

## Research Paper

# Lifestyle and Attitude towards the Role of Motherhood: A Research in Rasht City

Masoumeh Karamzādeh Toularod <sup>1</sup>, Mohammad Mahdi Rahmati <sup>\*2</sup>, Zahrā Ghāsemi <sup>3</sup>

1. PhD Student in Sociology of Social Issues, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Iran

3. Assistant Professor, Department of Cultural Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 2022/11/07

Revised: 2024/01/28

Accepted: 2024/02/18

Use your device to scan and read  
the article online



DOI:

[10.30495/jzv.2024.29418.3929](https://doi.org/10.30495/jzv.2024.29418.3929)

### Keywords:

Attitude towards Motherhood,  
Lifestyle, Cultural Consumption,  
Shopping Style, Body  
Management.

### Abstract

**Introduction** Femininity and the role of motherhood as a gender role structure is manifested most of all in the attitude towards motherhood and this attitude towards motherhood can be influenced by various factors. On the other hand, in the light of the changes that have occurred in the world and Iran in the last century, many components of the lifestyle, especially among women, have been exposed to change. The current research was conducted with the purpose of a sociological survey of the effect of lifestyle on the attitude towards the role of motherhood in two generations of women in Rasht.

**Methods:** The data of the research was collected by a cross-sectional survey method and by means of a questionnaire among married women with children with a sample size of 384 people and by a random sampling method. Pearson's correlation test and path analysis were used for data analysis. According to the purpose and hypotheses of the research, attitudes towards motherhood and women's lifestyle were analyzed with the theories of Bourdieu, Giddens, Mannheim and some feminist narratives.

**Findings:** According to this hypothesis, there is a significant relationship between attitude towards motherhood and lifestyle. Thus, with the modernization of the lifestyle, the attitude towards the role of motherhood in women is also modernized and this issue is seen in all aspects of the lifestyle such as body management, shopping style, cultural consumption and leisure time. According to the average indicators of the research, the attitude towards motherhood in women is neither traditional nor modern, but intermediate, but close to modern. The lifestyle of women is also in a similar situation and is in the intermediate range (traditional-modern). Path analysis shows that cultural consumption has the most direct effect on the attitude towards motherhood. Also, body management and economic and social status have direct and indirect effects, and leisure time has an indirect effect on the attitude towards motherhood.

Citation: Masoumeh KaramzādehToularod, Mohammad Mahdi Rahmati, Zahrā Ghāsemi, Lifestyle and Attitude towards the Role of Motherhood: A Research in Rasht City. Quarterly Journal of Women and Society. 2024; 15 (57): 52-68.

\* **Corresponding author:** Mohammad Mahdi Rahmati

**Address** Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan

**Tell:** +989112821757

**Email:** [mahdirahmati@guilan.ac.ir](mailto:mahdirahmati@guilan.ac.ir)

## Extended Abstract

### Introduction

The attitude towards motherhood has changed among women with the cultural changes affected by the discourse of modernity. Studying the factors influencing the change in women's attitudes toward motherhood and among the different generations makes this research necessary. It is very important to pay attention to the cultural aspects in changing the attitude, and it is one of the important concepts of sociology to understand the reason for changing the attitude towards lifestyle. Therefore, the present research describes the attitude toward motherhood in the two generations of women in Rasht city and its relationship with their lifestyle.

### Methods

The present study used a quantitative-survey research method. Data were collected by questionnaire, and then it was analyzed using Spss. The research population included women with children in Rasht city, and the sample consisted of 384 women who were selected by random sampling method and using the Cochran formula. According to the statistics of 2015, the population of women who have been married at least once and have children in Rasht is about 209207 [4].

The independent and dependent variables of the research were measured using a questionnaire, based on the operational and conceptual definitions of the variables. The lifestyle factors were considered in terms of shopping style, body management, cultural consumption, and leisure time. The path analysis method was used to analyze the data. According to the research objectives and hypotheses, the attitude towards motherhood and the lifestyle of mothers of two generations were analyzed with the theories of Bourdieu, Giddens, Mannheim, and feminist theories.

### Findings

Contrary to the existence of contradictions or differences between daughters and mothers in many dimensions of lifestyle, commonalities can also be seen between these two generations. Based on the path analysis, the cultural consumption has the most direct effect on the attitude towards motherhood. Also, body management and economic and social base have direct and indirect effects and leisure time has an indirect effect on the

attitude towards motherhood. The variable of cultural consumption and body management have 0.15, the economic and social base have 0.13 and leisure time has -0.017 effect on the attitude towards motherhood.

### Conclusion

According to the theories of Bourdieu and Giddens, variables such as lifestyle and body management are influential on the attitude toward motherhood. The present study also showed that there is a significant relationship between lifestyle and attitude toward motherhood among women. In other words, with the increase in lifestyle and modernization, the attitude toward motherhood will also go toward modernity. According to Bourdieu's theory, women will have different lifestyles according to their different situations and presence in their social fields.

### Ethical Considerations

#### Compliance with ethical guidelines

All subjects answered the questionnaires with complete satisfaction.

### Funding

All financial resources and costs for research and publication of the article have been paid by the authors and no financial support has been received.

### Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

## رابطه سبک زندگی و نگرش به نقش مادرانه

### پژوهشی در شهر رشت

معصومه کرم زاده طولارود<sup>۱</sup>، محمد مهدی رحمتی<sup>۲\*</sup>، زهرا قاسمی<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی دکتری جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان، ایران

۳- استادیار گروه جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۱۶

تاریخ داوری: ۱۴۰۲/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۹

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

[10.30495/jzv.2024.29418.3929](https://doi.org/10.30495/jzv.2024.29418.3929)

#### واژه‌های کلیدی:

نگرش به مادری، سبک زندگی، اوقات فراغت، مصرف فرهنگی، سبک خرید، مدیریت بدن.

**هدف:** زندگی و نقش مادری به عنوان یک ساختار نقشی جنسیتی بیش از همه در نگرش به مادری تجلی می‌یابد و این نگرش به مادری می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلفی باشد. از دیگر سو، در پرتو تحولاتی که در سده اخیر در جهان و ایران رخ داده، بسیاری از مولفه‌های سبک زندگی، به ویژه در میان زنان، در معرض تغییر قرار گرفته است. پژوهش حاضر با هدف بررسی جامعه‌شناسانه تأثیر سبک زندگی بر نگرش به نقش مادری از زنان شهر رشت انجام شده است.

**روش و مواد:** روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری تمام زنان متأهل دارای فرزند ساکن شهر رشت در سال ۱۴۰۰ است که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی و با حجم نمونه ۳۸۴ نفر جمع‌آوری داده انجام گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، متناسب با سطح سنجش متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر استفاده شده است. با توجه به هدف و فرضیه‌های پژوهش، نگرش به مادری و سبک زندگی زنان با نظریات بوردیو، گیدنز، مانهایم و نیز برخی روایت‌های فمینیستی مورد تحلیل قرار گرفت.

**یافته‌ها:** با توجه به آزمون فرضیه‌ها بین سبک زندگی و نگرش به مادری رابطه معنادار وجود دارد. بدین صورت که با مدرن شدن سبک زندگی، نگرش به نقش مادری در زنان نیز مدرن می‌شود و این مسئله در کلیه جنبه‌های سبک زندگی نظیر مدیریت بدن، سبک خرید، مصرف فرهنگی و اوقات فراغت به چشم می‌خورد.

با توجه به میانگین شاخص‌های پژوهش، نگرش به مادری در زنان نه سنتی است و نه مدرن بلکه بینابین؛ اما نزدیک به مدرن است؛ سبک زندگی زنان نیز در وضعیت مشابه قرار دارد و در محدوده بینابین (سنتی-مدرن) است. تحلیل مسیر نشان از آن دارد که مصرف فرهنگی بیشترین اثر مستقیم را بر نگرش به مادری دارد. همچنین مدیریت بدن و پایگاه اقتصادی و اجتماعی دارای اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اوقات فراغت دارای اثر غیرمستقیم بر نگرش به مادری است.

\* نویسنده مسئول: محمد مهدی رحمتی

نشانی: دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان

تلفن: ۰۹۱۱۲۸۲۱۷۵۷

پست الکترونیکی: [mahdirahmati@guilan.ac.ir](mailto:mahdirahmati@guilan.ac.ir)

## مقدمه

امروزه، زنان به عنوان بخشی از جمعیت جامعه در خلال نقش‌های برگزیده شده برای آنان، مبادرت به ایفا و زیستن در نقش‌هایی می‌نمایند که مادری از جمله آن‌ها است. نقش مادری<sup>۱</sup> به عنوان یک هویت ساخته شده برای زنان و همچنین، هویتی که خود زنان بدان اذعان دارند بیش از هر چیز در نحوه زیستن، ایفا کردن نقش مادرانه، توجه به خویشتن و در ابعاد وسیع‌تر و متنوع‌تر دیگری بازنمایی می‌شود. با این وجود، نگرش به مادری می‌تواند متأثر از عوامل متعددی باشد که غالباً در قالب ایفای نقش‌های جنسیتی و یا سبک‌های متنوع زندگی بازنمود می‌گردد. در سطح جهانی، نگرش به زنان و مادری به اشکال مختلف دستخوش دگرگونی و بازاندیشی گسترده شده است به ویژه این که تغییرات مدرنیته و نسبت سنت و تجدد بیشتر از همه خود را در مسائل زنان متجلی ساخته است [۱]. همان‌طور که گیدنز اظهار داشته است؛ زنان در دنیای مدرن هویت خود را نه تنها بر اساس نقش‌های خانوادگی و خانگی، بلکه بر اساس ایفای نقش‌های اجتماعی در جامعه می‌سازند، اما از لحاظ تاریخی تجربه فردیت زنانه و مردانه تفاوتی چشمگیری دارند. زمانی که تقسیم کار خانگی بر اثر گسترش کار مزدی و اشتغال در اجتماع دست خوش تغییر شد، نخست مردان بودند که به هویت شخصی دست یافتند. زنان به مثابه همسر، مادر و کدبانو نقش درهم تنیده و مکمل مرد را ادامه دادند. اما، مردان علاوه بر نقش شوهر و پدر به عنوان فردی شاغل و شهروندی آزاد فردیت یافتند. زنانی که به بازار اشتغال وارد شدند توانستند هویتی غیر از هویت خانوادگی به دست آورند. این فردیت با استقلال مالی، خودآگاهی و کم‌رنگ کردن تلقی سنتی از زنان همراه شد و از این رو رشد فردگرایی در زنان به چالش با نقش مردان منجر شد [۲]. در نتیجه و با گذر از جامعه‌ی سنتی به مدرن، زنان تلاش کردند هویت خود را به انتظارات و نقش‌های سنتی محدود نسازند و در ایفای نقش‌های اجتماعی با مردان همراه شوند [۳].

زنان جامعه ایران نیز از واقعیت تحول نقشی مستثنی نیستند که عوامل متعدد اجتماعی از جمله تحصیلات و شغل موجبات آن را مهیا نموده است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، میزان نرخ تحصیلات عالی و اشتغال زنان نسبت به سال‌های گذشته افزایش یافت به طوری که سهم ۲/۶ درصدی زنان از کل دانشجویان کشور در سال ۱۳۵۵ به ۱۸/۴ درصد در سال ۱۳۹۰ رسیده است. این روند نشان می‌دهد میزان تحصیلات زنان طی سال‌های ۵۵ تا ۹۰ نزدیک به شانزده برابر شده است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ از لحاظ میزان اشتغال نیز تعداد زنان شاغل در سال‌های ۱۳۶۵ تا ۱۳۸۵ نزدیک به سه برابر شده است. همچنین، در این دوره نسبت زنان شاغل به کل جمعیت شاغل کشور از ۸/۹٪ به ۱۳/۶٪ افزایش یافته است [۴]. به نظر می‌رسد، افزایش میزان تحصیلات و اشتغال با افزایش سرمایه اجتماعی زنان به همراه عوامل دیگر زمینه را برای تغییر نگرش زنان نسبت به نقش‌های سنتی از جمله مادری فراهم کرده است [۵].

در واقع، می‌توان گفت امروزه شاهد خروج زنان از خانه و دگرگونی در نقش‌های مادرانه هستیم. در این بین زنان دیگر همچون گذشته در قید سبک‌های زندگی گذشته نیستند و با انتخاب‌های بیشتری روبرو هستند. این سبک زندگی زنان در ابعاد مختلف آن، نگرش به نقش مادری را با چالش‌هایی روبرو ساخته است. در شهر رشت که از دیرباز زنان نقش فعالی در امور خارج از خانه داشته‌اند، فراغت و مصرف مادی و فرهنگی و نیز پرداختن به بدن بیشتر بوده است. این رویه تضادهای در تعاریف سنتی، عام‌گرایانه و رایج از مادری و ویژگی‌های نوعی یک مادر از نظر اجتماعی شایسته ایجاد کرده است؛ یعنی آنچه به طور سنتی در جامعه مورد نظر در خصوص نحوه ایفای نقش مادری ترویج می‌شود، با تغییراتی در نگرش زنان ایجاد شده است. برای مثال، نقش نان‌آوری و مسئولیت مراقبت از کودکان و یا تامین نیازهای حیاتی خانه، تغییراتی حاصل شده که زنان رشتی دیگر همچون گذشته اهتمام چندانی به مردان‌آور در مقابل زن‌خانه‌دار و یا مرد بیرون از خانه و زن تربیت‌کننده فرزندان ندارند. نکته دیگر اینکه تصور بر این دارند که سبک زندگی جدید به آنها انتخاب داده است که در مورد فرزندآوری خود تجدیدنظر کرده و بیشتر بر اساس سبک زندگی خود به مدیریت بدن بپردازند، زیرا فرزندآوری منجر به برهم‌خوردن توازن بدنی آنها از یک سو و از دست رفتن اوقات فراغت خارج از خانه و نیز کاهش مصرف مادی و فرهنگی آنها می‌شود.

بر اساس سبک‌های متداول زنان درصدد ایفای تعهد و نقش مادری خود بر اساس آن چیزی هستند که جامعه‌پذیر شده‌اند که این عمدتاً در بین نسل‌های پیشین وجود دارد. اما در سبک‌های جدید که زنان درصد ابراز وجود خود و ورود به دنیای مصرف مادی و مصرف فرهنگی و نیز گذران اوقات فراغت در خارج از محیط خانه (مثلاً پاساژها و یا بلاگری در اینستاگرام) هستند، زنان به این رویه‌های سنتی توجه چندانی ندارند. تلاش زنان شهر رشت برای دیده‌شدن و عبور از نقش‌های سنتی و جامعه‌پذیری ناشی از آن، هویت مادری آنها را در معرض تغییرات زیادی قرار گرفته است. بر این اساس از نقش‌های اجتماعی خود فاصله می‌گیرند و در رویارویی با ویژگی‌های زیستی خویش مادر بودن را مسئله و مانع پیشرفت خود می‌دانند، اما با توجه به اینکه الگوهای سنتی نقش‌ها در خانواده همچنان در حال مقاومت هستند، مادرشدن و مادری کردن هم مانند بسیاری از نقش‌ها تجربه‌ای در حال پرسش و در عین حال با همان قواعد و نگاه سنتی است؛ به گونه‌ای که شرکت زنان در کارهای درآمدزا و کمک به درآمد خانه و نیز افزایش سطح تحصیلات آنان، آنها را از آگاهی و اقتدار بیشتری در خانواده برخوردار می‌سازد و منابع فرهنگی و مادی زنان را برای شکوفایی استعدادهایشان افزایش می‌دهد؛ با این حال، شرایط الگوی سنتی خانواده میان ارزش‌ها و آرمان‌های جدید و واقعیت‌های زندگی روزمره زنان تضاد به وجود می‌آورد، تضادی که پیامدهای بسیاری را برای خانواده به بار آورد و می‌تواند خانواده را به عرصه‌ای پر از تنش و خشونت تبدیل کند [۶].

از این منظر، این زنان بر اساس ترجیحات و جهت‌گیری‌های ارزشی خوداظهاری و بازنمایی خود در سپهر انتخاب‌ها و نیز استقلال ناشی از تحصیلات، درآمد و حتی پذیرفتن طلاق به‌عنوان یک حق عمل می‌-

ارتباط داشته و متغیر سن با هویت مادری رابطه معنی‌داری ندارد. اگرچه هویت مادری در بین زنان امری انتخابی محسوب می‌شود؛ اما، می‌توان گفت علیرغم استقلال هویتی زنان، هنوز هویت دیگری، یعنی فرزند به‌عنوان عنصری هویت‌ساز برای زنان محسوب می‌شود. محمدی و همکاران در سال ۱۴۰۱ در خصوص تجربه مادری زنان شاغل خطمشی آنها در ایفای نقش مادری به روش کیفی و ابزار مصاحبه پژوهشی انجام دادند. نتایج مطالعه نشان داد که زنان نقش مادری را در قالب: مادری مهمترین منبع هویتی زنان، بازتعریف نقش مادری، احساس مادری، تجربه بارداری و بیگانگی مردان، جدایی از فرزند و حضور مجدد در محل کار، چالش فرزند دوم نشان می‌دهند. [۶] دراهکی در سال ۱۴۰۲ در پژوهشی در خصوص نگرش به هویت مادری به این نتیجه رسیده است که متغیر نگرش به هویت مادری به صورت مثبت و نگرش به برابری طلبی جنسیتی و تحصیلات به صورت منفی بر قصد فرزندآوری زنان تأثیرگذار هستند. [۱۳]

رویکردهای نظری به نقش مادری بر ایفای نقش زن بودن و همچنین، نقش مادری برگرفته از نگاه و نگرش به مادری خود زنان نیز است؛ زنانی که در بستری از تحولات ساختاری و فرهنگی جامعه زندگی می‌کنند، از این حیث، نگرش به مادری بر اساس رویکرد غربی مادری (طبیعت بیولوژیکی زن) و بر اساس رویکرد اجتماعی (ارتباطات ناشی از فضای اجتماعی، اقتصادی و تاریخی) قابل تغییر است [۹]. از این منظر، اندیشمندانی چون پارسونز، با تأکید بر سودمندی‌های اجتماعی، مادری را یکی از ارکان نهاد خانواده برای حفظ و تداوم آن دانسته که وظیفه اجتماعی کردن بر عهده آن است برخی از فمینیست‌ها، صرف تولیدمثل و مادری را باری بر دوش زنان دانسته و راه‌هایی زنان از این بار ظالمانه را جلوگیری از فرزندآوری با پیشگیری از مولید می‌دانند. برخی فمینیست‌ها نگاه معتدل‌تری به پدیده‌ی مادری داشته و معتقدند زنان باید سطح آگاهی‌های خود را افزایش دهند و درباره فرزندآوری آگاهانه تصمیم بگیرند. از دید سیمون دوبوار<sup>۲</sup>، امروزه زن خواهان مشارکت در جنبشی است که جامعه بشری مدام با آن می‌کوشد خود را توجیه کند و از حد خود فراتر رود، زن نمی‌تواند مادر باشد ولی برای اینکه در زندگی سیاسی و اجتماعی سهمی داشته باشد، کوششی به عمل نیابد [۱۴]. فمینیست‌ها خاطرنشان می‌کنند لازم است بین توانایی زیستی فرزندآوری و نقش اجتماعی مادری تمایز قائل شد. فرض بر این است که چون زنان بچه می‌زایند، از آنان مراقبت خواهند کرد. در این زمینه مطالعاتی که در خصوص نگرش به باروری و تعداد فرزند انجام گردیده است [۱۵]، [۱۶] اما همان‌طور که دیوید<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) اشاره می‌کند: «مادری کردن مفهومی اجتماعی است» [۱۷] هویت اصلی زنان، مادری و همسری است؛ حرفه‌ای که به آنان امکان می‌دهد تا نیازهای عاطفی خود را ارضا کنند [۱۸] و [۱۹]. که به درک و فهم زنان را از تجربه زیسته مادری و با روش‌های کیفی (پدیدارشناسی،

کنند. در اینجا، «پيامد این وضع برای زنان نوعی عدم موازنه نقش است که در آن تشدید اهمیت یک نقش (مثلاً کار) مستقیماً تضعیف اهمیت نقش دیگر (مثلاً خانواده) را به دنبال دارد. بدین ترتیب، لازمه موازنه نقش، تعدیل نقش‌هاست، اما از آنجا که الزامات و پاداش حاصل از نقش‌های شغلی، تحصیلی جنبه ساختاری دارد و ورای قدرت کنشگران قرار دارند، عموماً زنان این موازنه را با تعدیل نقش‌های خانوادگی که در زیست جهان آنها قرار می‌گیرد به انجام می‌رسانند» [۷].

لذا، ترکیبی از تفاوت‌های سبک زندگی و نگرش به نقش‌های مادری وجود دارد که در آن شاهد تأثیر سبک زندگی بر نقش‌های مادرانه زنان رشتی هستیم و با عطف با این مسئله تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا سبک زندگی زنان ساکن شهر رشت با نگرش به نقش‌های مادری آنها رابطه معناداری وجود دارد؟ با عطف به این پرسش، می‌توان ملاحظات مفهومی، پیشینه و مبانی نظری تحقیق حاضر را بر اساس آنها به شرح زیر مطرح کرد:

نگرش عبارت است از ترکیبی از باورها و هیجان‌هایی که شخص را پیشاپیش آماده می‌کند تا به عملی، شیئی یا گروهی، به شیوه مثبت یا منفی نگاه کند. نگرش‌ها ارزیابی از اشیا را خلاصه می‌کنند و در نتیجه پیش بینی یا هدایت اعمال یا رفتارهای آینده را بر عهده می‌گیرند. [۸] روشن است که نقش زن بودن و نقش مادری به عنوان یک ساختار نقش‌ی جنسیتی بیش از همه در نگرش به مادری تجلی و بروز می‌یابد و این نگرش به مادری متأثر از عوامل مختلف می‌تواند در بین دو نسل از زنان سنتی و مدرن متفاوت باشد. همان‌طور که باری‌دیتل<sup>۱</sup> درباره ساختار نقش‌های جنسیتی در نگرش به مادری عنوان می‌کند، نگرش به مادری می‌تواند در امتداد یک پیوستار، اعم از سنتی تا برابری طلب مشاهده شود. نگرش سنتی نسبت به زن و مادری در درجه‌ی اول با توجه به قوانین سنتی مادری و مسئولیت‌های مراقبت از خانواده به منزله مرکزی برای زندگی زن و هویت در نظر گرفته شده و مقدم بر آرزوهای شغلی و حرفه‌ای بالقوه‌ی زن است. در انتهای زنجیره، زنان و مردانی قرار می‌گیرند که نگرش برابری طلبانه نسبت به دو جنس دارند و بر ارزش استقلال فردی و دستاوردهای زنان تأکید دارند. از این نظر، مادری نه همه‌ی هویت زنان، بلکه بخشی از آن است [۹]. تحقیقاتی در خصوص مادری زنانی که شاغل هستند در ایران انجام گرفته که موید آن است که نقش مادری را در اولویت سایر نقش‌ها قرار می‌دهند گرچه ممکن است در عمل با چالش‌هایی در این زمینه مواجه باشند [۱۰]، [۱۱] و بیگوند و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود این نتیجه رسیدند که سوپرمام‌ها نمی‌کوشند در زندگی خود، تحول زیادی به نفع دنیای زنانه در برابر مردان ایجاد کنند و کمابیش نقش‌های سبک سنتی خود را می‌پذیرند. آنها می‌کوشند جهان مادرانه را به‌رغم سختی‌هایش زیباتر جلوه دهند. [۱۲]، جعفری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود نشان دادند که که سبک زندگی و حمایت اجتماعی می‌تواند ۳۴ درصد تغییرات هویت مادری را پیش‌بینی کند. تحصیلات بطور غیرمستقیم با هویت مادری

2-Simon de Beauvoir  
3-David

1- Barry d bitel m(2016)

## روش پژوهش

### جامعه آماری، تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری

پژوهش حاضر، به روش کمی و پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل زنان صاحب فرزند شهر رشت است. طبق آمار سال ۱۳۹۵، جمعیت زنان دست‌کم یک‌بار ازدواج کرده و صاحب فرزند شهر رشت، حدود ۲۰۹۲۰۷ نفر است [۴]. از بین این جمعیت، با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. این روش غالباً در مطالعات با مقیاس وسیع به کار می‌رود، زیرا هزینه‌ی تحقیق را به میزان زیادی کاهش می‌دهد [۳۴]. بر روش نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای است و در سه مرحله انجام شد؛ در مرحله اول حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. در مرحله بعد با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای مناطق مسکونی شهر رشت به سه طبقه پایین، متوسط و بالا تقسیم و از بین هر کدام یک یا دو محله به منظور نمونه‌گیری انتخاب شد. جهت انتخاب تصادفی افراد، نقشه‌های مناطق مذکور تهیه و در آنها برای هر منطقه نواحی، محلات، بلوک‌ها و کوچه‌ها مشخص شدند. در نقشه هر منطقه بلوک‌ها و کوچه‌های آن با علامت مشخص شد. هر پرسشگر در بلوک و کوچه مورد نظر خود به طور تصادفی خانهای را در نظر گرفته و با اولین زنی که جلوی در منزل حاضر می‌شد - به شرط اینکه دست‌کم یک‌بار ازدواج کرده و صاحب فرزند شهر رشت - پرسشنامه پر می‌شد و برای انتخاب نمونه بعدی به طور سیستماتیک خانه‌ها را انتخاب می‌کرد. در مرحله سوم با استفاده از نمونه‌گیری سیستماتیک برآوردی از تعداد منازل واقع در هر بلوک به عمل آمد و این مقدار بر حجم نمونه واقع در آن بلوک تقسیم شد. سپس عددی به تصادف به عنوان مبدأ نمونه‌گیری از یک تا مقدار بدست آمده انتخاب گردید و با شمارش منازل و در نظر گرفتن بازه تکرار به منظور جا انداختن آن تعداد منزل و مراجعه به منزل بعدی مشخص شد.

داده‌ها با پرسشنامه جمع‌آوری و سپس با نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون و برای تعیین اثرات علی متغیره با توجه به رگرسیون چندمتغیره، از تکنیک تحلیل مسیر استفاده شده است.

### پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

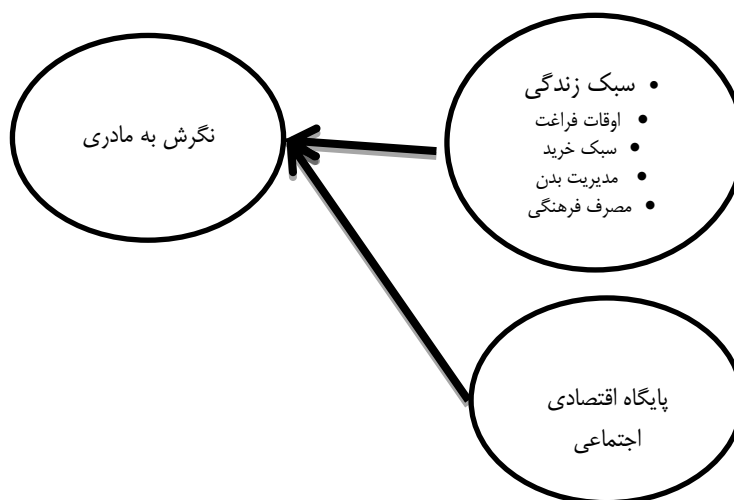
برای محاسبه پایایی ابزار اندازه‌گیری شیوه‌های مختلفی به کار برده می‌شود که مناسب‌ترین آن برای سنجش پایایی طیف لیکرت ضریب آلفای کرونباخ است. استفاده از آلفای کرونباخ برای تحلیل پایایی ابزار اندازه‌گیری، بر اساس روش پایداری درونی است. با تکمیل پرسش‌نامه در قالب پیش آزمون توسط ۵۰ نفر از جامعه آماری، پایایی متغیرهای مفهومی با مدل آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد. نتایج حاکی از ضریب بالای ۰.۷ در گویه‌ها است. این مقدار برای متغیر سبک زندگی در ابعاد چهارگانه آن ۰.۷۳ و برای نگرش به مادری ۰.۷۲ می‌باشد. لذا، پایایی گویه‌ها مطابق ضرایب آلفای مندرج در جدول شماره ۱ مورد تأیید قرار گرفت.

مصاحبه) اندازه‌گیری گردیده که گویه‌های پرسش‌نامه با استفاده از مفاهیم این پژوهش‌ها طراحی شد. [۲۰]، [۲۱]، [۲۲]، [۲۳] و [۲۴].

متغیر بعدی پژوهش سبک زندگی است جامعه‌شناسان کلاسیک چون زیمل<sup>۱</sup>، وبر<sup>۲</sup>، وبلن<sup>۳</sup> و جامعه‌شناسان متأخر دیدگاه‌هایی را درباره سبک زندگی مطرح کرده‌اند، اما در تحقیق حاضر به این مفهوم از منظر بوردیو و گیدنز توجه شده است. بوردیو در کتاب تمایز<sup>۴</sup> به نقدی درباره سلاطین می‌پردازد و مشخص می‌سازد چگونه گروه‌های خاص به‌ویژه طبقات خاص اقتصادی و اجتماعی، انواع کالاها، مصرفی، روش ارائه خوراک و غذا خوردن، لباس پوشیدن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل را به کار می‌گیرند تا روش مجزای زندگی خویش را مشخص کنند. [۲۵] در عمل، بوردیو سبک زندگی را تقسیم ساعات شبانه‌روز بر اساس نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، آداب سخن گفتن، راه رفتن، نوع پوشش، نوع خوراک و مانند آن می‌داند. وی به ترسیم رابطه فضای اجتماعی، عادت‌واره<sup>۵</sup> و سبک زندگی پرداخته است. از این منظر، سبک زندگی بر ارزش‌ها و نگرش‌هایی تأثیر می‌گذارد که به شکل‌گیری سبک نوعی از رفتار منجر می‌شود. بوردیو معتقد است سبک‌های زندگی می‌توانند به بهترین وجه خود را در مجموعه‌ی متنوعی از فعالیت‌های فراغتی مانند ورزش، مطالعه، موسیقی، تئاتر، سینما و غیره نشان دهند. از نظر او سبک زندگی ارتباط تنگاتنگی با مصرف فرهنگی دارد [۲۶]. سبک‌های زندگی متنوع و متمایزی در جامعه وجود دارند. از دید بوردیو، ویژگی مشترک افرادی که سبک زندگی واحدی دارند، عادت‌واره‌های مشترک آنهاست [۲۷]. سلیقه، نظام شاکله‌های طبقه‌بندی‌کننده‌ای است که شاید بخش کوچکی از آن آگاهانه باشد؛ سلیقه، شالوده‌سازگاری متقابل تمامی خصوصیات یک شخص است [۲۵]. گیدنز سبک زندگی را مجموعه‌ای به‌نسبت منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره خود می‌داند که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست و بر همین اساس از نوعی وحدت برخوردار است [۲۸]. به نظر گیدنز، زنان به‌ویژه براساس ویژگی‌های جسمانی‌شان قضاوت می‌شوند و احساس شرم‌ساری نسبت به بدنشان ارتباط مستقیمی با انتظارات اجتماعی دارد. مطالعه سبک زندگی عبارت است از تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها با الگوهای کنشی که افراد آنها را انتخاب کرده‌اند و واکنش ایشان در زندگی روزمره به واسطه آنها هدایت می‌شود [۲۹]. محققان در ایران هم در خصوص سبک زندگی و نقش عوامل زمینه‌ای چون تحصیلات بر آن تحقیقاتی انجام داده‌اند [۳۰]، [۳۱]، [۳۲] و [۳۳].

با توجه به مطالب ذکر شده، هدف کلی این پژوهش تبیین رابطه بین سبک زندگی و نگرش به مادری در زنان شهر رشت است. لذا براساس ادبیات نظری مطرح‌شده می‌توان مدل نظری تحقیق را به صورت شکل ۱ ارائه کرد.

- 1 -Zimmel
- 2 -Weber
- 3 -Veblen
- 4 -Distinction
- 5 -habitu



شکل ۱- مدل نظری پژوهش

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ

تعداد گویه	ضریب آلفا	متغیرها
۸	۰/۸۵	سبک زندگی (مدیریت بدن)
۱۴	۰/۷۶	سبک زندگی (سبک خرید)
۱۲	۰/۷۲	سبک زندگی (اوقات فراغت)
۱۴	۰/۷۵	سبک زندگی (مصرف فرهنگی)
۴۸	۰/۷۳	همه مؤلفه‌های سبک زندگی
۷	۰/۷۵	پایگاه اقتصادی - اجتماعی
۲۹	۰/۷۲	نگرش به مادری

با نمره ۳، خیلی کم با نمره ۲ و اصلاً با نمره ۱ سنجیده شده است. گویه‌های این شاخص برای شاخص خرید با توجه به طیف لیکرت در ۵ مقوله همیشه با نمره ۵، اغلب با نمره ۴، گاهی اوقات با نمره ۳، به ندرت با نمره ۲ و هرگز با نمره ۱ در خصوص متغیر الگوی خرید لباس، ملاک‌های انتخاب لباس و خرید آن سنجیده شده است. برای شاخص مصرف فرهنگی سؤالاتی به صورت باز در خصوص سلیقه فرهنگی (کتاب، موسیقی و فیلم) ساعت مطالعه کتاب، تعداد کتاب در کتابخانه شخصی، نحوه دسترسی به اطلاعات، ساعت کار در فضای مجازی به صورت باز مطرح و بعد از جمع بندی کدگذاری گردید و برای شاخص مدیریت بدن معرف‌هایی چون کنترل وزن، دست کاری پزشکی، میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی به

چهار متغیر اصلی پژوهش با گویه‌هایی برگرفته از پژوهش‌های پیشین و نظریات بوردیو تدوین گردید و داده‌ها با استفاده از ابزار پرسش‌نامه از پاسخگویان گردآوری شد. سبک زندگی از ۴ متغیر و ۴۸ گویه تشکیل و با مقیاس لیکرت سنجیده شد [۳۴].

الف) سبک زندگی: با توجه به دامنه تغییرات نمرات در این شاخص، آزمودنی‌ها از حیث سبک زندگی به سه گروه عامه، میان‌مایه و نخبه-گرایانه تقسیم شدند و بر مبنای کدگذاری نمره بین ۱ تا ۲.۳۳ نشان-دهنده سبک زندگی سنتی، نمره ۲.۳۳ تا ۳.۶۶ نشان‌دهنده سبک زندگی میان‌مایه نمره ۳.۶۶ تا ۵ نشان‌دهنده سبک زندگی مدرن است. گویه‌های این شاخص برای شاخص اوقات فراغت با توجه به طیف لیکرت در ۵ مقوله خیلی زیاد با نمره ۵، زیاد با نمره ۴، متوسط

اجتماعی پایین و نمره ۵ نشان دهنده پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا است.

### پیش فرض‌های تحلیل:

جهت انتخاب آزمون مناسب ابتدا باید از نرمال بودن توزیع شاخص‌های پژوهش اطمینان حاصل شود، بدین منظور از آزمون بارتلت استفاده گردید.

میزان **KMO**، ۰.۷۲ است؛ با توجه به این که این میزان بیشتر از ۰.۵ می‌باشد، می‌توان گفت این داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند و نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی‌دار است.

لذا داده‌ها از کفایت لازم برای آزمون برخوردار هستند

صورت سوال طیف لیکرت با گزینه‌های خیلی زیاد با نمره ۵، زیاد با نمره ۴، کم با نمره ۳، خیلی کم با نمره ۲ و اصلاً برایم مهم نیست با نمره ۱ و سئوال‌ها باز هزینه مورد استفاده برای آرایش و ورزش مورد سنجش قرار گرفت.

ب) نگرش به مادری از ۲۹ گویه تشکیل و با مقیاس لیکرت کاملاً موافق با نمره ۵، موافق با نمره ۴، تا حدودی با نمره ۳، مخالفم با نمره ۲ و کاملاً مخالفم با نمره ۱ سنجیده شده است. بر اساس دامنه تغییرات این شاخص، آزمودنی‌ها به سه گروه سنتی، بینابین (نیمه سنتی - نیمه مدرن) و مدرن تقسیم شدند.

ج) پایگاه اقتصادی و اجتماعی: شاخص پایگاه اقتصادی اجتماعی با متغیرهای میزان درآمد، قیمت واحد مسکونی، قیمت خودرو، منزلت شغلی، و میزان تحصیلات پاسخگو سنجیده و سپس با استانداردسازی متغیرها شاخص نهایی تدوین شد. نمره ۱ نشان دهنده پایگاه اقتصادی

### جدول ۲- آزمون KMO and Bartlett's

0.721	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	
741.015	Approx. Chi-Square	Bartlett's Test of Sphericity
300	Df	
0.000	Sig.	

### فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش

بین سبک زندگی و نگرش به نقش مادری رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- ۱- بین مدیریت بدن و نگرش به نقش مادری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین سبک خرید و نگرش به نقش مادری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین گذران اوقات فراغت و نگرش به نقش مادری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین مصرف فرهنگی با نگرش به نقش مادری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی و نگرش به نقش مادری رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های توصیفی: در جدول ۳ توزیع فراوانی متغیرهای زمینه‌ای پژوهش شامل سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، درآمد، سن ازدواج و شغل گزارش شده است.

با توجه به جدول ۴ میانگین نگرش به مادری ۳۶۱ و سبک زندگی ۲۰۴۸ است. با توجه اینکه در نمره گذاری، عدد ۱ پایین‌ترین سطح و عدد ۵ بالاترین سطح در نظر گرفته شده، نمره ۱ تا ۲/۳۳ سطح پایین، ۲/۳۴ تا ۳/۶۶ سطح متوسط و ۳/۶۷ تا ۵ سطح بالا است. بر این اساس نگرش به مادری در زنان، بلکه متوسط است. افزون بر این، میانگین متغیر سبک زندگی در بین زنان شهر رشت ۰.۲۵۷ است که این مقدار نیز متوسط می‌باشد.

### یافته‌های استنباطی:

یافته‌های استنباطی در قالب آزمون فرضیات و تحلیل مسیر ارائه شده است. از این حیث ابتدا نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرها و در گام بعدی تحلیل مسیر گزارش شده است.

### یافته‌ها:



جدول ۳- یافته‌های توصیفی پاسخگویان

سن	۱۹۲ نفر معادل ۵۰ درصد بالای ۵۰ سال (نسل کهن) و ۱۹۲ نفر معادل ۵۰ درصد نیز زیر ۴۰ سال (نسل جدید) اند.
وضعیت تاهل	۳۵۴ نفر معادل ۹۲٫۲ درصد دارای همسر و ۱۱ نفر معادل ۲٫۹ درصد بی همسر به دلیل فوت همسر و ۱۵ نفر معادل ۳٫۹ درصد بی همسر به دلیل طلاق و ۳ نفر معادل ۰٫۸ درصد جدا از همسر خود زندگی می‌کنند.
سطح تحصیلات	۴ نفر معادل ۱۰ درصد بی سواد، ۳۳ نفر معادل ۸٫۶ درصد زیر دیپلم، ۷۲ نفر معادل ۱۸٫۸ درصد دیپلم، ۴۶ نفر معادل ۱۲ درصد فوق دیپلم، ۱۲۷ نفر معادل ۳۳٫۱ درصد لیسانس، ۸۷ نفر معادل ۲۲٫۷ درصد فوق لیسانس و ۱۵ نفر معادل ۳٫۹ درصد نیز دارای مدرک دکتری‌اند.
درآمد	درآمد ۱۱۴ نفر معادل ۲۹٫۷ درصد کمتر از ۴ میلیون تومان، ۱۴۹ نفر معادل ۳۸٫۸ درصد درآمد بین ۵ تا ۹ میلیون تومان، ۸۵ نفر معادل ۲۲٫۱ درصد درآمد ۱۰ تا ۱۴ میلیون تومان ۲۳ نفر معادل ۳٫۴ درصد ۱۵ تا ۲۵ میلیون تومان و ۶ نفر معادل ۱٫۶ درصد نیز درآمد خانواده‌شان از ۲۶ تا ۵۰ میلیون تومان است.
سن ازدواج	۱۰۱ نفر معادل ۲۶٫۳ درصد در سن زیر ۱۹ سال، ۱۵۵ نفر معادل ۴۰٫۴ درصد در سن بین ۲۰ تا ۲۴ سال، ۹۹ نفر معادل ۲۵٫۸ درصد در سن بین ۲۵ تا ۲۹ سال، ۲۳ نفر معادل ۶ درصد در سن بین ۳۰ تا ۳۴ سال و ۵ نفر معادل ۱٫۳ درصد بالای ۳۵ سال ازدواج کرده‌اند.
شغل	۱۵۰ نفر معادل ۳۹٫۱ درصد از مادران خانه‌دار و ۲۳۳ نفر معادل ۶۰٫۷ درصد از افراد شاغل‌اند.

میانگین متغیرهای پژوهش به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۴- میانگین متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل و وابسته	میانگین	انحراف معیار
نگرش به مادری	۳/۶۱	۰/۴۱۷
سبک زندگی	۲/۴۸	۰/۲۵۷

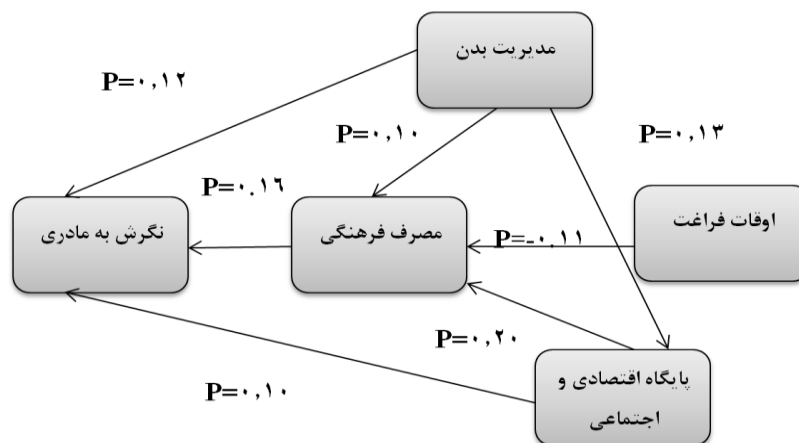
جدول ۵- نتایج آزمون همبستگی بین مولفه‌های سبک زندگی و نگرش به نقش مادری

فرضیات تحقیق	میزان ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	نتیجه
رابطه بین مدیریت بدن و نگرش به نقش مادری	۰/۳۲۴	۰/۰۰۰	تایید فرضیه
رابطه بین گذران اوقات فراغت و نگرش به نقش مادری	۰/۳۲۶	۰/۰۰۰	تایید فرضیه
رابطه بین سبک خرید و نگرش به نقش مادری	۰/۲۶۲	۰/۰۰۰	تایید فرضیه
رابطه بین مصرف فرهنگی و نگرش به نقش مادری	۰/۲۷۵	۰/۰۰۰	تایید فرضیه
رابطه بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و نگرش به نقش مادری	۰/۲۸۱	۰/۰۰۰	تایید فرضیه

است. بین سبک خرید و اوقات فراغت در زنان رابطه معنادار وجود دارد (0/001-). با توجه به میزان این همبستگی (0/153)، جهت این رابطه مستقیم و شدت آن ضعیف است. همچنین، بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی با نگرش به نقش مادری رابطه مثبت و معناداری مشاهده شد (P<0.000- PEARSON=0.326) شده رابطه متوسط و جهت آن مثبت است.

### تحلیل مسیر

با توجه به شکل ۲ و تحلیل مسیر انجام شده علاوه بر فرضیات فرعی تحقیق این فرضیات نیز مورد آزمون قرار گرفته است: بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و مدیریت بدن رابطه وجود دارد. بین مصرف فرهنگی و چگونگی اوقات فراغت رابطه وجود دارد. بین مدیریت بدن و مصرف فرهنگی رابطه وجود دارد. میزان اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، اوقات فراغت و پایگاه اقتصادی و اجتماعی بر نگرش به مادری در قالب مدل شکل شماره ۲ نمایان است:



شکل ۲- اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستق بر متغیر وابسته

مصرف فرهنگی 0/16، مدیریت بدن 0/15، پایگاه اقتصادی و اجتماعی 0/13 و اوقات فراغت -0/17 تاثیر بر نگرش به مادری دارند.

با توجه به جدول ۵ بین مدیریت بدن و نگرش به مادری در زنان (p<0.000- pearson=0.324) رابطه معنادار وجود دارد که با توجه به ضریب همبستگی این رابطه مستقیم و شدت آن متوسط است. یعنی، با افزایش میزان مدیریت بدن، نگرش به مادری نیز به سمت مدرن شدن می‌رود. بین میزان گذران اوقات فراغت و نگرش به مادری نیز همین حالت وجود دارد (p<0.000- pearson=0.326) و جهت این رابطه نیز مستقیم و شدت آن متوسط است. بین سبک خرید و نگرش به مادری در زنان (p<0.000- pearson=0.262) رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، اما شدت آن ضعیف است. به عبارتی با مدرن شدن سبک خرید، نگرش به مادری نیز به سمت مدرن شدن می‌رود. همچنین،

بین مصرف فرهنگی و نگرش به مادری در زنان (p<0.000- pearson=0.275) رابطه مستقیم، معنادار و ضعیفی وجود دارد.

با توجه به ضرایب همبستگی، بین میزان گذران اوقات فراغت، سبک خرید، و مصرف فرهنگی و مدیریت بدن در زنان رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. البته در همه موارد شدت این رابطه در حد ضعیف

همانگونه که ملاحظه می‌شود مصرف فرهنگی بیشترین اثر مستقیم را بر نگرش به مادری دارد. همچنین مدیریت بدن و پایگاه اقتصادی و اجتماعی دارای اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اوقات فراغت دارای اثر غیرمستقیم بر نگرش به مادری است.

جدول ۶ نشان‌دهنده میزان اثرات مستقیم و غیر مستقیم هر یک از متغیرهای پیش بین بر متغیر ملاک است. بر این اساس متغیر

جدول ۶- میزان اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر نگرش به مادری

اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	نگرش به مادری
۰/۱۶	-----	۰/۱۶	مصرف فرهنگی
۰/۱۵	۰/۰۰۴۱ و ۰/۰۱۳ و ۰/۰۱۶	۰/۱۲	مدیریت بدن
۰/۱۳	۰/۰۳۲	۰/۱۰	پایگاه اقتصادی و اجتماعی
-۰/۰۱۷	-۰/۰۱۷	-----	اوقات فراغت

نگرش‌های مربوط به نقش مادری بر پیوستاری از موافقت و پذیرش کامل تا رد و نفی قطعی آن قرار دارد که ناشی از تفاوت دیدگاه‌ها در موضوع منشأ مادری و مبانی ایدئولوژیک<sup>۱</sup> آن و رویکردهای موافق و مخالف اشتغال زنان و تقسیم کار جنسیتی است [۱۰].

پژوهش به این منظور، سبک زندگی زنان با معیارهای مدیریت بدن، سبک خرید، اوقات فراغت و مصرف فرهنگی سنجیده شد، و نگرش به مادری نیز در سه سطح تقسیم‌بندی شد: نگرش سنتی، بینابین و مدرن. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بین نگرش به مادری دو نسل تفاوت وجود دارد. جمعیت نسل جدید گرایش کمتری به ایفای نقش سنتی مادری و بیشتر گرایش بینابین و مدرن دارند. افزون بر این مسئله در تمام ابعاد سبک زندگی نظیر مدیریت بدن، سبک خرید، مصرف فرهنگی و اوقات فراغت نیز وجود دارد. این یافته با دیدگاه‌های بوردیو و گیدنز همسویی دارد.

زنان برای برخورداری از تجربه‌ی دوباره‌ای که با مادر خود داشته‌اند، می‌خواهند که مادر شوند و مادری کنند و با بچه‌دار شدن، روابطی را که با مادران خود داشته‌اند بازآفرینی می‌کنند. یک زن با مادری کردن نسبت به یک کودک، عمیق‌ترین احساس رابطه و وابستگی را بازآفرینی می‌کند؛ از این رو تقسیم جنسی کار با خواست زنان برای مادری کردن بازتولید می‌شود [۲۶].

افزون بر این، یافته‌های پژوهش با یافته‌های تحقیق بیگون و همکاران (۱۴۰۰)، جعفری و همکاران (۱۴۰۱)، محمدی و همکاران (۱۴۰۱) و دراهکی (۱۴۰۲) همسوی دارد. در این تحقیقات بر مصرف فرهنگی و فراغت زنان تاکید شده است. زنان به منظور ارائه نقش‌های متفاوتی از خود در فضاهای خارج از خانه درصد ارائه بر ساخت متفاوتی از خود هستند. گاهی با تحصیلات گاهی در قالب سوپرمام‌ها، گاهی با کاهش فرزند آوری و گاهی نیز با کنار نهادن وظائف مادی در خانه با این وضعیت روبرو شده‌اند. در این پژوهش نیز رابطه مثبت و معناداری بین فراغت، مصرف فرهنگی و سبک خرید مشاهده شد. در این تحقیقات، به خصوص تحقیق دراهکی و جعفری و همکاران

### بحث و نتیجه گیری

با توجه به وضعیت گذار جامعه امروزی و با در نظر گرفتن تحول نقش‌های اجتماعی سنتی زن و مرد، زنان در تلاش برای جایگزینی نقش‌های جدید به جای نقش‌های سنتی، از برخی ارزش‌های سنتی دست شسته‌اند، اما در دست‌یابی به ارزش‌های جدید نیز توفیقی نیافته‌اند.

این پژوهش با محور اصلی ارتباط سبک زندگی و نگرش به نقش مادری انجام پذیرفته است و فرضیه اصلی پژوهش می‌باشد.

پژوهش حاضر نشان می‌دهد میان سبک زندگی و نگرش به مادری بین زنان، رابطه معنادار وجود دارد. به عبارتی، با مدرن شدن سبک زندگی، نگرش به مادری نیز به سمت مدرن خواهد رفت. با توجه به آزمون فرضیه‌ها بین نگرش به مادری و سبک زندگی رابطه معنادار وجود دارد. بدین صورت که با مدرن شدن سبک زندگی، نگرش به نقش مادری در زنان نیز مدرن می‌شود. با توجه به آزمون فرضیه اصلی پژوهش بین سبک زندگی و نگرش به مادری در زنان رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به اینکه امروزه با رشد ورود زنان به فضای دانشگاهی، رسانه‌های اجتماعی و عوامل دیگر، زنان با برداشت‌ها، مفاهیم، ارزش‌ها و نگرش‌های جدیدی آشنا می‌شوند و با دیدی دیگر به نقش‌های سنتی خود می‌نگرند. در پی تغییرات به‌وجودآمده، با افزایش میزان تحصیلات و ورود به حیطه‌ی فعالیت‌های اجتماعی، آگاهی زنان دستخوش تغییرات شده و مطالبات آنان افزایش یافته است. یافته‌های این مطالعه همسو با دیدگاه گیدنز [۲۷] چنین شناختی از خود و هویت را بازاندیشانه می‌داند، چرا که سبک زندگی با مفهوم انتخاب کردن پیوند دارد و مادران نیز می‌توانند شیوه زندگی خود را از راه شیوه‌های موجود انتخاب کنند. در نتیجه سبک زندگی مادران نه کاملاً سنتی و نه دقیقاً مدرن است. بنابراین این زنان از یک سو تمایل دارند به روز، تحصیل کرده، دارای وجهه اجتماعی و سایر مؤلفه‌های مدرن باشند، از دیگر سو گرایشی برای مادر بودن و ایفای نقش مادری در این زنان همچنان پایدار است.

<sup>1</sup> -Ideological foundations

در خصوص فرضیه رابطه بین مصرف فرهنگی و نگرش به نقش مادری نیز باید گفت که جهت آن مثبت و شدت آن ضعیف گزارش شد. در خصوص ضعیف بودن شدت آن می‌توان گفت که مصرف فرهنگی با مصرف چیزهای مرتبط است که بار آموزشی دارند، از جمله روزنامه، کتب، سینما، رفتن به کافه‌ها و غیره. در اینجا اثرات آن تدریجی و گام به گام است. به این معنا زنان با تغییر ذهنی روپرو شده و با آگاهی درمی‌یابند که نقش‌های سنتی و انتقال ارزشی ناشی از آنها، نقش‌های بر عهده آنها نهاده که ناصواب است. لذا، با آگاهی که از مصرف نمادها و منابع فرهنگی که بدست می‌آورند، خود را محقق نقش‌های غیر از مادری صرف می‌دانند. در اینجا، زنان سعی دارند که با برابری در نقش‌ها خود را همچون مردان بدانند و به ذات‌های فرهنگی خود پاسخ بدهند. برای مثال، گذراندن بخش از زمان خود در کافه‌های کتابخوانی در شهر رشت که در حال گسترش است، دلالت بر مصرف فرهنگی و فروگذاری بخشی از نقش‌های مادری دارد که زنان کمتر به پختن غذا می‌پردازند و سعی دارند با تهیه غذا از بیرون و یا محول‌سازی آن به همسر یا دختران خود، مصرف فرهنگی خود را تعمیق بخشند.

در نهایت، در خصوص متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی باید گفت که این متغیر با ایجاد فرصت‌های زیادی برای زنان، عملاً انتخاب-های زیادی به آنها می‌دهد که به وظایف درون خانه خود کمتر بپردازند. زنان با پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر، با استقلال اقتصادی و قدرت خرید خود از یک سو و مصرف فرهنگی و مصرف مادی ناشی از قدرت اقتصادی خود، کمتر همچون زن خانه‌دار عمل می‌کنند. بکارگیری خدمت‌کار و سپردن فرزندان خود به مهدکودک‌ها، وظائف مادی خود را کاهش می‌دهند. علاوه بر این، آنها با قدرت مالی که دارند، از فراغت بالاتری برخوردار هستند که این امر به آنها اجازه می‌دهد که به ارزش‌های سنتی ازدواج، اشتغال تمام وقت و نیز فرزندآوری با تعداد زیاد تن ندهند. لذا، وضعیتی نخبه‌گرایانه به خود گرفته که در قالب مد و سبک‌های مدرن عمل کرده که می‌توانند با ورزش بیشتر، سبک غذایی رژیمی و مصرف فرهنگی بیشتر، هم مدیریت بدن خود را بیشتر کنند و هم با آگاهی بیشتر به مبارزه با نقش‌های مادری نهادینه شده بپردازند.

در مجموع، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهند که سبک زندگی تاثیر معناداری با نگرش به نقش مادی زنان متاهل دارای فرزند شهر رشت دارد. سبک زندگی، موقعیت سیال و شناوری به زنان داده است، زیرا آنان را از وابستگی‌های مرتبط با جامعه‌پذیری سنتی و نقش‌های برآمده از آن از یک سو و سلسله‌مراتب‌های طبقاتی رها کرده (با مصرف فرهنگی)، قدرت‌گزینی و خلاقیت بیشتری به آنان داده، مشارکت مادی و تولیدی آنان را تسریع نموده، هویت اجتماعی جدیدی از بطن مصرف به آنان اعطاء کرده که همین امر باعث شده به مرور زمان نقش مادری آنان کمرنگ شود. سبک زندگی با تأکید بر مصرف (مادی و فرهنگی) مشارکت اجتماعی زنان را ارتقاء بخشیده و باعث شده که آگاهی جنسیتی آنان افزون گردد. اگر اوقات فراغت را به دلایل متعدد نظیر، اختلاف درآمد و دسترسی نامناسب به فضاهای فراغتی، منبع هویت بخش ضعیف‌تری برای زنان بدانیم، اما مصرف

مشخص شده است که مادران همچنان که در فرزندپروری و الگوهای والدگری خود در ظاهر از کلیشه‌های سنتی فاصله می‌گیرند، در آنچه به مفهوم مادری یا زنانگی و نقش‌های مربوط به آنهاست، از همان الگوی پیشین استفاده می‌کنند و دنباله‌روی آنها به شمار می‌آیند. به نظر می‌رسد مادران سعی می‌کنند از نقش خود فاصله بگیرند و همراه با نقش مادری، به دیگر جنبه‌های زندگی مانند مطالعه و تجربه مصارف فرهنگی در اوقات فراغت بپردازند [۱۳]. با توجه به تحقیق عنایت و مردانی این مسئله در این پژوهش هم مورد تأیید است که نقش مدرن مادری در عصر جدید با توجه به دگرگون‌سازی سامانه‌های ارزشی و نقش‌های جنسیتی رخ داده است. [۲۵]

از حیث تحلیل فرضیات تحقیق باید گفت: بین مدیریت بدن و نگرش به مادری در زنان رابطه معنادار وجود دارد. مدیریت بدن با ایجاد ظرافت‌های از حیث تناسب اندام و استفاده از رژیم‌ها و سبک‌های غذایی و نوع پوشش متناسب با بدن، ذات‌های زنان را مجبور به نمایش آن در محیط خارج از خانه می‌کند. در این حالت، نقش‌های طبیعی زنانه به تدریج به عنوان مانع این وضعیت تلقی شده و زنان سعی دارند که این نقش‌ها را واگذارند یا همچون گذشته با آنها برخورد نکنند. [۳۶] برای مثال، زنان با فرزندآوری مخالفت کرده و این راه مانعی برای مدیریت بدن خود می‌دانند. لذا، با کاهش فرزندآوری و یا عدم فرزندآوری نقش‌های مادرانه خود از دست داده و بیشتر به بدن و زیبایی‌های آن می‌اندیشند.

در خصوص فرضیه بین میزان گذران اوقات فراغت و نگرش به مادری نیز رابطه معنادار و مثبتی مشاهده شد. در خصوص این فرضیه باید گفت که اوقات فراغت عمدتاً مستلزم گذاران آن در خارج از خانه است. زنان با ورود به مکان‌های تفریحی و گردشگری و یا پرداختن به ورزش ضمن اینکه بخش زیادی از زمان خود را خارج از خانه می‌گذرانند، نقش‌های درون خانه را تعدیل یا کنار می‌گذارند. در غیر این صورت امکان گذران اوقات فراغت زیادی ندارند. لذا، گذران اوقات فراغت با بیرون کشیدن زنان به فضاهای خارج از خانه، نقش مادری را به امری ثانویه تبدیل می‌کند. در این حالت، زنان خود را ملزم به ایفای نقش‌های سنتی نکرده و دائماً به تعدیل وظائف مادری خود می‌پردازند.

افزون بر این، بین سبک خرید و نگرش به نقش مادری در زنان رابطه مستقیم و معناداری مشاهده شد. اما برخلاف دو فرضیه فوق (متوسط)، شدت آن ضعیف است. سبک خرید زنان شهر رشت عمدتاً مدرن و با نوعی پاساژگردی همراه است که در واقع بخشی از اوقات فراغت آنها را نیز پر می‌کند. زنان با خرید چیزهای مدرن که شامل لباس‌های خاص، وسایل لوکس منزل و حتی وسایل غیرضروری که جنبه نمایشی دارند، نشان می‌دهند که نقش‌های مبتنی بر قناعت مادرانگی، تنظیم اقتصادی و مدیریت مالی را نمی‌پذیرند. در اینجا، فعالانه وارد حیطه خرید شده و با برجسته‌سازی آنچه خریده‌اند از یک سو و بازنمایی نشانه‌های مادی و غیرمادی خرید که خود را از طریق برند و یا قیمت نشان می‌دهد، به مبارزه پنهانی و آشکار با نقش‌های زن خانه‌دار می‌پردازند.

پیش از اجرای پژوهش از شرکت‌کنندگان رضایت آگاهانه گرفته شد و تمام شرکت‌کنندگان با رضایت خود در پژوهش شرکت داشتند و محققان به آن‌ها اطمینان دادند که نتایج تحقیق محرمانه خواهد بود.

#### حامی مالی

تمام منابع مالی و هزینه پژوهش و انتشار مقاله تماماً بر عهده نویسندگان بوده و هیچ‌گونه حمایت مالی دریافت نشده است.

#### تعارض منافع

این نوشتار برگرفته از پایان‌نامه دوره دکترا تحت عنوان «تبیین جامعه شناختی تجربه زیسته مادران زنان و مطالعه تحولات نگرشی به آن: مورد مطالعه زنان شهر رشت» مصوب گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران مرکز است و با منافع شخصی یا سازمانی منافات ندارد.

فرهنگی و مصرف مادی (سبک خرید) از طریق گرایش به مصرف که خود را در مطالبات گوناگون و مدها نشان می‌دهد، تا حدی حصارهای کلیشه‌ای را با مدد رسانه‌ها و دیگر منابع آگاهی‌بخش درهم شکسته است و باید در سال‌های آتی منتظر مطالبات برابری‌جویانه و بدون خشونت در بین زنان بود. این وضعیت، اگر در بستری آنومیک قرار بگیرد و با پذیرش همراه نباشد، حالتی سیال‌گونه ایجاد می‌کند که از مختصات آن فراز و فرودهای شتابناک در میدان فرهنگ و مصرف فرهنگی است. از جمله پیامدهای این وضعیت سیال، ناپایداری و تضاد در خانواده و نقش‌های مربوط به آن است، که جلوه‌های آن در تعریف - یا در واقع، عدم تعریف - نقش‌های مادری و تناسب و تطابق آن با وضعیت جدید جامعه ایرانی قابل ملاحظه و محل تأمل است. در مقام پیشنهاد کلی برآمده از یافته‌های این پژوهش می‌توان به ضرورت اهتمام جدی در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و پرداختن کارشناسانه‌ی مجموعه کارگزاران فرهنگی کشور در سازمان‌ها و نهادهای متولی الگوسازی فرهنگی در خروج از وضعیت آنومیک تأکید کرد.

#### ملاحظات اخلاقی

#### References

- Ebadollahi Chenzanagh, Hamid, Chavoshian Hassan, Ismailzadeh Salestani Maryam (2014) Patriarchy, Distorted Modernity and the Exposure of the Female Body: A Study in the City of Rasht. Iranian Journal of Social Studies, Volume ۹, Number ۴, pp ۵-۳۴.[in persian].
- Soroush, M, & Bohrani, SH,. (2013). Relationship between religiosity, attitude towards gender roles and attitude towards children. With the actual and ideal number of children. Journal of women in development and politics. 11 (2): 189-208.[in persian].
- Abbott, Pamela and Wallace, Keller (۲۰۰۶) Sociology of Women, translated by Manijeh Najm Iraqi, Tehran: Ney. Pp113.182-184 .[in persian].
- Statistics Center of Iran, ۱۳۹۰, ۱۳۸۵. Detailed results of the census, Tehran: Statistics Center of Iran.[in persian].
- Friedman, Jane (۲۰۰۲) Feminism, translated by Firoozeh Mohajer, Tehran: Ashian.p11.[in persian].
- Jafari et al. 2022: Investigating the relationship between lifestyle and social support with women's maternal identity (case study: women of Isfahan city) .[in persian].
- Rastegar Khalid, Amir (۲۰۱۶) Women, Religiosity and Motherhood, Women in Development and Politics, Volume ۱۴, Number ۱.p31.[in persian] .
- Karimi, Youssef (2016) Social psychology: theories, concepts and applications. Tehran: Arsbaran.[in persian].
- Chodoro , nancy.(1978) the reproduction of mothering .berkeley: univercity pf California : press.
- Kardavani, Rahele (2016) Examining the policies of the Islamic Republic of Iran in the field of motherhood and the pathology of their realization process (with an emphasis on employment policy), thesis of the doctoral course in the field of women's studies, women's rights in Islam, University Tarbiat Modares, Faculty of Humanities.[in persian].
- Ahmadi Faraz, Mansoura, Abedi, Heydar Ali, Azarbarzin, Mehrdad (2013) Explaining the experiences of working women regarding

- the role of mother: a phenomenological qualitative research. *Qualitative research in health sciences*, volume 3. Number 2, pages 137-148. [in persian].
12. Bigvand, Mina, Kazemi, Abbas, Basirian Jahromi, Hossein (۲۰۲۱) Super Moms and the concept of motherhood in cyberspace, women in culture and art, Volume ۱۳, Number ۱, Spring, ۱۶۳-۱۳۹.[in persian].
  13. Darahaki, Ahmed; Akhwan Aramaki, Masoumeh (2023), attitude towards maternal identity and intention to have children: a study among women with at least one child in urban areas of Kashan city, *Women in Development and Politics*, Volume 21, Number 3. Page 1-.
  14. Dobwar, Simon (2010) *The Second Genre*, translated by Qasim Sanavi, Tehran: Tos. Second edition. The second volume.p.403.[in persian].
  15. Sadeghi, Rasool, Shahabi Zahra (2016) Qualitative study of obstacles and challenges of motherhood of working women in Tehran. *Quarterly Journal of Social Studies and Research in Iran*, Volume 6, Number 4, pp. 715-734. [in persian].
  16. Mohammadi, Seyed Agila; Mousavi, Seyyed Yaqoub; Turkman, Farah (2022) Examining the maternal experience of working women in managerial positions (a case study of working women in the Ministry of Oil), *Journal of Social Sciences*, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, 19th year. Page 27-60.
  17. David, Miriyam (1985) *Motherhood and social policy – a matter of education*. *Critical Social Policy*, 32.
  18. Dickson Martina (2018) The joys and challenges of academic motherhood. *Woman`s Studies International Forum*.(www.elsevier.com)p.6.
  19. McGannon Kerry R, McMahan Jenny, A Gonsalves Cgristine (2018) *Juggling motherhood and sport: A qualitative study of the negotiation of competitive recreational athlete mother identities*. *Psychology of sport & Exercise* .www.elsevier.com
  20. Chamani Blabiglou, Solmaz (2014) *The study of sociological determinants of fertility during the last two generations (case study; married women of Tehran*. PhD thesis of Islamic Azad University, Central Tehran branch.[in persian].
  21. Khandan, Zahra, Seidan, Fariba (2016) *Women`s lived experience of fertility (attitude, causes, strategies and strategies of mothers towards fertility*. *Islamic Studies of Women and Family*. Biannual Scientific-Specialist Journal. Year 4, Number 6, Spring and Summer pp. 31-56. [in persian].
  22. Sadeghi Hasan Vand (2016) *The lived experience of women with one child*. Thesis for receiving a master`s degree in women`s studies. Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai University.
  23. Mohebbi, Masoumeh (۲۰۱۵) *Female Students and Tendency to Mother Culture (Case Study of Guilan University Students)* Master Thesis, Department of Social Sciences, Sociological Trend. University of Guilan.[in persian].
  24. Mohammadi, Azam (2013) *Investigating the lifestyle situation of women in Gorgan city in 2012 (comparison of mothers and daughters)* Master`s thesis in sociology. University of Economic and Social Sciences, Tehran West Branch.
  25. Bakak, Robert (2002), *Consumption* (translation by Khosrow Sabouri), Tehran, Shirazeh Publishing House, first edition.p.91,39.[in persian].
  26. Bourdieu, Pir (2016) *Distinction (social criticism of taste judgments)*. Translated by Hasan Chavoshian. Tehran: Third Edition, Fourth Edition.243-246.[in persian].
  27. Stones, Rob (2013) *The great thinkers of sociology* (translated by Mehrdad Mirdamadi) Tehran. Center publishing

- house, 9th edition.357,358.[in persian].
- Journal, 18th year, number 4. Winter 2016, pp. 130-164 .[in persian].
28. Giddens, Anthony (۱۹۹۹) Modernity and Individuality (Society and Personal Identity in the New Age, translated by Nasser Moafaqian, Tehran: Ney Publishing, second edition.[in persian].
29. Fazli, Mohammad (2012) Consumption and lifestyle, Tehran, Research Institute of Culture, Art and Communication..66. .[in persian].
30. Entezari, Ali, Afzali, Marzieh (۲۰۲۰) Mother: Types, meanings and motives. Gender and family studies. Number one. Spring and summer.[in persian].
31. Rastgar Khaled, Amir, Mojdeh Delavari (BTA) The evolution of girls' attitudes towards the role of mothers, abstracts of the articles of the Mother's Conference.[in persian]
32. Mirzanjad, Maryam (2009) A Study of Maternal Experience among Young Women. Master Thesis in Women Studies. Allameh Tabatabai University. Faculty of Social Sciences.[in persian].
33. Nik Farjam, Samieh (2014) The effect of lifestyle on the fertility desire of women aged 15 to 49 in Shahr-Babak city. Master's thesis. Faculty of Social and Economic Sciences, Al-Zahra University (S), social sciences, research orientation.[in persian].
34. Nachmias Chava Frankfort , Nachmias, David , DeWaard Jack Research Methods in the Social Sciences. Translate by oroush.fazeli,Tehran oroush publication,p271.[in persian].
35. Enayat Halima .Mardani Marzieh(2011)Globalization and maternity crisis Tarbiat Tablighi Research Journal of the first year of winter number 2[in persian].
36. Rifat Jah, Maryam (2017) Young women and redefining the meaning and role of motherhood, a study on women, aged 25-40, living in the city of Ray, Iran Sociological

