

الگوی خانواده و سبک زندگی جنسیتی

* دکتر محبوبه بابائی

کد مقاله: ۳۷۱

چکیده

هدف این مقاله، شناسایی بود یا نبود رابطه بین الگوی خانواده بر حسب تقسیم جنسی وظایف خانگی میان زن و مرد و سبک زندگی اقشار مرفه غیر نوظهور و نوظهور در شهر تهران است. سؤال اصلی این است: در کدام الگوی خانواده هسته‌ای (سنتی اقتدارگرا یا مشارکتی) بین جنسیت و سبک زندگی دو گروه رابطه‌ی معناداری وجود دارد؟ برای یافتن پاسخ سؤال، از روش جمع‌آوری اطلاعات پیمایش تحلیلی با ابزار پرسش‌نامه، در جامعه‌ی آماری شهر تهران استفاده شده است. روش نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای و روش تعیین حجم نمونه کوکران، با حجم نمونه ۷۰۰ نفر می‌باشد. فرآیند پیمایش تجربی در سال ۱۳۸۴ انجام شد. یافته‌های حاصل از آزمون‌های آماری با نرم‌افزار SPSS، نشان داد که: با تغییر الگوی خانواده از هسته‌ای سنتی اقتدارگرا به هسته‌ای مشارکتی در هر دو گروه مرفه غیر نوظهور و مرفه نوظهور، الگوی خانواده با سبک زندگی کلی بر حسب جنس رابطه معنادار می‌یابد و سبک زندگی کلی زنان از عامیانه به سمت عالمانه گرایش می‌یابد.

واژگان کلیدی: الگوی خانواده، مصرف، سبک زندگی کلی، انواع سبک زندگی بر حسب سلیقه، جنسیت.

مقدمه

کنش انسانی کنشگران از طریق توانایی گزینش الگوهای رفتاری نقش مؤثری در غنابخشیدن به فرهنگ دارد و کیفیت سبک‌های زندگی^۱ به کیفیت الگوهای رفتاری بستگی دارد. در سطح کلان، کیفیت سبک‌های زندگی وابسته به آزادی انتخاب (حق انتخاب)^۲ و توانایی انتخاب (امکان انتخاب)^۳ امور (شامل اشیاء، رفتار، ارزش^۴ است و در سطح خرد وابسته به قدرت خرید و قدرت تشخیص ترجیحات و خواسته‌ها است. ضعف و کاستی لوازم کارکردی فوق در ساختارهای اجتماعی از جمله، در ساختار خانواده موجب عدم امکان برخورداری از کنش‌های سبک‌مند^۵ توسط گروه‌های انسانی در خانواده: زنان، مردان و فرزندان می‌گردد. به طور عام در ساختار خانواده، محدودبودن نقش‌های زنان به نقش‌های خانگی (فضای خصوصی) و در ساختار اجتماعی محدودبودن نقش‌های زنان به نقش‌های درجه‌ی دوم، کم‌منزلت و با دستمزد پایین موجب می‌شود سبک‌های زندگی زنان به لحاظ فرهنگی - اجتماعی و مادی به مراتب فقیرتر و کم‌مایه‌تر از سبک‌های زندگی مردان باشد.

نظر به اهمیتی که نقش زن و مرد در بازتولید موقعیت و سرمایه‌های فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی یکدیگر دارد و نظر به اهمیتی که نقش والدین (نه فقط نقش زن و یا نقش مرد) در ساخت، منش و شخصیت فرزند و انتقال ارزش‌ها و ایجاد توانایی درک، فهم و بازنمایی امور (قدرت تشخیص) در آنان دارد، روابط بین الگوی خانواده و سبک زندگی جنسیتی^۶ با هدف تعقیب نقش شرایط و موقعیت زنان بر سبک زندگی جنسیتی در خانواده بررسی می‌شود.

در حال حاضر، در جامعه‌ی مورد بررسی (شهر تهران) بیش از نیمی از زنان خانه‌دار هستند و در نقش‌های شغلی بیرون از خانه مشغول به کار نیستند. در سال ۱۹۸۸ میلادی (۱۳۶۶هـ)، در ایران نه درصد جمعیت شاغل را زنان تشکیل می‌دادند. مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۲ میزان کارکنان زن بخش دولتی را ۳۱/۱۶ درصد در کل کشور اعلام نمود (سائنامه آماری کل کشور، ۱۳۸۲، ص ۱۱۸). اطلاعات آماری ایران درباره‌ی نسبت زنان شاغل در بخش‌های مختلف خصوصی و دولتی در مناطق شهری ایران در سال ۱۳۷۲، ۱۲/۶۹ درصد را نشان می‌دهد (همان منبع، ص ۱۱۰). بر اساس داده‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها در شهر تهران، ۱۶/۳ درصد از شاغلین را زنان تشکیل می‌دهند و این در حالی است که طبق

داده‌های آماری همین پیمایش ۹۰/۱ درصد زنان به کار دستمزدی اهمیت زیادی می‌دهند (طرح ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۱۳۸۱، صص ۵۱ و ۹۱). اما آن دسته از زنان نیز که به کار دستمزدی در بیرون از خانه می‌پردازند نقش اصلی و عمده‌ی خود را مجموعه وظایف خانه‌داری، مادری و همسری در خانه می‌دانند. این دسته از زنان نیز با پذیرش فشار مضاعف هم کار خانگی و هم کار دستمزدی روبرو هستند. با آن‌که بر اساس داده‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها در شهر تهران، ۴۸/۴ درصد از زنان معتقدند در شرایط فعلی جامعه امکان پیشرفت برای مردان بیشتر از زنان است، ۸۱/۴ درصد از زنان مخالف دیدگاه: «زنان وظیفه‌شان خانه‌داری است»، هستند. [نکته‌ی مهم این‌که] ۶۱/۴ درصد از مردان نیز مخالف این دیدگاه هستند (ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۱۳۸۱، صص ۱۱۹ و ۱۲۴)، ناتوانی بسیاری از مردان در پاسخ به نیازهای روزمره، نقش مؤثری در نگرش مثبت آنان درباره‌ی مسأله‌ی کار زنان در خارج از خانه دارد.

آن‌چه که ضرورت بررسی روابط بین الگوی خانواده^۹ و سبک زندگی جنسیتی را ایجاب می‌نماید، مجموعه اثراتی است که نحوه‌ی تقسیم جنسی وظایف خانگی^{۱۰} از یک‌سو، بر سبک زندگی زن و مرد و از سوی دیگر بر سبک زندگی خانوادگی و حتی سبک زندگی جمعی می‌گذارد و از آن‌جایی که نحوه‌ی تقسیم جنسی وظایف خانگی در حال حاضر نشان‌دهنده‌ی نقش مهم زن در ساختار و سازمان خانواده است، پس زن با هر کیفیتی که در سازمان و عرصه خانواده عمل نماید تاثیر او بر روی خانواده قابل توجه خواهد بود. ویژگی‌های هویتی فردی و جمعی زن، مادر، خانه‌دار، ویژگی‌های کنش‌های فردی و جمعی او، میزان، نحوه و کیفیت حضور او در عرصه‌های مختلف زندگی روزمره (عرصه شخصی، خصوصی: خانوادگی و عمومی) به‌عنوان مثال: کیفیت فراغت و خانه‌محور بودن یا بیرون از خانه بودن - آمیختگی فراغت با کار خانه و یا مستقل از کار خانه بودن آن - فعال بودن یا نبودن نوع فراغت، گروهی و یا فردی بودن آن، تعادل کنشی - هویتی حضور او در عرصه‌های مختلف زندگی روزمره، میزان استقلال او از همسرش به لحاظ اقتصادی، مهارت‌های ارتباطی، آگاهی، تجربه، مهارت‌های حرفه‌ای، همه نقش مؤثری بر نحوه‌ی عملکرد خودش و سایر اعضای خانواده دارد.

سبک زندگی جنسیتی، عبارت از تمایز بین مجموعه‌ی رفتارهای الگودار دو جنس در زندگی روزمره است. لذا مسأله‌ی مورد بحث در مقاله‌ی حاضر چنین است: ۱- در چه الگویی از خانواده هسته‌ای (سنتی پدرسالار یا مشارکتی) سبک زندگی زن و مرد پایین (عامیانه^{۱۱}) و یا بالا (عالمانه^{۱۲} - متعالی) است. به عبارتی دیگر، آیا در خانواده‌ی هسته‌ای که بخش اعظم وظایف خانگی بر عهده‌ی زن است سبک زندگی زن و مرد متعالی‌تر است یا در خانواده‌هایی که زن و شوهر در انجام وظایف خانگی با یکدیگر مشارکت دارند سبک زندگی متعالی‌تر است. پیرو آن سؤال مقاله‌ی تحقیقی حاضر این است: آیا بین الگوی خانواده و سبک زندگی دو جنس در اقشار مرفه نوظهور^{۱۳} و غیرنوظهور^{۱۴} رابطه وجود دارد؟ می‌توان بین الگوی خانواده و سبک زندگی مصرفی و ترجیحات مصرفی زن و شوهر رابطه معنادار برقرار نمود؟ هدف این مقاله آشکار ساختن وجود و یا عدم وجود ارتباط بین الگوی خانواده و سبک زندگی جنسیتی بر حسب نحوه‌ی تقسیم وظایف خانگی در خانواده هسته‌ای است.

چهارچوب نظری

در بررسی سبک زندگی جنسیتی تحت تاثیر ساختار اجتماعی خانواده در قالب نظریه‌ی نقش‌ها^{۱۴} و نظریه منابع^{۱۵}، ابتدا نیاز به توضیح الگوی خانواده بر حسب نحوه تقسیم جنسی وظایف خانگی است. ساختار جنسیتی نقش‌های جنسی، سهم نسبی هر یک از دو جنس از منابع [در معنای نظریه منابع: چه کسی چه منابعی به خانواده می‌آورد؟ (ویس‌وده، ۱۳۸۱، ص ۷۸۴)]، شبکه‌های ارتباطی^{۱۶}، و قدرت تصمیم‌گیری معیار تعیین‌کننده‌ی منش‌ها و سبک‌های زندگی جنسیتی است زیرا، چهارچوب خانواده به‌عنوان یکی از مکان‌های اجتماعی‌شدن و شانس‌های زندگی^{۱۷}، این مکان کانون شکل‌گیری مجموعه رفتارهای الگودار مصرفی (سبک زندگی) نیز هست. به‌عنوان مثال، در ساختار خانواده‌هایی که الگوی خانواده در نحوه‌ی تقسیم جنسی وظایف خانگی، مشارکتی است، برابری نقش‌ها و سهم مشترک زن و شوهر در ورود منابع به خانواده و تصمیم مشترک در نحوه‌ی مصرف و برخورداری برابر و آزادانه از منابع موجب می‌شود که هم زن و هم مرد از سبک‌های زندگی استراتژیک برخوردار شوند. سبک زندگی استراتژیک مبتنی بر گزینش ارادی و با در نظر داشتن ترجیحات هر یک و تصمیم‌گیری مبتنی بر برنامه‌ریزی است.

چنین سبک زندگی در نحوه‌ی انتخاب امری خاص (اموری مانند: ۱- کالاها، ۲- رفتارهای اجتماعی: رفتارهای فراغتی، رفتارهای شغلی، ۳- ترجیحات ارزشی مانند: نظم، امنیت، آزادی و استقلال) موجب می‌شود فرد از سبک زندگی عامیانه فاصله گرفته و به سبک زندگی متعالی (عالمانه) گرایش یابد.

اما در ساختار خانواده‌هایی که الگوی خانواده در نحوه‌ی تقسیم جنسی وظایف خانگی، سنتی و اقتدارگرا است، نفوذ ساختار نقشی ناهمگون (مثلاً نقش خانگی بدون دستمزد منزوی‌کننده در مقابل نقش‌های شغلی با دستمزد)، نابرابر و تصمیم‌گیری‌های ناشی از سلطه‌ی پدر یا مادر به سبک‌های زندگی جنسیتی شده و نابرابر می‌انجامد که یکی (مشخصاً زنان) به دلیل شرایط، موقعیت و نقش‌های پایین؛ کم‌منزلت، حاشیه‌ای، منفعل صاحب فرهنگ پایین و سبک زندگی عامیانه می‌شود و دیگری (مشخصاً مردان) به دلیل قرار داشتن در عرصه‌ی عمومی، دارای نقش‌های با منزلت‌تر، فعال، صاحب فرهنگ بالا و سبک زندگی عالمانه می‌شود.

سبک زندگی به‌عنوان شیوه‌های متفاوت زندگی (گیدنز، ۱۳۷۸) عبارت است از: نحوه‌ی کاربرد امکانات (بوردیو، استم و لمپرچ) که همانا نحوه‌ی مصرف پول، سواد و زمان در اختیار افراد و گروه‌ها در امور مصرفی مادی (اشیا)، اجتماعی (فراغتی)، و فرهنگی (ترجیحات ارزشی) در زندگی روزمره است (بایانی، ۱۳۸۴، صص ۱۹-۲۰). گیدنز^{۱۸} معتقد است: سبک زندگی را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای کم‌وبیش از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد چون نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌سازد بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازد. به عقیده‌ی او شیوه‌ی زندگی، مجموعه‌ی نسبتاً منسجم از همه‌ی رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است (گیدنز، ۱۳۷۸، صص ۱۲۰ و ۳۲۵).

پی‌یر بوردیو^{۱۹}، سبک زندگی را به معنای سلیقه‌ها یا عادت‌واره‌ها به کار می‌برد، اسلوبی که از مجموعه وحدت‌گرایی از انتخاب‌ها که اشخاص، اموال و افعال خاصی را بر موارد دیگر ترجیح می‌دهد (بوردیو، ۱۳۸۱، صص ۳۴-۳۶). سدویک^{۲۰} و همکاران در کتاب مفاهیم کلیدی در نظریه فرهنگ می‌گویند: سبک زندگی اشاره به الگوهای مصرف و کاربرد (کالاهای مادی و نمادین) پیوسته با گروه‌ها و طبقات اجتماعی دارد (سدویک و دیگران، ۱۹۹۹، صص ۲۱۶).

به تعبیر ویر^{۲۱} نیز سبک زندگی که شاخص گروه‌های منزلتی است همانا، مجموعه رفتارهای افراد و گروه‌ها در زندگی روزمره است، مثل ازدواج‌های درون‌گروهی، الگوهای مجزای زندگی، غذا خوردن، لباس پوشیدن، تفریح، الگوی مجزای مصرف، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده‌ی گروه‌های منزلتی متفاوت است. به عقیده باکاک^{۲۲} کالاهای مصرفی و الگوهای مصرف خانواده سهم مهمی را در ساختار هویت اجتماعی و فرهنگی مردم، زنان و کودکان به عهده دارد (باکاک، ۱۳۸۱، ص ۱۶۳).

مردم در زندگی روزمره در فضاهای مختلفی رفت‌وآمد دارند. یکی از فضاهای آمودشد افراد در زندگی روزمره فضای خانواده است در حال حاضر، یکی از انواع مسلط، عام، و مقبول خانواده بر حسب بُعد، خانواده هسته‌ای زن و شوهری است، هر چند در کنار آن انواع دیگر خانواده نیز وجود دارد اما گسترش نیافته - غیرفراگیر - است. گیبینز و بو ریمر^{۲۳} (۱۳۸۱) در کتاب سیاست پست جدیدیته می‌گویند: جهان زیست‌های متفاوتی که فرد در حوزه‌های عمومی و خصوصی در رفت‌وآمد است، پدیدآورنده‌ی سبک‌های زندگی متفاوت، متعدد و متکثر است و از آنجایی که، سبک زندگی نتیجه و محصول انتخاب‌هایی است که در زندگی روزمره صورت می‌گیرد، مردمی که در موقعیت بالاتری در فضای اجتماعی قرار دارند از قدرت بیشتری نسبت به دیگران برخوردارند و امکان انتخاب سبک‌های زندگی‌ای را دارند که آنها را با افرادی مرتبط می‌کند که در موقعیت مشابهی در فضای اجتماعی قرار دارند، اطلاعات مهم دست اولی را در ارتباط با انواع مسایل دریافت می‌کنند [و] می‌توانند سبک‌های زندگی‌ای را انتخاب کنند که به آنها اجازه می‌دهد تا نظراتشان در مباحثات عمومی شنیده شود و مردمی که در موقعیت پایین فضای اجتماعی قرار دارند، باید به تاکتیک‌ها متوسل شوند (گیبینز و دیگری، ۱۳۸۶، ص ۱۰۸). بوردیو در مطالعه تجربی خود در دهه ۱۹۷۰، با بررسی تفاوت‌ها و تشابهات در مصرف محصولات فرهنگی - هنری به‌عنوان شاخص سبک زندگی که هزینه زیادی ندارد، دو نوع سبک زندگی: یکی متعالی^{۲۴} که در طبقات بالا رایج بود و دیگری سبک زندگی مردمی^{۲۵} یا عامیانه که در طبقات متوسط؛ کارکنان دفتری، کارگران و . . . گسترش داشت، از یکدیگر تفکیک نمود (باپائی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۸؛ به نقل از سایمن دورینگ، ۱۳۷۸).

در این مقاله تحقیقی، نگارنده به تبعیت از بوردیو در مطالعه نحوه کاربرد امکانات (مصرف) در امور مختلف زندگی روزمره خانوادگی توسط زنان و مردان در اقبال مرفه غیرنوظهور و نوظهور سه سبک زندگی را بر حسب مصرف و ترجیحات مصرفی از یکدیگر تفکیک نمود: ۱- سبک زندگی عالمانه (که در این سبک ترجیحات مصرفی، انتخابی خردمندانه و هنرمندانه است)، ۲- سبک زندگی بینابین، ۳- سبک زندگی عامیانه. با تحلیل و استنتاج از دیدگاهها، فرض می‌شود که زنان به عنوان دارندگان موقعیت‌های پایین در فضای اجتماعی و فضای خانگی بیشتر از مردان دارای سبک زندگی از نوع عامیانه هستند:

در نتیجه جدایی بین محل کار از محل سکونت در نظام سرمایه‌داری و تفکیک جنسیتی بین نقش‌های درون خانه و بیرون از خانه و سپردن مسؤلیت نقش‌های خانگی به زنان که بدون مزد است و نقش‌های شغلی به مردان که همراه با دستمزد است، ارزش کار بدون دستمزد زنان در مقایسه با ارزش کار مردان به شدت تنزل یافت. جدایی بین محل کار از محل سکونت به همراه تفکیک نقش جنسی (نقش‌های درون خانه/ نقش‌های بیرون از خانه) و همچنین قایل شدن جدایی و تفکیک بین حوزه‌ی عمومی (حوزه‌ی فعالیت مردان) و حوزه‌ی خصوصی (حوزه‌ی فعالیت زنان)، منجر به موقعیت کهنتری و فرودستی زنان در فضای اجتماعی به دلیل سپردن نقش‌های شغلی کم‌منزلت و با دستمزد پایین به آنان شد و همچنین موجب موقعیت کهنتری و فرودستی زنان در فضای خانگی به دلیل سپردن نقش‌های خانگی بدون دستمزد و با کمترین قدرت تصمیم‌گیری آن‌هم درباره‌ی امور جزئی شد.

همان‌طور که ادگار مورن^{۲۶} در کتاب هویت انسانی می‌گوید: خانواده هنوز هم یک کانون انتقال ارزش‌ها، معنادادن به آبرو، نوع نشست و برخاست و ادب باقی مانده است. خانواده هنوز هم یک کانون روان‌شناختی اساسی است: نام خانواده، هویت شخصی را بنیان می‌گذارد. غوطه‌وری فرزندان در بستر خانواده، در سال‌های حیاتی شکل‌گیری‌شان، نقش بسیار مهمی در سرنوشت فردی دارند (ادگار مورن، ۱۳۸۲، صص ۲۲۲-۲۲۳). سبک زندگی والدین و فرزندان در خانواده، تعیین‌کننده‌ی نقش و سهم خانواده - در کنار عناصر بیرونی - در کیفیت سرمایه انسانی فرزندان و بازتولید سرمایه انسانی والدین است.

یکی از شاخص‌هایی که سبک زندگی به شدت از آن تاثیر می‌پذیرد، الگوی خانواده بر حسب نحوه تقسیم جنسی وظایف خانگی است. در الگوی سنتی - پدرسالار تقسیم جنسی وظایف خانگی که منجر به سبک زندگی جنسیتی می‌شود الگوی نقش زن و مرد از یکدیگر تفاوت می‌یابد و به موجب آن نقش‌های خانگی به زنان و نقش‌های شغلی بیرون از خانه به مردان واگذار می‌شود و تحت تاثیر آموزش و پرورش جنسیتی و سبک زندگی خانوادگی سنتی اقتدارگرا، انتظارات جنسیتی متفاوتی به وجود می‌آید که پیامد آن تولید و بازتولید سبک زندگی جنسیتی در فضای خانگی و فضای اجتماعی است. علی‌رغم علاقه نظریه پردازان کارکردگرا، نظام سرمایه‌داری، ساختارهای اجتماعی نظم‌گرا و ساختارهای سیاسی حاکم بر جامعه و همچنین علاقه‌مندان به حفظ وضع موجود به جدایی بین حوزه عمومی و خصوصی و حفظ و تداوم تفکیک جنسی بین نقش‌های اجتماعی - شغلی و خانگی، این دو حوزه یعنی حوزه عمومی و خصوصی به صورت تجربی از یکدیگر قابل تفکیک نیستند (بیلیگتون و دیگران، ۱۳۸۰).

در خانواده‌هایی که الگوی خانواده (بر حسب تقسیم جنسی وظایف خانگی)، سنتی یعنی پدرسالارانه است جز درباره‌ی امور جزئی، تصمیم‌گیری‌های مهم درباره‌ی امور خانواده با مرد است، پس الگوی خانواده در عین حال اقتدارگرایانه نیز هست. امروز تداوم الگوی خانواده سنتی - اقتدارگرا به واسطه کارکردهای متعدد آن، هم برای نظام اجتماعی و هم برای سازمان خانواده و مردان در خانه است. این کارکردها عبارت است از: ۱- کارکرد حمایتی و محافظتی، ۲- کارکرد رفاهی، ۳- کارکرد خدماتی، ۴- نگهداری، ۵- تولیدی (تولید برای مصرف کوتاه‌مدت)، ۶- تربیتی (تربیت جنسیتی شده).

بر اساس الگوی سنتی تقسیم جنسی وظایف خانگی، زنان تیماردهندگان اصلی خانواده محسوب می‌شوند و چون زنان خود را وقف خانواده، وظیفه مادری و زناشویی می‌کنند معمولاً استقلال خود را از نظر اقتصادی و استقلال‌های دیگر (مانند استقلال اجتماعی و . . .) از دست می‌دهند (ترسیسیان، ۱۳۸۳، صص ۱۸۶-۱۸۷) و نه تنها دچار فقر مالی بلکه دچار فقر ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی نیز می‌شوند و علت آن موقعیت حاشیه‌ای زنان است. محدودسازی قلمرو فعالیت زنان به محیط خصوصی خانه و خانواده و پایان‌ناپذیر بودن کار خانگی موجب می‌شود تا تجربه زیسته و شبکه‌های ارتباطی، آگاهی و دانش آنان نیز

محدود به همین فضای ارتباطی گردد و دختران به ندرت این امکان را پیدا می‌کنند که توانایی‌های خود را برای خود به محک آزمایش زنند، پیروند و ارزیابی کنند، و اعتماد به نفس لازم برای انجام کارها به تنهایی را ندارند (گرت، ۱۳۸۰، ص ۹۸؛ به نقل از شارپ، ۱۹۷۶). این وضعیت نقش مؤثری در سپردن نقش‌های درجه دوم، پایین، حمایتی، خدماتی و غیرآموزشی به زنان در فضای خانگی و عمومی دارد.

به دلیل محدوده‌ی فضایی متعلق به زنان و تعاملات در آن عرصه، فرهنگ زنان به لحاظ محتوایی - تجربی از غنای لازم برخوردار نگشته و از این حیث فرهنگ زنان پایین‌تر از فرهنگ مردان است. پیامد کار در فضای خانگی آن هم تحت نفوذ مردان، ناتوانی در ایفای نقش‌های اجتماعی اصطلاحاً مردانه (مثل نقش‌های مدیریتی، تخصصی - حرفه‌ای، خلاقه، نقش‌های مهم و استراتژیک برای جامعه)، ایجاد تفاوت در فضا و موضوعات تعامل زنان و مردان و فرهنگ زیست‌شده متفاوت دو جنس است. و این، از یک سو، بیانگر ناهمگونی فرهنگ جنسی شده (بیلینگتون و دیگران، ۱۳۸۰، ص ۲۲۶)، یعنی فرهنگ موث و مذکر و از سوی دیگر، تسلط الگوهای فرهنگی یکی بر دیگری به دلیل فرودست و پایین‌تر بودن فرهنگ زنان نسبت به فرهنگ مردان است. این فرهنگ جنسی شده حاصل تقسیم جنسی کار در دو حوزه عمومی و خصوصی در زندگی روزمره است بدین معنی که مردان در دنیای مردان یعنی کار (عرصه عمومی) و زنان در دنیای زنان یعنی خانه و خانواده زندگی می‌کنند (بیلینگتون و دیگران، ۱۳۸۰، ص ۲۲۱).

آنچه که فرهنگ زنان خوانده می‌شود - به عنوان افراد بالغ - انعکاسی از نقش‌های محوری زنان یعنی همسری، مادری است، که به موجب آن باید عمدتاً زنان را در ارتباط با دنیای شخصی، خصوصی و کمتر قابل رویت و در خانه و خانواده و مردان را بیشتر در ارتباط با دنیای غیرشخصی‌تر و عمومی وابسته به ابزار کار در نظر بگیریم که به لحاظ نظریه‌ای زنان را نامرئی (بیلینگتون و دیگران، ۱۳۸۰، صص ۲۰۴-۲۰۵) و حاشیه‌ای می‌سازد و در انزوای اجتماعی قرار می‌دهد.

برخی از ویژگی‌های کار خانگی که اغلب زنان، بخش اعظم این وظایف متنوع و متعدد را در فضای خانه بر عهده دارند عبارتند از: ۱- هیچ محدوده زمانی روشنی در طی یک روز، هفته، سال‌ها ندارند. ۲۴ ساعت شبانه‌روز مادر، بر حسب نیازهای اعضای خانواده به

خدمات و حمایت او، باید حاضر و آماده باشد، حتی نیمه شب، - برای مادرانی که کودک شیرخوار دارند - بازنشستگی نیز ندارد، مادر تا نفس و رمق دارد باید کار کند.

۲- دستمزدی به او تعلق نمی‌گیرد. از او انتظار می‌رود خرجی خانه را - که مرد به او می‌دهد - برای نیازهای خانه و فرزندان و شوهر به مصرف برساند و اگر مبلغی اضافه آمد برای خود صرف کند. ۳- پایان‌ناپذیر است. کار زن در خانه تمامی ندارد. ۴- یکنواخت (تکراری) و خسته‌کننده است. ۵- منزوی‌کننده است. ۶- زن وقت مشخصی را برای برقراری تعامل با دیگران، برای پرداختن به خود و محافظت از روح و جسم خود و پاسخ به ترجیحات و خواسته‌های خود نمی‌تواند در نظر بگیرد، ۷- در نتیجه‌ی محدودیت قبلی، بیشترین تعامل او با فرزند و همسرش است و سپس اعضای دیگر مثل خواهر و برادر و دوستان. بنابراین، دچار فقر اطلاعاتی - آگاهی از رهگذر فقر ارتباطی می‌شود - امروز بسیاری از جامعه‌شناسان مطالعات فرهنگی بر اهمیت نقش شبکه‌های ارتباطی در تشکیل سرمایه فرهنگی تاکید دارند - که یکی از دلایل نسبت‌دادن داشتن فرهنگ پایین به زنان از همین روست. ۸ - فراغت او خانه‌محور و آمیخته به کار خانگی است و او آزادی عمل (به دلیل نداشتن زمان فراغت مورد نیاز - پول مورد نیاز) و توانایی برنامه‌ریزی برای زمان فراغت و پرداختن به امور فراغتی مورد علاقه خود را ندارد. ۹- کار خانگی غیررسمی است. ۱۰- زنان در مورد برخی از امور خانگی زمان انجام آن را می‌توانند به دلخواه تغییر دهند و در برنامه‌ریزی برای زمان و نحوه‌ی انجام برخی از امور خانگی آزادی عمل دارند.

هر چه تقسیم جنسی وظایف خانگی خشک و سستی‌تر (پدرسالارانه‌تر) باشد و زن خانه‌دار، شاغل نیز نباشد، محدودیت‌ها و تنگناهای عملکردی و رفتاری برای آنان بیشتر خواهد بود. اما در صورت اشتغال به کار دستمزدی، زن به نسبت تزریق دستمزد خود به اقتصاد خانواده منزلت و قدرت بیشتری می‌یابد و اگر ارثیه‌ای نیز داشته باشد قدرت و منزلت او باز هم بیشتر و اگر دستمزد او بیشتر از مرد هم باشد باز هم قدرت و منزلت او بیشتر خواهد شد، در نتیجه، بر میزان همکاری مرد با زن در امور و وظایف خانگی تاثیر مثبت‌تری خواهد داشت. تحت تاثیر این شرایط، در سبک زندگی زن - به جهت برخورداری بیشتر از سرمایه‌ی اجتماعی نسبت به زنان خانه‌دار در شرایط پیشین - تغییرات قابل توجهی رخ می‌دهد و سبک زندگی آنان از عامیانه به سمت سبک زندگی عالمانه میل

می‌کند. همان‌طور که دروتی اسمیت (۱۹۷۹) از پیشروان جامعه‌شناسی فمینیستی می‌گوید: زندگی زنان را شرایطشان شکل می‌دهد (بوت و دیگری، ۱۳۷۶، صص ۱۹۶-۱۹۷). البته تحصیلات را نیز باید به عوامل فوق افزود، زیرا بر الگوی مصرف و سبک زندگی آنان تاثیرات چشمگیری دارد.

در حالی که زنان چه شاغل و چه خانه‌دار بیشتر از مردها در امور خانه مسؤولیت دارند، تحقیقات متعدد نشان داده است که دسترسی زنان به منابع مادی خانوادگی محدودتر از مردها است و تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی درباره‌ی امور مهم خانگی مردان هستند (اعزازی، ۱۳۸۲، صص ۱۶۴-۱۶۵). زیرا، این که چه کسی منبع درآمد خانوادگی است و چقدر پول به خانه می‌آورد، نقش مهمی در میزان آزادی عمل (قدرت انتخاب) او خواهد داشت. در حال حاضر، رواج الگوی متقارن - مشارکتی - که از آن تحت عنوان الگوی خانواده جدید نیز نام می‌برند، با تحصیلات، شغل، طبقه اقتصادی - اجتماعی، زن، میزان ارثیه و دارایی و اموالی که از خانه پدری به خانه شوهر می‌آورد، پیوند زیادی دارد. در این الگو، نقش‌های زنان و شوهران رو به تشابه است که سرانجام یکی خواهد شد (بوت و دیگری، ۱۳۸۶، صص ۱۵۶-۱۵۷) و در انجام وظایف خانگی با یکدیگر مشارکت خواهند داشت. افزایش ایفای نقش‌های مشابه چه درون خانه و چه در خارج از آن در میان مردان و زنان موجب افزوده شدن بر تعداد دوستان مشترک آنان می‌شود و نسبت به الگوی سنتی و «پدرسالاری خصوصی» (واترز، ۱۹۹۵، صص ۲۸۲؛ به نقل از والبی) در تقسیم جنسی وظایف خانگی، زنان و شوهران به مراتب بیشتر فراغتشان را با هم می‌گذرانند و خانواده‌ها به لحاظ کانون تصمیم‌گیری دموکراتیک‌تر می‌شوند و زنان از انزوا، گوشه‌گیری و حاشیه‌نشینی بیرون می‌آیند. با آن‌که برخی جامعه‌شناسان از خانواده متقارن - مشارکتی سخن گفته‌اند، نتایج بررسی پیه شو^{۲۷} (۱۹۸۴) نشان می‌دهد که تقارن ناچیزی در خانواده میان زن و مرد در بر عهده گرفتن وظایف بچه‌داری وجود دارد (همان منبع، ۱۳۸۰).

دیدگاه‌های مختلف مورد بحث در چهارچوب نظری را، پیرامون روابط بین الگوی خانواده و سبک زندگی جنسیتی، می‌توان به چند دسته تقسیم کرد:

۱- تقسیم جنسی وظایف خانگی بر اساس الگوی خانواده سنتی مردسالار موجب جنسیتی شدن سبک زندگی و خانگی شدن سبک زندگی زنان تحت تاثیر نقش‌های محوری

آنان یعنی همسری، مادری، خانه‌داری در فضای شخصی و خصوصی خانه می‌شود که تجربه زیسته زنان را متفاوت از تجربه زیسته مردان می‌سازد. جنسیتی‌شدن سبک زندگی بیانگر وجود فرهنگ زنان در مقابل فرهنگ مردان است.

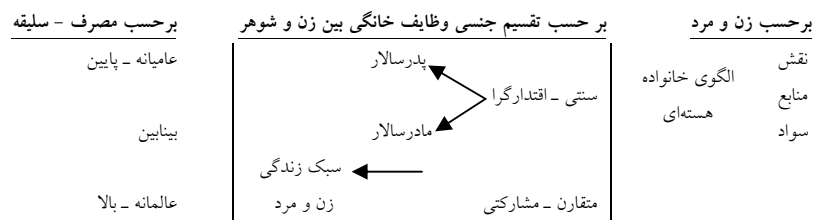
۲- تفاوت بین فرهنگ مردان و فرهنگ زنان که در نتیجه عملکرد و فعالیت محوری متفاوت دو جنس در دو فضای متفاوت و جدایی قلمرو فعالیت، موضوع فعالیت و تعامل، و تجربه زیسته متفاوت این دو گروه است، موجب تمایز بین سبک زندگی زنانه و مردانه می‌شود که اصطلاحاً ناهمگونی سبک زندگی جنسیتی نامیده می‌شود.

۳- به دلیل بسته‌بودن فضای خانگی فعالیت زنان، و درجه دو بودن نقش‌های واگذاری به آنان به لحاظ منزلت اجتماعی در مقایسه با نقش‌های مردان، وابسته و تحت حمایت مردان بودن زنان و حاشیه‌نشینی و منفعل بودن آنان، فرهنگ زنان به لحاظ محتوایی - عینی و تجربی از غنای لازم برخوردار نگشته و فرهنگ زنان و به عبارتی سبک زندگی زنان، پایین‌تر از سبک زندگی مردان - که در موقعیت بالاتری قرار دارند - می‌شود.

۴- گرایش به الگوی خانواده‌ی مشارکتی، به نسبت ریشه‌دارتر شدن این الگو در خانواده در جهت مشارکت واقعی - که خصیصه‌ی آن محو سلطه‌گری یکی بر دیگری است - موجب می‌شود سبک زندگی خانوادگی از سبک زندگی جنسیتی فاصله گیرد و در نتیجه، سبک‌های زندگی زنان و مردان به هم شبیه‌تر می‌شود که پیامدهای مثبت بسیاری هم در کاهش فاصله بین مردان و زنان، ایجاد درک متقابل و تفاهم، غنای فرهنگی زنان و سبک زندگی آنان دارد، و هم در غنا بخشیدن به نحوه تربیت کودک و در تحکیم نهاد خانواده نقش مؤثری دارد.

۵- اشتغال دستمزدی زنان، تحصیلات، درآمد آنان نقش مؤثری در فاصله گرفتن و دوری مردان از الگوی سنتی تقسیم جنسی وظایف خانگی به سوی کاربرد الگوی مشارکتی دارد زیرا، بر طبق نظریه نقش‌ها و نظریه منابع، با دستیابی زنان به نقش‌های شغلی و مشارکت آنان در تامین منابع مالی اقتصاد خانواده، همکاری مردان با زنان در بر عهده گرفتن وظایف خانگی بیشتر شده و متعاقب آن احتمالاً زنان از بخشی از وقت آزاد، آزادی عمل و قدرت تصمیم‌گیری در اعمال سلیقه و ترجیحات خود در امور زندگی روزمره بهره‌مند خواهد شد.

نمودار زیر روابط بین الگوی خانوادگی هسته‌ای و سبک زندگی جنسیتی را نشان می‌دهد:



روش تحقیق

متغیرهای کلان در بررسی روابط بین الگوی خانواده و سبک زندگی جنسیتی عبارت است از:

۱- الگوی خانواده (متغیر مستقل)، که عبارت از اشکال خانواده بر حسب شاخص: نحوه‌ی تقسیم جنسی وظایف هشت‌گانه خانگی بین زن و شوهر است که در تحقیق مورد پرسش واقع شد و به موجب آن دو الگوی خانواده از یکدیگر تفکیک گردید: الف) خانواده‌ی سنتی - اقتدارگرا، ب) خانواده‌ی مشارکتی.

۲- سبک زندگی جنسیتی (متغیر وابسته)، عبارت از تمایز بین مجموعه‌ی رفتارهای الگودار دو جنس در زندگی روزمره است. در این تحقیق، از طریق ترکیب و مقوله‌بندی امتیازها بر حسب شاخص‌های: الف) مصرف کالایی - مادی (سبک غذایی، ترجیحات مصرفی، اولویت‌بندی هزینه‌ای)، ب) مصرف اجتماعی (سبک درمانی، سبک شغلی، سبک فراغتی، نحوه‌ی تخصیص زمان به امور سه‌گانه کار، فراغت، بی‌کاری) ج) مصرف ارزشی - فرهنگی (اولویت‌بندی ارزش‌های فردی، اولویت‌بندی ارزش‌ها اجتماعی، میزان وجود ارزش‌های اجتماعی در جامعه) سبک زندگی کلی با سه مقوله‌ی: سلیقه عامیانه، بینابین و عالمیانه به دست آمد.

فرض این تحقیق آن است که سبک زندگی کلی دو جنس متأثر از الگوی خانواده است و در الگوی خانواده‌ی سنتی اقتدارگرا بین جنسیت و سبک زندگی رابطه وجود ندارد در

حالی که در الگوی خانواده‌ی متقارن مشارکتی بین جنسیت و سبک زندگی رابطه وجود دارد.

فرض دوم آن است که در الگوی خانواده سنتی اقتدارگرا سبک زندگی زنان عامیانه‌تر از شوهرانشان است.

برای بررسی رابطه بین الگوی خانواده و سبک زندگی جنسیتی در دو گروه مورد مطالعه (اقشار مرفه غیرنوظهور و اقشار مرفه نوظهور) از روش جمع‌آوری اطلاعات پیمایش تحلیلی با ابزار پرسش‌نامه استفاده شد.

جامعه‌ی آماری تحقیق، شهر تهران است که در سال ۱۳۸۴ به روش نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای، جامعه‌ی نمونه تعیین و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شده است. ابتدا بر اساس شاخص‌های «تراکم نفر در اتاق» و «قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی»، مناطق مرفه‌نشین و غیرمرفه‌نشین تفکیک شد، سپس با استفاده از روش تصادفی ساده، مناطق یک و یازده انتخاب گردید. برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران استفاده شد و حجم نمونه ۷۰۰ نفر تعیین گردید. تفکیک گروه‌های مرفه نوظهور از غیرنوظهور پس از تکمیل پرسش‌نامه نهایی، با استفاده از شاخص تحرک درون‌نسلی - برای پاسخ‌گویانی که قبل از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ شاغل بودند - و شاخص تحرک میان‌نسلی - برای پاسخ‌گویانی که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ شاغل شدند - انجام گرفت. برای تعیین روایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ و برای تعیین اعتبار، از اعتبار صوری و اعتبار سازه استفاده شد. بررسی روابط همبستگی بین متغیرها از طریق آزمون‌های آماری کای اسکوئر، کندالتاؤ و بی، کرامرز وی انجام شد.

یافته‌های تحقیق

دو الگوی خانواده‌های مورد مطالعه: خانواده‌ی هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا و خانواده‌ی هسته‌ای مشارکتی بر حسب نحوه‌ی تقسیم هشت نوع وظیفه‌ی خانگی در میان زن و شوهر مشخص شد. هشت نوع وظیفه‌ی خانگی عبارت است از: ۱- آشپزی، ۲- مراقبت از فرزندان، ۳- تربیت و رسیدگی به امور آموزشی آنان، ۴- خرید، ۵- هزینه‌های زندگی، ۶- تعمیر وسایل خانگی ۷- تصمیم‌گیری درباره‌ی امور مختلف، ۸- نظافت، شستشو و مرتب کردن خانه. این که کدام‌یک از وظایف هشت‌گانه فوق بر عهده‌ی زنان است و یا بر

عهده‌ی مردان و یا با همکاری و مشارکت یکدیگر انجام می‌شود؟ مبنای الگوی خانواده بوده است. جدول شماره ۱ داده‌های مربوط به الگوی خانواده را در گروه‌های مرفه غیرنوظهور و نوظهور نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱): توزیع الگوی خانواده بر حسب گروه‌های مرفه غیرنوظهور و نوظهور

| کل | | مرفه نوظهور | | مرفه غیرنوظهور | | گروه‌ها |
|------|-----|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | مرفه نوظهور | مرفه غیرنوظهور | مرفه نوظهور | مرفه غیرنوظهور | الگوی خانواده |
| ۶۲/۱ | ۲۳۴ | ۵۷/۶ | ۱۰۶ | ۶۶/۳ | ۱۲۸ | سنتی اقتدارگرا |
| ۳۷/۹ | ۱۴۳ | ۴۲/۴ | ۷۸ | ۳۳/۷ | ۶۵ | مشارکتی |
| ۱۰۰ | ۳۷۷ | ۱۰۰ | ۱۸۴ | ۱۰۰ | ۱۹۳ | جمع |

هر چند بیش از نیمی از خانواده‌ها در هر دو گروه مرفه غیرنوظهور و مرفه نوظهور، دارای الگوی خانواده سنتی اقتدارگرا هستند، اما در گروه مرفه غیرنوظهور، نسبت خانواده‌های دارای الگوی سنتی اقتدارگرا بیشتر از گروه مرفه نوظهور است. و نسبت خانواده‌های با الگوی مشارکتی در گروه مرفه نوظهور بیشتر از گروه مرفه غیرنوظهور است.

جدول شماره (۲): رابطه سبک زندگی کلی و گروه‌های مرفه غیرنوظهور و نوظهور بر حسب جنس

| سطح معناداری | عالمانه | بینابینی | عالمانه | سبک زندگی کلی | | گروه‌ها |
|--------------|---------|----------|---------|---------------|-----------------|---------|
| | | | | زن | مرد | |
| ۰/۰۹ | ۱/۷ | ۶۷/۸ | ۳۰/۵ | زن | مرفه غیر نوظهور | |
| | ۱۰/۰ | ۵۶/۴ | ۳۳/۶ | مرد | | |
| | ۷/۱ | ۶۰/۴ | ۳۲/۵ | جمع | | |
| ۰/۰۰۳ | ۷/۰ | ۴۳/۹ | ۴۹/۱ | زن | مرفه نوظهور | |
| | ۱۱/۱ | ۶۶/۷ | ۲۲/۲ | مرد | | |
| | ۹/۵ | ۵۷/۸ | ۳۲/۷ | جمع | | |

داده‌های جدول شماره ۲، سبک زندگی کلی را در بین زنان و مردان در گروه‌های مرفه غیرنوظهور و نوظهور نشان می‌دهد. سبک زندگی کلی حاصل ترکیب هر یک از مقوله‌های انواع سبک زندگی مورد بررسی در این تحقیق است. انواع سبک‌های زندگی مورد بررسی در این تحقیق عبارت است از:

اولویت‌های هزینه‌ای، ترجیحات مصرفی، سبک غذایی، سبک درمانی، سبک شغلی، نحوه‌ی تقسیم وظایف خانگی بین دو جنس، پای‌بندی دینی، تخصیص زمان برای فعالیت‌های اصلی سه‌گانه، سبک فراغتی، اولویت ارزش‌های فردی در زندگی روزمره،

اولویت ارزش‌های اجتماعی چهارگانه، میزان وجود ارزش‌های اجتماعی چهارگانه در جامعه.

هدف نهایی این تحقیق، تحلیل سبک‌های زندگی دو جنس بر حسب الگوی خانواده (نحوه تقسیم جنسی وظایف خانگی)، بین دو گروه مرفه غیرنوظهور و نوظهور است. جدول شماره ۲، فقط به تحلیل سبک زندگی کلی دو جنس بین دو گروه مرفه غیرنوظهور و نوظهور می‌پردازد.

داده‌ها نشان می‌دهد که:

الف) در هر دو گروه مرفه غیرنوظهور و نوظهور، نسبت زنانی که دارای سبک زندگی با سلیقه‌ی عامیانه هستند در مقایسه با مردان به مراتب بیشتر است.

ب) هم زنان و هم مردان، در هر دو گروه مرفه غیرنوظهور و نوظهور، سبک زندگی با سلیقه‌ی بینابین بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است و بعد از آن، سبک زندگی عامیانه قرار دارد و اگر چه، سبک زندگی با سلیقه‌ی عالمانه در هر دو جنس کمترین درصد را به خود اختصاص داده است اما، با این وجود، نسبت مردانی را که دارای سبک زندگی عالمانه (بالا) هستند بیش از دو برابر زنان است.

ج) تحلیل‌های آماری نشان می‌دهد که در گروه مرفه غیرنوظهور، رابطه‌ی معناداری بین جنسیت و سبک زندگی وجود ندارد، بدین معنی که، سبک زندگی دو جنس تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد. هر چند به سطح معناداری نزدیک می‌شود. اما در گروه مرفه نوظهور بین جنسیت و سبک زندگی رابطه‌ی معنادار قابل تأمل دیده می‌شود. همان‌طوری که درصدها نیز بیانگر وجود تفاوت بین سبک زندگی دو جنس است: زنان دارای سبک زندگی با سلیقه عامیانه بیش از دو برابر مردان دارای سلیقه‌ی عامیانه است. مردان دارای سبک زندگی با سلیقه‌ی بینابین به مراتب بیشتر از زنان است.

داده‌های جدول شماره ۳، رابطه الگوی خانواده و سبک زندگی کلی را بر حسب جنس در گروه‌های مرفه غیرنوظهور و نوظهور نشان می‌دهد. سبک زندگی کلی دارای سه طبقه‌ی: سبک زندگی عامیانه، بینابین و عالمانه است. طبقه‌بندی سبک زندگی کلی از ترکیب سبک‌های زندگی ده‌گانه به دست آمد که در بخش پیمایش تجربی تحقیق مورد

آزمون قرار گرفت و هر یک از انواع سبک‌های زندگی به سلیقه‌هایی با طبقات سه‌گانه و یا دوگانه تقسیم شده بودند.

جدول شماره (۳): رابطه الگوی خانواده و سبک زندگی کلی بر حسب جنس

| سطح معناداری | مقدار آزمون | عالمانه | بینابین | عامیانه | سبک زندگی کلی | | الگوی خانواده |
|--------------|-------------|---------|---------|---------|---------------|---------|----------------|
| | | | | | زنی | مرد | |
| ۰/۱۷ | ۰/۱۷ | ۰ | ۶۰/۵ | ۳۹/۵ | زنی | سنتی | مرفه غیرنوظهور |
| | | ۸/۶ | ۵۴/۳ | ۳۷/۱ | مرد | | |
| ۰/۰۲ | ۰/۲۵ | ۵/۰ | ۸۵/۰ | ۱۰/۰ | زنی | مشارکتی | |
| | | ۱۲/۵ | ۶۰/۰ | ۲۷/۵ | مرد | | |
| ۰/۰۰۷ | ۰/۳۳ | ۹/۱ | ۴/۹ | ۵۰/۰ | زنی | سنتی | مرفه نوظهور |
| | | ۸/۷ | ۷۱/۷ | ۱۹/۶ | مرد | | |
| ۰/۰۴ | ۰/۲۴ | ۰/۰ | ۵۸/۳ | ۴۱/۷ | زنی | مشارکتی | |
| | | ۱۴/۶ | ۶۳/۴ | ۲۲/۰ | مرد | | |

داده‌ها نشان می‌دهد که:

الف) در گروه مرفه غیرنوظهور، در خانواده‌هایی که الگوی خانواده هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا است درصد زنانی که سبک زندگی کلی عامیانه دارند از مردان کمی بیشتر است: ۳۹/۵ درصد در زنان در مقابل ۳۷/۱ درصد در مردان. همچنین در این الگو، درصد زنانی که سبک زندگی کلی بینابین دارند نیز بیشتر از مردان است. اما در حالی که درصد مردان دارای سبک زندگی کلی عالمانه در این الگو، ۸/۶ درصد است، زنان در داشتن سبک زندگی عالمانه سهمی ندارند.

در خانواده‌های هسته‌ای دارای الگوی مشارکتی در همین گروه، نسبت مردان با سبک زندگی کلی عامیانه نزدیک به سه برابر زنان است و زنان دارای سبک زندگی کلی بینابین به مراتب بیش از مردان است: ۸۵/۰ درصد در زنان در مقابل ۶۰/۰ درصد در مردان. نکته قابل توجه آن است که نسبت زنانی را که سبک زندگی کلی بینابین دارند ۸/۵ برابر زنانی است که سبک زندگی کلی عامیانه دارند. اما در سبک زندگی کلی عالمانه همچنان نسبت مردان بیشتر از زنان است، یعنی ۱۲/۵ درصد در مردان در مقابل ۵/۰ درصد در زنان.

آزمون‌های معناداری در گروه مرفه غیرنوظهور نشان می‌دهد که در الگوی خانواده هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا بین سبک زندگی کلی زنان و مردان رابطه وجود ندارد و رابطه معنادار بین الگوی خانواده و سبک زندگی کلی هر دو گروه جنسی دیده نمی‌شود. حال آن که در الگوی خانواده هسته‌ای مشارکتی بین سبک زندگی کلی زنان و مردان تفاوت وجود

دارد و رابطه بین دو گروه معنادار است و همچنین داده‌ها نشان می‌دهد که در این گروه (مرفه غیرنوظهور) وقتی الگوی خانواده‌ی هسته‌ای مشارکتی است سبک زندگی کلی با سلیقه‌ی بینابین در میان زنان خیلی بیشتر از زنانی است که در خانواده‌های با الگوی هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا به سر می‌برند.

ب) در گروه مرفه نوظهور، در خانواده‌های دارای الگوی هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا، نسبت زنان با سبک زندگی کلی عامیانه $2/5$ برابر مردان است و برعکس، نسبت مردان با سبک زندگی کلی بینابین بیش از $1/5$ برابر زنان است. اما نسبت زنان دارای سبک زندگی کلی عالمانه اندکی بیش از مردان است، هر چند هم در زنان و هم در مردان با الگوی سنتی، سهم سبک زندگی کلی عالمانه زیر ده درصد است.

در خانواده‌های هسته‌ای با الگوی مشارکتی در همین گروه، نسبت زنان دارای سبک زندگی کلی عامیانه تقریباً دو برابر مردان است و نسبت زنان با سبک زندگی کلی بینابین اگرچه اندکی کمتر از مردان است اما نسبت زنان با سبک زندگی کلی بینابین به مراتب بیشتر از زنانی است که سبک زندگی کلی عامیانه دارند. در حالی که درصد مردان دارای سبک زندگی کلی عالمانه $14/6$ درصد است در این الگو (خانواده هسته‌ای مشارکتی) زنان در داشتن سبک زندگی عالمانه سهمی ندارند.

آزمون‌های معناداری در گروه مرفه نوظهور نشان می‌دهد که هم در الگوی خانواده‌ی هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا و هم در الگوی خانواده‌ی هسته‌ای مشارکتی بین سبک زندگی کلی زنان و مردان رابطه وجود دارد و رابطه‌ی بین الگوی خانواده و سبک زندگی دو جنس معنادار است و بر اساس آزمون معناداری به دست آمده حتی در الگوی خانواده‌ی هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا نیز در گروه مرفه نوظهور، بین جنسیت و سبک زندگی کلی رابطه‌ی معنادار قابل تأمل دیده می‌شود.

جدول شماره (۴): نتایج حاصل از آزمون رابطه‌ی بین ویژگی‌های فردی، جمعیتی،

پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک زندگی کلی

| معناداری | جهت پیوند | شدت پیوند | مقدار سنجی پیوند | آزمون | متغیرها | گروه‌ها | |
|----------|-----------|-----------|------------------|----------------|--------------------------|--------------|-----------|
| ۰/۰۵ | منفی | ضعیف | -۰/۱۴ | کندال تاو - بی | سن | ۹. غیرنوظهور | |
| ۰/۹۱ | منفی | خیلی ضعیف | -۰/۰۰۷ | کندال تاو - بی | بعد خانواده | | |
| ۰/۰۴۳ | مثبت | ضعیف | ۰/۱۷ | کرامرز وی | وضعیت تأهل | | |
| ۰/۰۸ | مثبت | ضعیف | ۰/۲۶ | کرامرز وی | وضع فعالیت | | |
| ۰/۵۷ | مثبت | خیلی ضعیف | ۰/۱۱ | کرامرز وی | | | |
| ۰/۰۲ | مثبت | ضعیف | ۰/۱۶ | کندال تاو - بی | پای بندی دینی | | |
| ۰/۰۰۷ | مثبت | ضعیف | ۰/۱۸ | کندال تاو - بی | پایگاه اقتصادی - اجتماعی | | |
| ۰/۰۹ | مثبت | ضعیف | ۰/۱۶ | کرامرز وی | جنس | | |
| ۰/۶۶ | منفی | خیلی ضعیف | -۰/۰۳ | کندال تاو - بی | سن | | ۹. نوظهور |
| ۰/۰۲۴ | منفی | ضعیف | -۰/۱۶ | کندال تاو - بی | بعد خانواده | | |
| ۰/۰۰۴ | مثبت | ضعیف | ۰/۲۲ | کرامرز وی | وضعیت تأهل | | |
| ۰/۰۰ | مثبت | متوسط | ۰/۳۵ | کرامرز وی | وضع فعالیت | | |
| ۰/۰۰ | مثبت | ضعیف | ۰/۲۴ | کرامرز وی | | | |
| ۰/۰۵ | مثبت | خیلی ضعیف | ۰/۱۳ | کندال تاو - بی | پای بندی دینی | | |
| ۰/۹۷ | منفی | خیلی ضعیف | -۰/۰۰۲ | کندال تاو - بی | پایگاه اقتصادی - اجتماعی | | |
| ۰/۰۰۳ | مثبت | ضعیف | ۰/۲۸ | کرامرز وی | جنس | | |

بر اساس داده‌های جدول شماره‌ی ۴ رابطه‌ی میان ویژگی‌های فردی - جمعیتی و گروهی با سبک زندگی کلی به شرح زیر است:

الف) گروه‌های مرفه غیرنوظهور

رابطه بین سن و سبک زندگی کلی معنادار می‌باشد به طوری که جوان‌ترها نسبت به مسن‌ترها بیشتر سبک زندگی عالمانه‌تری دارند.

بین بُعد خانواده و سبک زندگی کلی رابطه‌ای وجود ندارد، خانواده‌های با ابعاد مختلف با سبک زندگی کلی مشابهی هستند.

بین وضعیت تأهل و سبک زندگی کلی رابطه معنادار وجود دارد، به طوری که افراد متأهل سبک زندگی کلی عالمانه‌تری نسبت به مجردها دارند.

بین وضع فعالیت و سبک زندگی کلی اعم از زن و مرد رابطه‌ای وجود ندارد. و افراد با وضعیت فعالیت مختلف سبک زندگی کلی مشابهی دارند.

رابطه بین پای‌بندی دینی و سبک زندگی کلی معنادار می‌باشد، به طوری که خانواده‌های با پای‌بندی دینی بیشتر سبک زندگی کلی عالمانه‌تری دارند.

بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک زندگی کلی رابطه معنادار وجود دارد و خانواده‌های با پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالاتر سبک زندگی کلی عالمانه‌تری دارند.

بین جنس و سبک زندگی کلی رابطه‌ای وجود ندارد و در این گروه زنان و مردان در خانواده سبک‌های زندگی کلی مشابهی دارند.

ب) گروه‌های مرفه نوظهور

رابطه بین سن و سبک زندگی کلی معنادار نمی‌باشد و گروه‌های سنی مختلف سبک زندگی مشابهی دارند.

رابطه‌ی بین بُعد خانواده و سبک زندگی کلی معنادار می‌باشد، به طوری که خانواده‌های با ابعاد کمتر با سبک زندگی کلی عالمانه‌تر و خانواده‌های با ابعاد بیشتر با سبک زندگی عامیانه‌تر هستند.

بین وضعیت تأهل و سبک زندگی کلی رابطه معنادار وجود دارد، به طوری که افراد متأهل سبک زندگی کلی عالمانه‌تری نسبت به افراد مجرد دارند.

بین وضع فعالیت و سبک زندگی کلی زنان و مردان رابطه معنی‌دار وجود دارد، به طوری که زنان با فعالیت‌های شغلی تخصصی سبک زندگی کلی عالمانه‌تری دارند و مردان با فعالیت‌های شغلی تخصصی نیز سبک زندگی کلی عالمانه‌تری دارند.

بین پای‌بندی دینی و سبک زندگی کلی رابطه معنادار وجود دارد و خانواده‌های با پای‌بندی دینی بیشتر سبک زندگی کلی عالمانه‌تری دارند.

رابطه‌ی معناداری بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک زندگی کلی وجود ندارد و خانواده‌های دارنده‌ی پایگاه‌های متفاوت سبک زندگی کلی مشابهی دارند.

رابطه بین جنس و سبک زندگی کلی معنادار می‌باشد، به طوری که مردان سبک زندگی کلی عالمانه‌تری نسبت به زنان دارند.

نتیجه‌گیری

هدف مقاله‌ی تحقیقی حاضر، شناخت وجود یا نبودن ارتباط بین الگوی خانواده و سبک زندگی در میان هر یک از دو جنس (زنان و مردان)، در جامعه‌ی آماری مورد مطالعه (تهران) بوده پیرو آن، سؤال مسأله‌ای این بود: در چه الگویی از خانواده‌ی هسته‌ای بر حسب تقسیم جنسی وظایف خانگی سبک زندگی عامیانه و یا عالمانه است؟ به عبارت دیگر، آیا بین الگوی خانواده و سبک زندگی زنان و مردان در اقشار مرفه غیرنوظهور و

نوظهور رابطه وجود دارد؟ انتخاب فقط اقشار مرفه به عنوان یکی از نیروهای اجتماعی (اصطلاحاً گروه‌های اجتماعی) در جامعه‌ی مورد بررسی، به این دلیل بود که برای داشتن زندگی سبک‌مند، وجود امکانات و توانایی‌های خاصی ضروری است. به عبارتی دیگر، پیش‌شرط زندگی سبک‌مند، داشتن قدرت خرید، توانایی تشخیص ترجیحات خود، و قدرت دستیابی به ترجیحات خود و . . . است. در ایران، اقشار مرفه حداقل شرط قدرت خرید را دارند.

از جمع‌بندی بررسی انجام شده نتایج زیر استنتاج می‌شود:

۱- در کل، گرایش به سبک زندگی عالمانه در اقشار مرفه نوظهور نسبت به غیرنوظهور بیشتر است. احتمالاً یکی از دلایل، این است که گروه‌های نوظهور تلاش می‌کنند بیشتر از طریق مصرف و نحوه‌ی رفتار خود را - آن‌گونه که می‌خواهند - به دیگران معرفی نمایند. حال آن‌که، غیر نوظهورها، با امکانات دیگری مانند: خاستگاه خانوادگی، اصل و نسب، روابط خویشاوندی، نفوذ اجتماعی، برای معرفی خود هستند. همان‌طور که در جامعه ایران امروز نیز ملاحظه می‌شود غیرنوظهورها بیشتر از نوظهورها بر روابط خویشاوندی تاکید دارند؛ حال آن‌که نوظهورها روابط دوستانه گسترده‌تری نسبت به روابط خویشی دارند. نوظهورها تلاش می‌کنند روابط سببی را گسترش دهند، غیرنوظهورها بر حفظ روابط نسبی اصرار دارند.

۲- به طور کلی سبک زندگی عالمانه در مردان بیشتر از زنان است. اگر چه، درصد آن قابل توجه نیست، اما، بیانگر آن است که مردان نسبت به زنان از امکانات و توانایی بیشتری برای انتخاب سبک‌های زندگی بیانگرانه برخوردار هستند.

۳- با تغییر الگوی خانواده از خانواده‌ی هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا به هسته‌ای مشارکتی - متقارن در هر دو گروه مرفه غیرنوظهور و نوظهور، نسبت مردان و به ویژه زنان با سبک زندگی عامیانه به شدت کاهش می‌یابد و نسبت مردان و به ویژه زنان با سبک زندگی بینابین افزایش می‌یابد. نتیجه آن‌که، با مشارکتی شدن نحوه‌ی انجام فعالیت‌ها و وظایف خانگی [به هر دلیلی] زنان از فرصت و قدرت بیشتری برای انتخاب سبک‌های زندگی کیفیت بخش برخوردار خواهند شد.

۴- با تغییر الگوی خانواده از هسته‌ای سنتی - اقتدارگرا به هسته‌ای مشارکتی - متقارن، در گروه مرفه غیرنوظهور، الگوی خانواده با سبک زندگی کلی بر حسب جنس رابطه‌ی معنادار می‌یابد. بنابراین، فرض تحقیق در گروه مرفه غیرنوظهور تایید می‌شود.

۵- نتایج آزمون‌های معناداری نشان می‌دهد که در گروه مرفه نوظهور، زنان با فعالیت‌های شغلی تخصصی نیز همانند مردان سبک زندگی کلی عالمانه دارند. داشتن مشاغل تخصصی موجب می‌شود زنان منابع مالی بیشتری به خانه بیاورند و صاحب قدرت بیشتری شوند، بنابراین منزلت بیشتری به دست آورند که نتیجه همکاری بیشتر مردان با زنان در امور خانه خواهد بود. پس زنان فرصت ذهنی - روانی و عینی بیشتری برای تصمیم‌گیری و انتخاب زندگی سبک‌مند خواهند داشت.

زیر نویس‌ها

| | | | |
|---|------------------|-------------------------|-----------------------------|
| 1- Lifestyle | 2- Choice Right | 3- Choice Possibility | 4- Object |
| 5- Behavior | 6- Value | 7- Stylization | 8- Gender Lifestyle |
| 9- Style of Gender Division of Domestic Tasks | | 10- Family Pattern | |
| 11- Vulgar | 12- Learned | 13- New-Affluent strata | |
| 14- Non-New Affluent Strata | 15- Roles Theory | 16- Resource Theory | |
| 17- Communication Networks | 18- Life Chances | 19- Giddens, A | 20- Bourdieu, P |
| 21- Sedwick, P | 22- Weber, M | 23- Bocock, R | 24- Gibbins, J.& Reimer, Bo |
| 25- Transcendental | 26- Popular | 27- Morren, A | 28- Piachaud, D |

منابع

- ۱- ابوت، پاملا و دیگری، درآمدی بر جامعه‌شناسی نگرش‌های فمینیستی، ترجمه: مریم خراسانی و دیگری، تهران: دنیای مادر، ۱۳۷۶.
- ۲- اعزازی، شهلا، جامعه‌شناسی خانواده: با تاکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر، تهران: روشنگران و مطالعات زنان، ۱۳۸۳.
- ۳- بابایی، محبوبه، الگوی خانواده و سبک فرامتن جنسیتی در تهران، فصلنامه‌ی خانواده و پژوهش، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سال ۲، ش ۳، پاییز ۱۳۸۴.
- ۴- بابایی، محبوبه، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک زندگی؛ اقسام مرفه نوظهور و غیرنوظهور در تهران، پایان‌نامه‌ی دکتری رشته‌ی جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ۱۳۸۴.
- ۵- باکاک، رابرت، مصرف، ترجمه: خسرو صبری، تهران: نشر و پژوهش شیراز، ۱۳۸۱.
- ۶- بوردیو، پی، بر نظریه کنش، ترجمه: مرتضی مردیپا، تهران: نقش و نگار، ۱۳۸۱.
- ۷- بیلیتگتون، روزاموند و دیگران، فرهنگ و جامعه، ترجمه: فریبا عزب دفتری، تهران: قطره، ۱۳۸۰.
- ۸- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، تهران: دفتر انتشارات طرح بیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها، ۱۳۸۱.
- ۹- کهن، لارنس، از جدیدیسم تا پست مدرنیته، عبدالکریم شیرازیان، تهران: نشر نی، ۱۳۸۱.
- ۱۰- گرت، استفانی، جامعه‌شناسی جنسیت، ترجمه: کتایون بقایی، تهران: نشر دیگر، ۱۳۸۰.
- ۱۱- گیبینز، جان و دیگری، سیاست پست مدرنیته، ترجمه: منصور انصاری، تهران: گام نو، ۱۳۸۱.
- ۱۲- گیدنز، آنتونی، تجدید و تشخیص در جامعه جدید، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، ۱۳۷۸.
- ۱۳- مورن، ادگار، هویت انسانی، ترجمه: امیر نیک‌پی و دیگری، تهران: قصیده‌سرا، ۱۳۸۲.
- ۱۴- نویسناس، امیلیا، مردم‌شناسی جنسیت، تهران: افکار، معاونت پژوهشی سازمان میراث فرهنگی کشور، پژوهشگاه مردم‌شناسی، ۱۳۸۳.
- ۱۵- ویس وده، گوتتر، جامعه‌شناسی برای اقتصاد، ترجمه: هادی صمدی، تهران: سمت، ۱۳۸۱.
- 16- Edgar, A & Peter Sedgwick. "key concepts in cultural theory". By Routledge, London. 1999.
- 17- Lamprecht, Markus & Hanspeter stamm. "Social stratification and the differentiation of lifestyles, social perceptions and attitudes in switzerland". File: //A: L&S Social stratification. Htm. Internet. 1998.
- 18- Waters, M. "Modern Sociological theory" by sage London. 1995.
- 19- Wynne, Derek. "Leisure, lifestyle and the New Middle class. By Routledge. London. 1998.