline.ir>.

◀ محکی، علی‌اصغر، (۱۳۸۲). «فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و امنیت اخلاقی مطالعات امنیت ملی»، علمی کاربردی معاونت اجتماعی ناجا، پیش شماره ۲.

◀ هارجی، اون، کریستین ساندرز و دیوید دیکسون، (۱۳۹۰). مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ترجمه مهرداد فیروز بخت و خشایار بیگی، تهران: رشد.

◀ هاشمی، فرود علی‌روشنایی، محمدحسین اسدی داودآبادی و لیلا عظیمی، (۱۳۹۹). «تأثیر میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی و برنامه‌های ماهواره بر منابع احساسی زنان (مطالعه موردی زنان متأهل ۲۰ تا ۵۵ سال شهر بروجرد)»، مطالعات فرهنگ ارتباطات، د ۲۱، ش ۵۲.

► Billington, J. Baron- Cohen, S. & Wheelwright, S. (2007). Cognitive style predicts entry into physical sciences and humanities: Questionnaire and performance tests of empathy and systemizing. *Journal of Learning Individual Differences*, 17.

► Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", « *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 », «.

► Brody.L R. Hall, JA2008). Gender and Emotion in Context in M. Lewis and J, Haviland (Eds.), *Handbook of Emotion*, 3 d ed. (Pp.395-408). New York: Guilford.

► Brunel, M.L & C. Martiny (2004). "The concepts of empathy before, in the time of and after rogers", *Carrierologie*. 9 (3).

► Brunel, M.L. (1989). "Intercultural Counseling Empathy." *Santé Mentale au Québec*. Vol. 14 (1).

► Hanania, R. R. Rossnagle, N. B. Higgins, A. & Alessandro, D. (2000). Development of self and empathy in early infancy: Atypical implications typical. *Infant and Young Children*, 13 (1).

- ▶ KayedKhordeh, H. Parsamanesh, M. AminZadeh, H. & Karamynorouzi, A. (2014). Analyzing the relationship between family functioning and ego resiliency with general health in women suffering from cancer. *Journal of Educational and Management Studies*, 4(2).
- ▶ Lawler, Edward. D & Shane, R, Thye (1999). Bringing Emotions into Social Exchange theory, *Annual Review of Sociology*. Vol 25.
- ▶ Leith, K. P. & Baumeister, R. F. (1998). Empathy, shame, guilt, and narratives of interpersonal conflicts: Guilt-prone people are better perspective taking. *Journal of Personality*, 66(1).
- ▶ Malti, T. (2016). Toward an integrated clinicaldevelopmental model of guilt. *Developmental Review*, 39.
- ▶ Muller, K. W. Glaesmer, H. Brähler, E. Woelfling, K. & Beutel, M. E. (2014). Prevalence of Internet addiction in the general population: Results from a German population-based survey. *Behaviour & Information Technology*, 33(7).
- ▶ Rieffe, C. Ketelear, L. & Wiefferink, C. H. (2010). Assessing empathy in young children: Construc-tion and validation of an Empathy Questionnaire. *Personality and individual differences*, 49(5).
- ▶ Shott, S(1979)Emotion and Social Life: A Symbolic Interactionist Analysis, *American Journal of Sociology*,84(6).
- ▶ Thoits, P.A. (1989) Sociology of Emotions,«Annual Review of Sociology», No.15.
- ▶ Thompson, J.B (1995).Media and Modernity. In Crowley and Mitchell (eds), *Communication Theory Today*.

باسمه تعالی

فرم اشتراک فصلنامه مطالعات راهبردی زنان

فصلنامه شورای فرهنگی - اجتماعی زنان از آثار محققان، نویسندگان و مترجمان محترم در مباحث مربوط به مسائل فرهنگی، حقوقی و اجتماعی زنان استقبال می‌کند.

دانش پژوهان محترم جهت اشتراک فصلنامه، می‌توانند هزینه اشتراک را به حساب جاری ۴۰۰۱۰۲۴۴۰۳۰۱۴۵۷۵ و شبای ۴۰۰۱۰۲۴۴۰۳۰۱۴۵۷۵ IR۳۳۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۲۴۴۰۳۰۱۴۵۷۵ بانک مرکزی بنام درآمد اختصاصی شورای عالی انقلاب فرهنگی واریز نموده و اصل فیش بانکی را به همراه فرم تکمیل شده ذیل ارسال فرمایند.

هزینه اشتراک با پست عادی
۶۰۰,۰۰۰ ریال

نام و نام خانوادگی: سن: تحصیلات:
تاریخ شروع: از شماره: تا شماره:
نشانی:
کد پستی: صندوق پستی:
تلفن: کد اشتراک:

آدرس: خیابان فلسطین - بین بزرگمهر و انقلاب - دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی روابط عمومی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و خانواده

پلاک ۳۰۹ تلفن ۰۵-۶۶۴۶۸۲۷۱ داخلی ۱۴۲۳ فاکس: ۶۶۴۱۲۳۱۷



باسمه تعالی

فرم اشتراک فصلنامه مطالعات راهبردی زنان

فصلنامه شورای فرهنگی - اجتماعی زنان از آثار محققان، نویسندگان و مترجمان محترم در مباحث مربوط به مسائل فرهنگی، حقوقی و اجتماعی زنان استقبال می‌کند.

دانش پژوهان محترم جهت اشتراک فصلنامه، می‌توانند هزینه اشتراک را به حساب جاری ۴۰۰۱۰۲۴۴۰۳۰۱۴۵۷۵ و شبای ۴۰۰۱۰۲۴۴۰۳۰۱۴۵۷۵ IR۳۳۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۲۴۴۰۳۰۱۴۵۷۵ بانک مرکزی بنام درآمد اختصاصی شورای عالی انقلاب فرهنگی واریز نموده و اصل فیش بانکی را به همراه فرم تکمیل شده ذیل ارسال فرمایند.

هزینه اشتراک با پست عادی
۶۰۰,۰۰۰ ریال

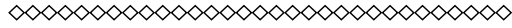
نام و نام خانوادگی: سن: تحصیلات:
تاریخ شروع: از شماره: تا شماره:
نشانی:
کد پستی: صندوق پستی:
تلفن: کد اشتراک:

آدرس: خیابان فلسطین - بین بزرگمهر و انقلاب - دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی روابط عمومی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و خانواده

پلاک ۳۰۹ تلفن ۰۵-۶۶۴۶۸۲۷۱ داخلی ۱۴۲۳ فاکس: ۶۶۴۱۲۳۱۷



مقتطفات المقالات



دراسة ومقارنة عملية انخفاض الخصوبة والإنجاب في البلدان الآسيوية وفقاً لتحليل خلفية الحادثة

فاطمة ترابي^١، نورالدين فراش خيالو^٢

المقتطف

الغاية من وراء هذا البحث والمقال هي دراسة ومقارنة مسار وعملية انخفاض الإنجاب والخصوبة في البلدان الآسيوية بالتركيز على طريقة تحليل خلفية الحادثة خلال أعوام ١٩٧٠-٢٠١٩. تمت هذه الدراسة عبر طريقة التحليل الثانوي وباستخدام بيانات البنك الدولي. تمت دراسة البيانات باستخدام أساليب وطرق غير معلمية لتقدير دالة البقاء الخاصة بكابلان مير، ونلسن ألن ونموذج نصف أو شبه معلمى للخطر النسبي الخاص بكاكس. وأظهرت النتائج إلى أنه خلال فترة ١٩٧٠-١٩٧٤ كانت ٤٧ دولة معرضة لمخاطر استبدال نقص الخصوبة تحت مستوى الإحلال وقد تم تخفيض هذه النسبة لتصل إلى ٢٠ دولة في حلول عام ٢٠١٥-٢٠١٩. وقد تعانى ٥٨ بالمائة من البلدان الآسيوية مع حلول عام ٢٠١٩ من انخفاض الخصوبة تحت مستوى الإحلال. تعتبر عملية تقليل الإخصاب والإنجاب والوصول إلى أقل من مستوى الاستبدال في بلدان شرق آسيا هي أسرع من المناطق الآسيوية الأخرى بحيث ٨٥ في المائة من بلدان هذه المنطقة يعانون من هذه المشكلة وهذا في حين أن ٥٠ بالمائة من بلدان آسيا الوسطى قد جربوا حالة الخصوبة أقل من مستوى الإحلال ولكن معدل انخفاض الخصوبة في هذه المنطقة هو أعلى من معدل آسيا الوسطى بحيث أن في عام ٢٠١٩ قد وصل ٦١ بالمائة من بلدان آسيا الغربية إلى مستوى أقل من مستوى الإحلال. وفي منطقة جنوب شرق آسيا، خلال فترة ١٩٧٠-١٩٧٤، كان هناك بلد واحد قد عانى من هذه التجربة ولكن حتى عام ٢٠١٩-٢٠١٥ عانى ٤٦ بالمائة من بلدان هذه المنطقة من الإنجاب والإخصاب أقل من مستوى الإحلال. وقد توصل بلدان جنوب آسيا بفترة زمنية طويلة ومنذ عام ٢٠١٥-٢٠١٠ إلى الإخصاب أقل من مستوى الإحلال وحتى فترة ٢٠١٩-٢٠١٥، جرب ٥٠ بالمائة من بلدان هذه المنطقة هذه الحالة. وتشير نتائج الانحدار متعدد المتغيرات إلى أن متغيرات العمر أو الأمل بالحياة في مستهل الولادة، وأساليب منع الحمل، ومعدل التضخم، ومعدل الوفيات والمنطقة الجغرافية لهما التأثير الكبير في الوصول إلى حالة الخصوبة دون مستوى الإحلال أو الاستبدال.

١٨٠

المفردات الأساسية

معدل الخصوبة الإجمالى، دراسة خلفية الحادثة، المخاطر التراكمية، آسيا

١. أستاذ مشارك في علم الاجتماع، جامعة طهران، طهران، إيران (fatemeh_torabi@ut.ac.ir)

٢. طالب مرحلة الدكتوراه فرع علم السكان بجامعة طهران، طهران، إيران (الكاتب المسؤول) (farrash_n@yahoo.com)

تحليل متعدد المستويات لارتباطات الخصوبة الفردية والإقليمية في إيران

رسول صادقي^١، نصيبه إسماعيلي^٢

المقتطف

ترتبط سلوكيات الخصوبة بمجموعة واسعة من العوامل على المستويين الجزئي والكلّي. الغرض من هذه المقالة هو التحقيق في العوامل الفردية والإقليمية التي تؤثر على الخصوبة في إيران باستخدام منهجية التحليل متعدد المستويات. تم تحليل بيانات المستوى الجزئي لعام ٢٠١٦ لعينة من ٧٠٠٠ امرأة متزوجة تتراوح أعمارهن بين ١٥ و ٤٩ عاماً ويعشن في ٣١ مدينة من البلاد بناءً على البيانات الدقيقة لتعداد السكان لعام ١٣٩٥. وعلى المستوى الكلّي، تم استخدام مصادر بيانات مختلفة مثل النتائج الإقليمية لتعداد السكاني لعام ١٣٩٥ والمسح الديموغرافي والصحي لعام ١٣٨٩ وتم تحليل هذه البيانات باستخدام برنامج نموذج هرمي. أشارت النتائج إلى أن المتغيرات المختلفة على المستوى الفردي، بما في ذلك التعليم والعمل ومكان الإقامة في الريف والحضر كانت مرتبطة بشكل كبير بسلوك خصوبة المرأة. على المستوى الإقليمي، كانت العوامل مثل استخدام وسائل منع الحمل، واستخدام الإنترنت، ومؤشر التنمية الإقليمية مرتبطة بشكل كبير بالخصوبة. يبدو أن تأثير العوامل على المستوى الفردي (خاصة التعليم) على سلوك الخصوبة أقوى من تأثير العوامل على مستوى المقاطعة. في النتائج والمناقشة، تمت مناقشة تطبيق نتائج المقال في فهم ديناميكيات الخصوبة في إيران وسياسات زيادة الخصوبة.

المفردات الاساسيه

الخصوبة، عوامل المستوى الفردي، عوامل المستوى الإقليمي، التحليل متعدد المستويات، إيران.

١. أستاذ مشارك في علم الاجتماع، جامعة طهران، المحقق لمعهد الوطني للدراسات السكانية والإدارة الشاملة، طهران، إيران (rassadeghi@ut.ac.ir)

٢. طالبة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة طهران، طهران، إيران (الكاتب المسؤول) (n.esmaeli@gmail.com)

علم أمراض العلاقات بين المنظمات للقائمين على الحجاب والعفة (منظمة نجاح والمجلس الأعلى للثورة الثقافية ووزارة الثقافة والإرشاد الإسلامي)

رضا عبد الرحمانى^١ ، حسين على سهرابى^٢

المقتطف

تعتبر مسألة الحجاب والعفة من أهم القضايا في النظام المقدس للجمهورية الإسلامية. وقد أدى ذلك إلى وجود أكثر من ٢١ منظمة ومؤسسة مسؤولة عن الحفاظ عليها والترويج لها على مستوى المجتمع المحلي. ومن بين هذه المنظمات، نجاح، ووزارة الثقافة والإرشاد الإسلامي والمجلس الأعلى للثورة الثقافية هي الأكثر أهمية وتأثيراً. ومع ذلك، وبسبب الافتقار إلى التواصل البناء والعمل الجزئي لكل منهما، فإن معدل نجاح الحفاظ على الحجاب والعفة في المجتمع وتعزيزهما لم يكن مرضياً. لذلك فإن القضية الأساسية في هذه الدراسة هي علم أمراض الاتصال بين هذه المنظمات في مجال الحفاظ على ثقافة الحجاب والعفة وتعزيزها، والتي تم إجراؤها بطريقة نوعية. المشاركون في هذه الدراسة هم ٣٠ شخصية مؤثرة منخرطة في قرار المجلس الأعلى للثورة الثقافية رقم ٤٢٧، من بينهم موظفون مرتبطون بموضوع الحجاب في أمانة المجلس الأعلى للثورة الثقافية ووزارة الثقافة والإرشاد الإسلامي ومجلس الوزراء. تم اختيار منظمة نجاح. تم جمع نتائج البحث باستخدام المقابلات شبه المنظمة واستخراجها بطريقة تحليل المحتوى. أظهرت النتائج أن التفاعلات بين المنظمات في مجال الحجاب والعفة تتأثر بعدة عوامل. اختيار المديرين المسؤولين والتدخل في المصالح الشخصية للمديرين وتصورات وآراء الموظفين حول الحجاب والعفة، ووجهات نظر متضاربة ومختلفة للمنظمات المسؤولة والارتباك والغموض في الفهم الصحيح للقرار ٤٢٧ وعدم استشارة الهيئة التنظيمية المسؤولة للتقييم النشاط تعتبر كل منظمة مسؤولة من أهم الأضرار المتعلقة بالاتصالات بين المنظمات في هذا المجال.

المفردات الأساسية

الحجاب، العلاقات بين المنظمات، نجاح، وزارة الثقافة والإرشاد الإسلامي، المجلس الأعلى للثورة الثقافية.

١. أستاذ مشارك، جامعة أمين لإنفاذ القانون، قسم العلوم الاجتماعية، طهران، إيران (الكاتب المسؤول) (rar0664@yahoo.com)

٢. ماجستير إدارة المعلومات جامعة أمين لعلوم إنفاذ القانون. كلية الإعلام والتوعية. طهران، إيران (alishabahi1354@gmail.com)

دراسة العلاقة بين القيم الثقافية وروح المبادرة فيما يتعلق بالدور الوسيط للقوالب النمطية (دراسة حالة: رائدات الأعمال في محافظة خوزستان)

معصومه باقرى^١، سيده منا فاضلى پور^٢، على موسوى نسب^٣

المقتطف

ريادة الأعمال هي عملية تقع في شبكة متغيرة من العلاقات الاجتماعية. يمكن للعلاقات الاجتماعية أن تحد أو تسهل علاقة صاحب المشروع بالموارد والفرص. وفقاً لذلك، فإن دراسة وإدراك وتحليل روح ريادة الأعمال من نهج اجتماعي له أهمية مضاعفة. الغرض من هذه الدراسة هو التحقيق في العلاقة بين روح المبادرة والقيم الثقافية فيما يتعلق بدور الوسيط للصور النمطية. يشمل المجتمع الإحصائي جميع رائدات الأعمال (بما في ذلك النساء الناشطات في المراكز التكنولوجية) في محافظة خوزستان، والتي يبلغ عددهم حسب الإحصاءات التي قدمتها شؤون المرأة بالمحافظة ٢٦٤ شخصاً. تم شرح روح ريادة الأعمال نظرياً بناءً على وجهة نظر الحاجة إلى النجاح، والقيم الثقافية وفقاً لوجهة نظر بارسونز، وكذلك الصور النمطية كمتغير وسيط قائم على نظرية التنشئة الاجتماعية بين الجنسين ووجهة نظر مخطط الجنس. كان حجم العينة $n = 140$ وفقاً لخطأ أخذ العينات البالغ ٠,٠٥، ومستوى الثقة ٠,٩٥، مع إحصاء مربع كاي لدرجة واحدة من الحرية. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS ١٨ و AMOS. تشير النتائج إلى تأثير القيم الثقافية في الأبعاد الأربعة لتوزيع القوة ودرجة قبول الغموض والذكورة والفردية على روح المبادرة فيما يتعلق بمتغير الصور النمطية. لذلك، من أجل تعزيز روح المبادرة، بالإضافة إلى تحديد القدرات البيئية للمشاريع في محافظة خوزستان، من الضروري الانتباه إلى ثقافة التفكير وتوليد الأفكار، وكذلك إحداث تغيير هيكلية، لا سيما في مجال الأفكار النمطية.

المفردات الأساسية

ريادة الأعمال، روح المبادرة، القيم الثقافية، الصور النمطية

١. أستاذ مشارك، قسم علم الاجتماع، جامعة شهيد جمران الأهواز، الأهواز، إيران (كاتب المسئول) (m.bagheri@scu.ac.ir)

٢. طالبة دكتوراه في الشؤون الاجتماعية، جامعة شهيد جمران الأهواز، الأهواز، إيران (Mfazeli139@gmail.com)

٣. ماجستير علم الاجتماع، جامعة شهيد جمران الأهواز، الأهواز، إيران (alimousavinasab@yahoo.com)

رائدات الأعمال والتواجد المثمر والناجح في سوق الأعمال والمهن الاجتماعية (عرض نموذج نظري)

محمدرضا فلاح^١، رها پاشايي نيا^٢

المقتطف

تبدل النساء حالياً قصارى جهدهن لتلبية وتنفيذ الاحتياجات الاجتماعية في مجال خلق فرص الأعمال وريادة الأعمال وذلك مثلما يقوم به الرجال ولكن بيئة العمل الذكورية في الشركة، تعرقل الأمور في مجال الوصول للأهداف الاجتماعية بالنسبة للنساء. وفي هذا الصدد، الحركة والنهوض في مجال ريادة الأعمال الاجتماعية تعتبر الأداة المثلى من أجل توفير الأرضية اللازمة للمنافسة المتساوية. الغاية الأساسية لهذه الدراسة هي التعرف على الدوافع الهامة والريادية لنجاح رائدات الأعمال في مجال ريادة الأعمال الاجتماعية. تم استخدام المنهج النوعي من حيث الغرض والاستخدام في هذا الدراسة وكذلك من حيث الطبيعة والجوهر استخدمنا المنهج الوصفي. كذلك المشاركون في هذه الدراسة هم من بين الخبراء والمديرين والمهنيين في مجال ريادة الأعمال الاجتماعية وخاصة رواد الأعمال الذين لديهم خلفية وسابقة عمل وخبرة مفيدة أكثر من خمس سنوات في هذا المجال والذي بعد المقابلات توصلنا إلى ١٤ شخصا منهم. كانت طريقة وأسلوب تحليل ودراسة البيانات نظرا لإستراتيجية البحث هي تحليل المضمون والفحوى والتي تم خلالها تصنيف ٥٦ مؤشر بدائي، ٣٧ شفرة ورمز توظيف، ٧ موضوعات و حالات فرعية و ٣ موضوعات رئيسية. تشير النتائج إلى أن لتوفير الأرضية اللازمة من أجل التواجد الناجح والفعال لرائدات الأعمال في مجال ريادة الأعمال الاجتماعية يجب التركيز على الأمور التالية وهي « التمكين المتعدد » بمؤشرات « الحوافز » و «الميسرات» والأسباب الخاصة « بتوفير الأرضيات والفرص الفعالة والتي تشتمل على الثوابت وموفرات الأرضيات، لأن هذه العوامل تؤدي إلى توفير وخلق القيمة والمكانة الاجتماعية من خلال دعم الهياكل والأعراف الاجتماعية والتماسك والتكاتف الاجتماعي.

المفردات الاساسيه

التمكين المتعدد، توفير الفرص الفعالة، خلق القيم الاجتماعية، ريادة الأعمال الاجتماعية، الأعراف والتقاليد الاجتماعية.

١. أستاذ مشارك، قسم الأعمال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة حضرة معصومة، قم، إيران (الكاتب المسؤول) (mfallah@hmu.ac.ir)

٢. ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة حضرة معصومة، قم، إيران (raha.pashae7788@yahoo.com)

دراسة العلاقة بين أساليب الحب و التكيف الزوجي (دراسة حاله: المرأة العاملة في کرمان)

سوده مقصودی^۱، طاهره بازمانده^۲، سيدمحمد حسين موسوی نسب^۳

المقتطف

هذه الدراسة تهدف إلى تقييم دراسة العلاقة بين أساليب الحب و التكيف الزوجي في المرأة العاملة في الدوائر الحكومية في کرمان. وقد اشتمل المجتمع الإحصائي للدراسة على جميع المشتغلات والمتزوجات ۲۱۴۷، تم اختيار ۳۲۷ منهن كعينه باستخدام العنقوشايطيه الطبقية. تم بعد ذلك جمع البيانات باستخدام استبيانات ممارسة الحب و التكيف الزوجي. تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS والاختبارات الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون. أظهرت النتائج أن هناك علاقة معنوية بين ممارسة الحب و التكيف الزوجي. أيضا، يمكن لمتغير ممارسة الحب أن يفسر ۶۵٪ من تباين متغير تعديل الزواج. من ناحية أخرى، لوحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (متغيرات عدد الأبناء وتعليم الزوج / الزوجة) و التكيف الزوجي. وفقا لنتائج البحث، من أجل زيادة التكيف الزوجي لدى النساء، وخاصة النساء العاملات، يجب على الرجال إيلاء اهتمام خاص لمتغير ممارسة الحب.

المفردات الاساسيه

ممارسة الحب ، التكيف الزوجي ، المرأة العاملة ، المكاتب الحكومية.

۱. أستاذ مشارك، قسم العلوم الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعه شهيد باهنر في کرمان، کرمان، إيران (كاتب مسئول) (smaghsoodi@uk.ac.ir)

۲. ماجستير علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعه شهيد باهنر في کرمان، کرمان، إيران (btahareh@yahoo.com)

۳. أستاذ مشارك، قسم علم النفس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعه شهيد باهنر في کرمان، کرمان، إيران (hossein.mousavi-nasab@uk.ac.ir)

دراسة علم الاجتماع لتأثير وسائل الإعلام حول إعادة التفكير والتعاطف مع مشاعر المرأة في العلاقات الزوجية

فرود هاشمي^١، على روشنايي^٢، محمدحسين اسدي داودآبادي^٣، ليلا عظيمي^٤

المقتطف

تعتبر التعاطف المعرفي من العناصر المهمة في قيادة الأزواج إلى السلوكيات الأخلاقية و المعيارية. وعليه أجريت هذه الدراسة لمعرفة تأثير وسائل الإعلام على المشاعر المدروسة والتعاطفية للمرأة في بروجرد في العلاقات الزوجية. طريقة البحث في الدراسة الاستقصائية. يشمل المجتمع الإحصائي النساء المتزوجات اللواتي تتراوح أعمارهن بين ٢٠ و ٥٥ سنة في بروجرد. تم اختيار العينات عن طريق التقسيم الطبقي غير المتناسب وطريقة أخذ العينات العنقودية (متعددة المراحل) وتم حساب حجم العينة بناءً على صيغة كوكران المكونة من ٤٠٠ شخص. وبحسب نتائج البحث، فإن استخدام وسائل الإعلام له تأثير إيجابي على مشاعر لعب الأدوار لدى المرأة المتزوجة. لكن فحص الأبعاد الصغيرة للمتغيرات أظهر أن استخدام شبكات الأقمار الصناعية له تأثير سلبي على هذه المشاعر. كما أظهرت نتائج اختبار الانحدار متعدد المتغيرات أن الأبعاد المختلفة للاستخدام المتغير للشبكات الاجتماعية الافتراضية تفسر حوالي ٣٩٪ وأن الأبعاد المختلفة لاستخدام الأقمار الصناعية تفسر ٣٥٪ من التباين الكلي للمتغير التابع.

١٨٦

المفردات الاساسية

التعاطف المعرفي، مشاعر التعاطف، ائتعاظ الوجداني، شبكات اجتماعية افتراضية، شبكات الأقمار الصناعية.

١. طالب دكتوراه في الشؤون الاجتماعية بآيران، كلية العلوم الإنسانية، جامعة آزاد الإسلامية، أشتيان، إيران. (hashemiforoud@gmail.com)

٢. أستاذ مساعد في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية جامعة آزاد الإسلامية، أشتيان، إيران، (الكاتب المسؤول) (a.roshanaei@yahoo.com)

٣. أستاذ مساعد في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية جامعة آزاد الإسلامية، أشتيان، إيران. (assadi2001ir@yahoo.com)

٤. أستاذ مساعد في علم الاجتماع، جامعة آزاد الإسلامية، بروجرد، إيران (azimi.leila521@gmail.com)

A Sociological study of the effect of media on the reflective and empathic feelings among women in Boroujerd

foroud hashemi¹, Ali Roshanaie², Mohammad Hossein Asadi Davoodabadi³, Leila Azimi⁴

Abstract

Imprinting Feelings are considered important elements in leading couples to moral and normative behaviors. Accordingly, this study was conducted to investigate the effect of media on the reflective and empathetic feelings of women in Boroujerd in marital relationships. This is a survey study. The sample size was estimated by Cochran's formula as 400 people among married women aged 20-55 years old in Boroujerd in 2019. The sampling was done based on a combination of two methods of stratified and multi-stage cluster sampling from Boroujerd districts. In the present study, the positive effects of media on the feelings of imprinting were confirmed. By examining the dimensions of variables, it was found that the inclination toward satellite channels has a negative effect on the married women's reflective feelings. The results of the multivariate regression test of imprinting feelings based on social media variables show that based on R² (adjusted coefficient of determination), the entered independent variables in the equation explained about 39% of the total variance of the dependent variable. Explain the feelings of role-playing. Also, the results of the multivariate regression test for imprinting feelings based on the inclination toward satellite orientation variables show that based on the R², the entered independent variables in the equation were able to explain about 35% of the total variance of the dependent variable.

Keywords

Imprinting Feelings, Empathic Feelings, reflective Feelings, Social media, Satellite.

1. Ph.D. student of sociology of tendency to study social Problems of Iran ,Faculty of Humanities, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran(hashemiforoud@gmail.com).

2. Assistant Professor of Sociology Department, Faculty of Humanities, Ashtian Branch, Islamic Azad university, Ashtian, Iran(Corresponding Author)(a.roshanaei@yahoo.com).

3. Assistant Professor of Sociology Department, Faculty of Humanities, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran(assadi2001ir@yahoo.com).

4. Assistant Professor of Sociology Department, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran(azimi.leila521@gmail.com).

Investigating the relationship between lovemaking styles and marital adjustment (Case study: working women in Kerman)

Soodeh Maghsoodi¹, Tahereh Bazmandeh², Seied Mohammad Hossein Mousavi Nasab³

Abstract

This study aimed to investigate the relationship between husbands' lovemaking style and marital adjustment in working women in Kerman. A total of 2147 employed and married women were consisted. 327 cases were elected by classified random sampling. Data was collecting by using standard questionnaire making love and marital adjustment. SPSS software and statistical tests Pearson and multiple regression analysis was used. Results showed that relationship between lovemaking with marital adjustment among women employed in governmental departments was significant. The results showed that lovemaking could account for 65% of the variance in the marital adjustment. The relationship between demographic variables (Number of children and education of spouse) with marital adjustment and lovemaking was significant. This study has been approved findings of previous research about the relationship between social support and marital compatibility with lovemaking. In general, the romantic, friendly, realistic and self-sacrificing style of love determines the marital compatibility of working women in Kerman.

Keywords

lovemaking, marital adjustment, Working Women, government offices.

1. Associate Professor, Department of Social Sciences, faculty of Literature and Humanities, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran (Corresponding Author) (smaghsoodi@uk.ac.ir).

2. MSc, Department of Social Sciences, faculty of Literature and Humanities, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran (btahareh@yahoo.com).

3. Associate Professor, Department of Psychology, faculty of Literature and Humanities, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran (hossein.mousavi-nasab@uk.ac.ir).

Provide a model for successful entry of entrepreneurial women into the field of social entrepreneurship

Mohammad Reza Fallah¹, Raha pashae nia²

Abstract

8 Today, women work as hard as men to meet social needs in the business world, but the implicitly masculine work environment of companies made it very difficult to achieve social goals. In this regard, moving towards social entrepreneurship can be the best tool for equal competition. The main purpose of the present study is to conceptualize the successful entry of entrepreneurial women into the field of social entrepreneurship. The approach of this research is qualitative and is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of nature and method. The statistical population of this study consists of experts, managers and experts in the fields related to social entrepreneurship, especially women entrepreneurship with 5 years of useful work experience, in which the theoretical saturation has been achieved by possible snowball method and through interviews with 14 people. Data analysis method according to the research strategy is thematic analysis, as a result of which 56 initial indices, 37 selection codes, 7 sub-themes and 3 main themes were tagged. The results show that the successful entry of women entrepreneurs into the field of social entrepreneurship should pay attention to the factors of “multiple empowerment” and “dynamic capacity building” because these measures create “social value” through “protectors”, “social norms” and” “Social Synergy.”

Keywords

Multiple Empowerment, Dynamic Capacity Building, Social Value Creation, Social Entrepreneurship, Social Norms.

1. Assistant Professor ,Department of Business Management ,Hazrat-e Masoumeh University(Corresponding Author) (mfallah@hmu.ac.ir).

2. MSc, Business Management, Hazrat-e Masoumeh University(raha.pashae7788@yahoo.com).

Study of the Relationship between Cultural Values and Entrepreneurial spirit with Regarding the Mediator Role of stereotype beliefs (case study Entrepreneurial Women of Khuzestan)

Masoume Bagheri¹, Seyedeh Mona Fazelpour², Ali Mousavinasab³

Abstract

Entrepreneurship is a process that is located in a changing network of Community Relations, and these Social Relations can limit or facilitate the entrepreneur's relationship with resources and opportunities. Thus, the study, recognition and analysis of entrepreneurial spirit from the sociological approach are of double importance. The purpose of this study is to investigate the relationship between entrepreneurial spirit and cultural values with regard to the mediating role of stereotyped beliefs. The statistical population includes all women entrepreneurs (including women active in technology cores) in the Khuzestan, which according to statistics provided by the affairs of the governorate women are 264 people. Entrepreneurial spirit was theorized according to Parsons' view of the need for success and cultural values as well as stereotyped beliefs as mediating variables based on gender socialization theory and gender schema theory. The sample value was $n = 140$ according to the sampling error of 0.05 and the confidence level of 0.95 with chi-square statistic for one degree of freedom. Data analysis was performed using SPSS 18 and Amos software. The findings show that cultural values influence the four dimensions of power distribution, degree of acceptance of ambiguity, masculinity and individualism on entrepreneurial spirit with regard to variable mediator of stereotyped beliefs. Therefore, in order to strengthen the entrepreneurial spirit, in addition to identifying the entrepreneurial ecological capacities in Khuzestan province, it is necessary to pay attention to the culture of ideation and idea generation, as well as to create structural change, especially in the field of stereotypes.

7

Keywords

Entrepreneurship, entrepreneurial spirit, cultural values, stereotypes

1. Associate Professor, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Corresponding Author) (m.bagheri@scu.ac.ir).

2. PhD student in Sociology, Shahid Chamran University Of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Mfazeli139@gmail.com).

3. Master of Sociology, Shahid Chamran University Of Ahvaz, Ahvaz, Iran (alimousavinasab@yahoo.com).

Pathology of inter-organizational relations of those in charge of hijab and chastity (NAJA Organization, Supreme Council of the Cultural Revolution and Ministry of Culture and Islamic Guidance)

Reza Abdolrahmani¹, Hossein Ali Sohrabi²

Abstract

The issue of hijab and chastity is one of the most important issues in the holy system of the Islamic Republic. This has led to over 21 organizations and institutions in charge of maintaining and promoting it at the community level. Among these organizations, NAJA, the Ministry of Culture and Islamic Guidance and the Supreme Council of the Cultural Revolution are the most important and influential; However, due to the lack of constructive communication and action of each of them, the success rate of maintaining and promoting hijab and chastity in society has not been satisfactory. Therefore, the main issue of the present study is the pathology of communication between these organizations in the field of preserving and promoting the culture of hijab and chastity, which has been done in a qualitative manner. Participants in this study are 30 influential people involved in Resolution 427 of the Supreme Council of the Cultural Revolution, including staff related to the issue of hijab in the Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution, the Ministry of Culture and Islamic Guidance and the NAJA Organization. were chosen. Research findings were collected using semi-structured interviews and extracted by content analysis method. The results showed that inter-organizational interactions in the field of hijab and chastity are affected by several factors. Selection of responsible managers and interfering with the personal interests of managers, perceptions and views of employees on hijab and chastity, conflicting and different views of responsible organizations and confusion and ambiguity in the correct understanding of Resolution 427 and not consulting the responsible regulatory body to evaluate the activity Each of the responsible organizations is one of the most important harms related to inter-organizational communication in this field.

Keywords

Hijab, inter-organizational relations, NAJA, Ministry of Culture and Islamic Guidance, Supreme Council of the Cultural Revolution.

1. Associate Professor Amin University of Law Enforcement, Department of Social Sciences, Tehran, Iran (Corresponding Author) (rar0664@yahoo.com).

2. Master of Information Management, Amin University of Law Enforcement Sciences. School of Information and Awareness, Tehran, Iran)alisabahi1354@gmail.com).

Multilevel Analysis of Individual and Provincial-level Correlates of Fertility in Iran

Rasoul Sadeghi,¹Nasibeh Esmaili²

Abstract

Fertility behaviors are determined to a broad variety of micro- and macro-levels factors. The purpose of this article is to examine the individual and provincial -level determinants of fertility in Iran using a multilevel approach. The 2016 micro-census data with a sample size of 7000 married women 15-49 years old and in macro level the results of 2016 census and Demographic and Health Survey 2010 were analyzed using HLM software. The results indicated that various individual-level variables, including education, employment, and rural-urban residence place were significantly associated with women's fertility behavior. At the provincial-level, factors such as contraceptive prevalence, internet coverage, and development index were significantly correlated with fertility. The influence of individual-level factors (especially education) on fertility behavior appears stronger than that of provincial-level factors. We discuss the implications of our findings for the understanding of fertility dynamics and pronatalist policy in Iran.

5

Keywords

Fertility, Individual –level factors, Provincial –level factors, Multilevel analysis, Iran.

1. Associated Professor of Demography, University of Tehran and NIPR (rassadeghi@ut.ac.ir).

2. PhD Student, Department of Demography, University of Tehran (Corresponding author) (n.esmaeli@gmail.com).

Investigating and comparing the trend of declining fertility in Asian countries based on event history analysis

Fatemeh Torabi¹, Nooruddin Farash kheialo²

Abstract

This study aims to investigate and compare the trend of reduced fertility in Asian countries based on event history analysis during 1970-2019. The method of this study is secondary analysis. The present study was conducted using the secondary analysis method and using World Bank data. Data were analyzed using non-parametric methods of estimating the survival function of Kaplan-Meier, Nelson Aalen and Cox proportional hazard model. The findings show that between 1974-1970, there were 47 countries at risk of below replacement fertility, which decreased to 20 in 2019-2015. As of 2019, 58% of Asian countries experienced below replacement fertility. Fertility reduction event and achievement below replacement fertility in East Asian countries is faster than in other parts of Asia, with 85% of the region experienced this event. 50% of Central Asian countries has achieved below replacement fertility. And although some countries in West Asia with a gap of 20 years, from 1990 onwards below replacement fertility have experienced, the pace of fertility decline in the area above Central Asia. In 2019, 61% of West Asian countries have reached below replacement fertility. In the Southeast Asian region, between 1974 -1970, only one country experienced the event, and by 2019-2015, 46 percent of the countries in the region had achieved below replacement fertility. South Asian countries have long since reached to below replacement fertility, and by 2019-2015, 50% of the countries in the region have experienced this event. South Asian countries have long been a successor to below replacement fertility. by 2019-2015, 50 percent of the countries in the region have experienced the event. The results of multivariate regression showed that the variables of life expectancy at birth, contraceptive methods, inflation rate, crude mortality rate and geographical area have a significant effect on countries achievement to below replacement fertility.

Keywords

fertility, event history analysis, Kaplan-Meier, Nelson-Aalen and Hazard rate

1. Associated Professor of Demography, University of Tehran, Tehran, Iran (fatemeh_torabi@ut.ac.ir).

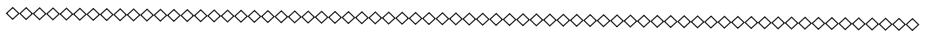
2. PhD Student in Demography, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author) (farrash_n@yahoo.com).

The Abstracts

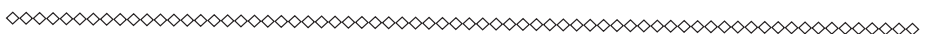
of

Articles

Table of Articles



- Investigating and comparing the trend of declining fertility in Asian countries based on event history analysis**
(Fatemeh Torabi, Nooruddin Farash kheialo).....4
- Multilevel Analysis of Individual and Provincial-level Correlates of Fertility in Iran**
(Rasoul Sadeghi,Nasibeh Esmaeili).....5
- Pathology of inter-organizational relations of those in charge of hijab and chastity (NAJA Organization, Supreme Council of the Cultural Revolution and Ministry of Culture and Islamic Guidance)**
(Reza Abdolrahmani, Hossein Ali Sohrabi).....6
- Study of the Relationship between Cultural Values and Entrepreneurial spirit with Regarding the Mediator Role of stereo type beliefs (case study Entrepreneurial Women of Khuzestan)**
(Masoume Bagheri,Seyedeh Mona Fazelipour,Ali Mousavinasab).....7
- Provide a model for successful entry of entrepreneurial women into the field of social entrepreneurship**
(Mohammad Reza Fallah, Raha pashae nia).....8
- Investigating the relationship between lovemaking styles and marital adjustment (Case study: working women in Kerman)**
(Soodeh Maghsoodi, Tahereh Bazmandeh, Seied Mohammad Hossein Mousavi Nasab).....9
- A Sociological study of the effect of media on the reflective and empathic feelings among women in Boroujerd**
(foroud hashemi, Ali Roshanaie, Mohammad Hossein Asadi Davoodabadi, Leila Azimi)..... 10



Women's Strategic Studies

Proprietor: *The Quarterly journal of Women and Family Socio Cultural Council*

Manager in Charge: *Kobra Khazali*

Editor in Chief: *Mohammad Javad Javid*

✧ *Board of staff:*

Susan Al-Arswal

(Professor of Islamic Azad University)

Ali Akbar Izadifar

(Professor of Mazandaran University)

Shahla Bagheri meiab

(Associate Professor of Kharazmi University)

Ismail Balali

(Associate Professor, Bu Ali Sina University)

Mohammad Hossein Panahi

(Professor of Allameh Tabatabaee University)

Ahmad Haji Dehabadi

(Professor of Tehran University)

Mohammad Saeed Zokaei

(Professor of Allameh Tabatabaee University)

Abdolhossein Shiravi Khuzani

(Professor of Tehran University)

Mohammad Baqer Alizadeh Aghdam

(Professor, University of Tabriz)

Tooba Kermani

(Professor of Tehran University)

Mohammad Taghi karami Ghahi

(Associate Professor of Allameh Tabatabaee University)

Majeed Maaref

(Professor of Tehran University)

✧ *Jury (in alphabeticBorder):*

Nader Ofoghi

Ghader Balakhani

Hamed Bakhshi

Esmaei Balali

Latif Partovi

Mohammad Bagher Tajeadin

Hatam Hossini

Karam Habibpoor Gatabi

Mehdi Rezaei

Maryam Soroush

Javad Shojaei

Rasoul Sadeghi

Reza Safari Shali

Abbas Askari Nadoshan

Mansore Lolavar

Mahmoud Moshfegh

✧ *Address:*

Supreme Council for Cultural Revolution

Women's Socio -Cultural Council

No.309, Phelestine St. Tehran, Iran

Tel: +98 (21) 66468271 -5

www.jwss.ir

ketabezanan@gmail.com

www.shorayezanan.ir

info@shorayezanan.ir

Notes:

- The quarterly considers its own right to edit the articles &/or change the titles if necessary.
- Quotation without prior permission from the proprietor will be legally prosecuted.
- The published articles do not necessarily reflect the views of Women's Socio -Cultural Council.