

بررسی تأثیر مقدار حضور در عرصه عمومی و استفاده از رسانه‌های جمعی بر مقدار آگاهی زنان نسبت به حقوق خانوادگی خود مورد مطالعه: زنان شهر ارومیه در سال ۹۵

ربابه پورجلی^۱

تاریخ پذیرش: ۹۷/۴/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۱۵

چکیده

این پژوهش، با هدف بررسی مقدار آگاهی زنان شهر ارومیه از حقوق خانوادگی خود با توجه به تأثیر متغیرهای مقدار حضورشان در عرصه عمومی و مقدار استفاده از رسانه‌های جمعی انجام شده است. روش پژوهش، پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه بوده است. جامعه آماری پژوهش دربرگیرنده تمامی زنان بالای ۱۹ سال ساکن شهر ارومیه در سال ۱۳۹۵ می‌باشد که بر اساس فرمول کوکران، تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند و پرسش‌نامه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بین پاسخگویان توزیع شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند، مقدار آگاهی زنان شهر ارومیه از حقوق خانوادگی‌شان در سطح متوسط (۵۴٪) بوده و عوامل حضور در عرصه عمومی، مدت استفاده از رسانه‌های جمعی و متغیرهای زمینه‌ای (سن، تأهل و پایگاه اجتماعی و اقتصادی) در مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی‌شان مؤثر می‌باشد. تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد، متغیر حضور زنان در عرصه عمومی با ضریب بتای (۶۶۷)، بیش‌ترین سهم را در تبیین و پیش‌گویی مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی‌شان داشته است. هم‌چنین، با تحلیل مسیر معلوم شد، مدل تجربی پژوهش حدود ۶۰ درصد از واریانس متغیر آگاهی زنان از حقوق خانوادگی را تبیین می‌کند.

واژه‌های کلیدی: حقوق خانوادگی، عرصه عمومی، وسایل ارتباط جمعی.

^۱ - گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، زنجان، ایران.

* - نویسنده مسئول مقاله: pourjabali@gmail.com

پیشگفتار

حقوق خانوادگی دربرگیرنده تمامی حقوقی است که به خانواده مربوط می‌باشد و چون ازدواج و نسب از ارکان تشکیل دهنده خانواده بشمار می‌رود، حقوق خانوادگی باید در درجه نخست از روابط بین زوجین و سپس روابط آن‌ها با فرزندان بحث کند (Tavana, 2011). حقوق خانوادگی بخشی از حقوق مدنی است که قوانین مربوط به نفقه، مهریه، حضانت فرزندان، ارث، حضور در فعالیت‌های اجتماعی، اشتغال، حق تحصیل و ... را در برمی‌گیرد. در سالیان اخیر رویکرد به ارتقاء منزلت اجتماعی زن در قوانین حقوقی و مدنی مورد توجه قرار گرفته است؛ حتی در اصل ۲۱ قانون اساسی بر حفظ حقوق زن و ایجاد زمینه مساعد برای رشد شخصیتی او تأکید شده است. اگر تنظیم قوانین حقوق خانوادگی را در جوامع گوناگون برای رعایت عدالت اجتماعی در خانواده فرض کنیم، اما آمار بالای خشونت علیه زنان، طلاق، پایین بودن نرخ مشارکت‌های اجتماعی و ... لزوم آگاهی آن‌ها را با حقوق‌شان ضروری می‌نماید. به باور هابرماس، اگر شهروندان جهان بخواهند در کره زمین به سازماندهی خود بپردازند و شکلی از نمایندگی انتخابی دموکراتیک را بیافرینند، برای همبستگی هنجارهای خود، مبنایی جز آگاهی ندارند (Ansari & Adibi, 1997).

نظریه‌های آگاهی از نابرابری‌های اجتماعی بر این فرض عمده استوار است که مطالبه اقدام‌های اصلاحی در مورد حذف یا تعدیل وضعیت موجود، ابتدا نیاز به باخبری، آگاهی و تصدیق افراد از وضع نابرابری و غیرعادلانه دارد چرا که بی‌اطلاعی از قانون هنگام تنظیم روابط و نیز موقع مراجعه به محکمه، عاملی مهم در تعارض میان واقعیت و حقوق است. زنان به عنوان نیمی از جمعیت انسانی و یکی از ستون اساسی خانواده، زمانی شاهد دگرگونی و تغییر در منزلت اجتماعی‌شان خواهند بود که با دنیای اجتماعی خود ارتباط داشته باشند چرا که عدم ارتباط با دنیای اجتماعی، مانع بزرگی در کسب آگاهی از حقوق زنان بوده است.

براساس آخرین جدول شاخص تبعیض جنسی سالیانه، در میان ۱۳۴ کشور، نام ایران با شاخص ۰/۵۸۴ در ردیف ۱۲۸ قرار گرفت. هم‌چنین، براساس چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار سال ۱۳۹۰ که از سوی مرکز آمار ایران انتشار یافته است، نرخ بیکاری زنان جوان (۱۵ تا ۲۴ ساله) ۴۲/۷ درصد است در صورتی که نرخ بیکاری مردان در سنین یاد شده ۲۰/۱ درصد اعلام شده است (Jalaei, 2011).

این پژوهش با هدف شناخت مقدار آگاهی زنان شهر ارومیه از حقوق خانوادگی با مبنا قراردادن پارادایم کنش متقابل نمادین، به دنبال پاسخ به این مسئله اساسی است که عوامل مؤثر در آگاهی بخشیدن به زنان در مورد حقوق خانوادگی‌شان کدامند؟ یا به پای تحولات جهانی در کشور ما شکل خانواده از حالت گسترده به حالت هسته‌ای مبدل شده است، اما همچنان سنت‌ها و باورهای خانواده گسترده و نظام ارباب رعیتی در تعاملات اجتماعی دیده می‌شود. زن که در نظام ارباب و رعیتی به

عنوان جنس دوم قلمداد می‌شد و از حضور او در اجتماعات جلوگیری شد، همچنان در مناطقی از کشور، وجود دارد و این قشر عظیم جامعه، خود را محدود به محیط خانه کرده و در اجتماع عرض اندام نکرده است. این گروه کثیر از افراد جامعه، نه تنها بازتولیدکنندگان زیست شناختی یک گروه قومی هستند بلکه حاملان فرهنگی نیز می‌باشند که نقش اساسی در انتقال نهادهای فرهنگی و زبانی به جوانان را به عهده دارند و مظهر نمادین تمایز و وحدت ملی در نظر گرفته می‌شوند (Hezarjaribi & Amanian, 2011). اما در سال‌های اخیر تعدی مردان به حقوق سایر اعضای خانواده به گونه عام و زیرپا گذاشتن حقوق زن به گونه خاص از سوی محافل حمایت از کانون خانواده گزارش می‌شود. به گونه‌ای که در سال ۱۳۸۸، ۸۳۳۲ مورد خشونت به ثبت رسیده است که از این تعداد ۲۳۰۰ مورد خشونت جسمی، ۲۰۰۰ مورد روانی، ۳۰۰۰ مورد سهل انگاری و ۹۴۵ مورد هم خشونت جنسی علیه زنان در ایران بوده است (Karimian, 2011). دخالت زنان در مسایل اجتماعی و سیاسی، سبب آگاهی بخشیدن به حقوق و گریز از فقر فرهنگی خواهد بود و آگاهی نسبت به حقوق خود در واقع نخستین گام برای دفاع از آن است. به بیان دیگر، هرچه زنان در جامعه منفعلانه برخورد کنند، احتمال تضییع حقوقشان، از جمله حقوق خانودگی شان حتمی است، اما اگر زنان نسبت به حقوق خود، آگاهی داشته باشند، زمینه حضورشان در جامعه و اجتماعات امکان‌پذیر خواهد شد. در چنین برداشتی، زن از حالت شیء بودن و استثماری، خارج شده و ضمن بازیافتن وظیفه خطیر اجتماعی و سیاسی خود، همگام با مردان در عرصه‌های عمومی جامعه فعال و از ارزش و کرامتی والاتر برخوردار خواهد بود، اما متأسفانه با وجود همه توجهاتی که در این زمان به حقوق زنان و پویایی و مشارکت جدی آنان در جوامع انجام گرفته، هنوز هم تفاوت‌های برتری جویانه مردان نسبت به زنان، مشهود است، اما تتبع و پژوهش در مورد آگاهی زنان نسبت به حقوق خانوادگی، به عنوان بخشی از مطالعات زنان به دلیل اهمیت بنیادی که در وضعیت زنان در عرصه‌های گوناگون دارد، امری ضروری است. برای تبیین نظری این پژوهش از پارادایم کنش متقابل نمادین استفاده شده است. از صاحب‌نظران و نظریه پردازان مهم این دیدگاه می‌توان «جرج هربرت مید»،^۱ «هربرت بلومر»،^۲ «مانفورد کان»،^۳ «چارلز هورتن کولی»،^۴ «توماس لاکمن»،^۵ و «پیتر برگر»^۶ را نام برد. در این پارادایم بر انسان فعال به جای انسان منفعل در ساخت

^۱ - mead Herbert Georg

^۲ - Blumer ertHerb

^۳ - kuhn manford

^۴ - cooley Horton charls

^۵ - Luckmann Thomas

^۶ - Berger peter

اجتماع تأکید می‌شود و انسان را موجودی متفکر می‌داند که دارای اختیار بوده و وقتی در برابر موقعیت قرار می‌گیرد، آن موقعیت را تفسیر می‌کند و سپس بر اساس تحلیل و تفسیر از موقعیت، دست به کنش - و نه واکنش - می‌زند. فعال بودن انسان در تفاوت تعریف نظریه‌پردازان کنش متقابل نمادین با جامعه‌شناسان دیگر در معنای «اجتماعی شدن» معلوم می‌شود؛ به این گونه که جامعه‌شناسان، اجتماعی شدن را فراگردی می‌دانند که در طول آن، انسان چیزهایی را یاد می‌گیرد که برای بقا در جامعه به آن‌ها نیاز دارد؛ مثل نقش، پایگاه اجتماعی، فرهنگ و...؛ یعنی برای فرد نقش خلاق را قایل نیستند بلکه انسان را در فراگرد جامعه‌پذیری پذیرنده منفعل می‌دانند، اما از دیدگاه نظریه‌پردازان کنش متقابل نمادین، اجتماعی شدن فراگرد پویاتری بشمار می‌آید که به انسان‌ها اجازه می‌دهد تا توانایی اندیشیدنشان را پرورش دهند و مهم‌تر این که آن‌ها اجتماعی شدن را فراگرد یک سویه‌ای نمی‌دانند که طی آن کنشگر تنها داده‌هایی را دریافت کند و همه آن‌ها را بپذیرد بلکه آن را فراگرد پویایی می‌دانند که کنشگر از راه آن داده‌های بدست آمده را با توجه به موقعیت و مصالح مکانی و زمانی شکل می‌دهد و با نیازهای سازگار می‌سازد (Ritzer, 2008).

هربرت بلومر انسان را موجودی می‌داند که با ساخت طبیعی مشخصی که وجه متمایز آدمی در برابر سایر حیوانات است، می‌تواند به تشکیل خود موفق شده و به جای واکنش و یا پاسخ به انگیزه‌ها و یا عوامل درونی و بیرونی در برابر آن‌ها کنش کند. بر اساس نظر بلومر، کنش متقابل اجتماعی، فرایندی است که انسان در آن به مدد قوه تفسیر، رفتار و سلوک خویش را در برابر دیگران شکل و سامان می‌دهد و یا سلوک، خود را در برابر دیگران و یا موقعیت اجتماعی می‌سازد (Tanhaei, 2002).

به نظر بلومر کنش‌های فرد، کنش‌های ماشینی نیست که از گذشته در فرد نهادینه شده باشد و بلکه ذهن او گردیده باشد بلکه کنش‌ها ناشی از فراگردی است که کنشگر از راه آن عملش را ساخته و پرداخته می‌کند. بلومر بر این باور است؛ فرایند کنش متقابل اجتماعی شامل دو مرحله است: ۱- یادگیری ۲- اجتماعی شدن؛ بنابراین، بر اساس این نظریه، انسان یاد می‌گیرد که چگونه با قواعد موجود زندگی کند. افراد انسانی از راه یادگیری هنجارهای اجتماعی (قوانین حقوقی) و فهم اهداف جمعی و با هم‌سازی خود با آن‌ها وارد سیستم اجتماعی می‌شود؛ سپس در گام دوم در برابر موقعیت‌ها و در کنش در هم تنیده با دیگران، کنش‌سازی می‌کند، یعنی به ساختار شدگی^۱ می‌رسد (Tanhaei, 2002). هربرت بلومر فرایند اجتماعی شدن را به وسیله آژانس‌ها یا واسطه‌هایی ممکن می‌داند که به واسطه آن‌ها فرایند یادگیری (جامعه‌پذیری) رخ می‌دهد و پس از آن فرایند

^۱ - Merging

اجتماعی شدن شکل می‌گیرد. این واسطه‌ها عبارتند از: ۱- والدین، ۲- دیگرمهم، ۳- گروه همالان، ۴- مدارس، ۵- مجامع عمومی، ۶- رسانه‌های جمعی (Ibid).

افرادی چون ترنر و رایزمن نیز بر نقش رسانه تاکید کرده اند به گونه‌ای که ترنر بر این باور است که رسانه‌ها پیچیده‌ترین ابزار برای القای اندیشه‌ها و کارآمدترین تسلیحات برای تسخیر آرام جوامع هستند. در این پژوهش نیز فرض بر این است که زنان به عنوان کنشگران اجتماعی، برای وارد شدن در سیستم اجتماعی بایستی قوانین حقوقی و هنجارهای اجتماعی مرتبط با نهاد خانواده را یاد بگیرند و با فهم آن به کنش درهم تنیده با سایر اعضا بپردازند، اما با توجه به واسطه‌های بیان شده در تئوری بلومر به نظر می‌رسد عوامل حضور در مجامع عمومی یا به گفته هابرماس -عرصه عمومی- و استفاده از رسانه‌های جمعی، می‌تواند در مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی مؤثر باشد. لذا، این پژوهش با هدف شناخت مقدار آگاهی زنان شهر ارومیه از حقوق خانودگی‌شان و نقش حضور زنان در عرصه عمومی و تأثیرمدت استفاده از وسایل ارتباط جمعی و همچنین، نقش جایگاه اقتصادی و اجتماعی زنان به عنوان عوامل تأثیر گذار در مقدار آگاهی آن‌ها نسبت به حقوق خانوادگی‌شان انجام شده است. بر اساس چارچوب نظری بالا، در پی تبیین فرضیه‌های زیر هستیم. فرضیه نخست: مقدار حضور زنان در عرصه عمومی بر آگاهی آنان از حقوق خانوادگی‌شان مؤثر است (برمبنای نظریه هابرماس و هربرت بلومر).

فرضیه دوم: مدت استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی‌شان مؤثر است (برمبنای نظریه هربرت بلومر و جانانان ترنر و رایزمن).

فرضیه سوم: مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی بر اساس پایگاه اجتماعی و اقتصادی آنان متفاوت است.

فرضیه چهارم: مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر حسب سن شان متفاوت است. فرضیه پنجم: مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی‌شان بر حسب وضعیت تأهل آنان متفاوت است.

ابزار و روش

جامعه آماری پژوهش شامل تمامی زنان بالای ۱۹ سال ساکن شهر ارومیه در سال ۱۳۹۵ می‌باشد که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ تعداد کل آن‌ها ۳۳۳۳۶۳ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۵ نفر تعیین شد.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

فرمول کوکران مفروض است؛

$n =$ حجم نمونه

$N =$ حجم جمعیت آماری (۳۰۲۰۰ جمعیت زنان بالای ۱۹ سال شهر ارومیه)

t یا $Z =$ در صد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول (۱.۹۶)

$p =$ نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰.۵)

$1-p =$ نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین (۰.۵)

$d =$ درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب (۰.۵)

که با محاسبه فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۳۸۵ نفر انتخاب شد.

روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. پرسش‌نامه‌ها به صورت تصادفی در بین ۳۸۵ نفر از زنان بالای ۱۹ سال ساکن شهر ارومیه بر حسب مناطق شهری توزیع شده است. داده‌های مربوط به میانی و پیشینه پژوهش به صورت کتابخانه‌ای اسنادی و داده‌های تجربی به صورت پیمایشی با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته گردآوری شده است. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. سنجش متغیرها بر اساس تعریف نظری و عملی اصلی پژوهش (عرصه عمومی و رسانه‌های جمعی) و متغیرهای زمینه‌ای به شرح زیر انجام گرفت.

تعریف نظری و عملی مفاهیم

بر اساس نظریه هابرماس و بلومر؛ منظور از حضور در عرصه عمومی، به هر نوع همکاری، مشارکت، پذیرش عضویت، کمک فکری یا حمایت معنوی، کمک مالی یا حمایت مادی، حضور در برنامه، قبول مسئولیت اجرایی و هرگونه فعالیتی است که زنان در ارتباط با نهادهای مدنی، اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و زیست محیطی دارند گفته می‌شود. این متغیر در سطح فاصله‌ای با پرسش از مقدار حضور زنان در انجمن‌ها، هیأت‌ها و تشکل‌های اجتماعی و اقتصادی و مذهبی مورد سنجش قرار می‌گیرد.

از نظر گیدنز، آگاهی یعنی هر چیزی که کنش‌گران درک می‌کنند، می‌دانند و می‌توانند آن را بر زبان بیاورند (Giddens, 2010). مفهوم آگاهی در پدیدارشناسی هوسرل، به صورگوناگون، مانند به خاطر آوردن، درک کردن، فهمیدن و ارزیابی کردن ظاهر می‌شود (Tavassoli, 2001).

حقوق خانوادگی شاخه‌ای از حقوق مدنی است که در مورد تمامی حقوقی که به خانواده مربوط می‌شود، بحث می‌کند (Akbarineh, 2012). متغیر آگاهی از حقوق خانوادگی از راه طرح ۱۸ سؤال در مورد نفقه، مهریه، حضانت فرزندان، ارث، حضور در فعالیت‌های اجتماعی، اشتغال، حق تحصیل مورد سنجش قرار گرفت.

مدت استفاده از وسایل ارتباط جمعی (رادیو، تلویزیون، مطبوعات، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت) در شبانه روز در سطح فاصله‌ای اندازه گیری می‌شود. برای تعیین همبستگی درونی یا اعتبار متغیرها از آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار آلفای متغیرهای پژوهش پس از حذف متغیرهای ناهماهنگ به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۱- مقدار آلفای بدست آمده متغیرهای مستقل.

متغیر مستقل	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
حضور در عرصه‌ی عمومی	۸	۰.۷۰
استفاده از رسانه	۴	۰.۷۱
آگاهی از حقوق خانوادگی	۷	۰.۷۲

بر اساس نتایج جدول ۱، مقدار آلفای متغیرها بالاتر از $0/7$ بدست آمده است که بیانگر اعتبار درونی مطلوب بین متغیرها می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش در دو سطح انجام می‌گیرد: ۱- توصیف داده‌ها، ۲- تجزیه و تحلیل و تبیین داده‌ها.

یافته‌های توصیفی

جدول ۲- توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی بر حسب وضعیت تأهل.

جمع	آگاهی از حقوق خانوادگی		
	پایین	متوسط	بالا
مجرد	۴۲.۴	۲۰.۳	۳۷.۳
متأهل	۷.۴	۶۱.۹	۳۰.۷

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهند؛ توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی در بین پاسخگویان مجرد بدین گونه است: (۴۲/۴٪) در سطح پایین، (۲۰/۳٪) متوسط و (۳۷/۳٪) در سطح بالاست. این مقدار در بین پاسخگویان متأهل بدین قرار است: (۷/۴٪) در سطح پایین، (۶۱/۹٪) متوسط و (۳۰/۷٪) در سطح بالاست.

جدول ۳- توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی بر حسب سن.

جمع	آگاهی از حقوق خانوادگی		
	پایین	متوسط	بالا
۳۳ سال و پایین‌تر	۲۳/۲	۴۰/۶	۳۶/۲
۳۴-۴۶	۱/۹	۵۸/۳	۳۹/۸
۴۷ سال و بالاتر	۱۴/۸	۷۰/۵	۱۳/۶

برحسب جدول ۳، توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی در بین پاسخ‌دهندگان طیف سنی ۳۳ سال و پایین، بدین گونه است: (۲۳/۲٪) در سطح پایین، (۴۰/۶٪) در سطح متوسط و (۳۶/۲٪) در سطح بالاست. این مقدار در بین پاسخگویان طیف سنی ۳۴-۴۶ بدین قرار است: (۱/۹) در سطح پایین، (۵۸/۳٪) متوسط و (۳۹/۸٪) در سطح بالاست و در گروه سنی ۴۷ سال و بالاتر، (۱۴/۸٪) در سطح پایین، (۷۰/۵٪) متوسط و (۱۳/۶٪) در سطح بالاست.

جدول ۴- توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی برحسب پایگاه اجتماعی - اقتصادی.

جمع	آگاهی از حقوق خانوادگی			پایگاه
	بالا	متوسط	پایین	
۱۰۰	۳۱/۹	۲۷/۷	۴۰/۴	پایین
۱۰۰	۴۱	۴۲/۷	۱۶/۳	متوسط
۱۰۰	۶۳/۵	۲۳/۱	۱۳/۵	بالا

بر اساس جدول زیر توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی در بین پاسخگویانی که از پایگاه اجتماعی و اقتصادی پایینی برخوردارند، بدین شرح است: (۴۰/۴٪) در سطح پایین، (۲۷/۷٪) در سطح متوسط و (۳۱/۹٪) در سطح بالاست و در بین پاسخگویانی که از پایگاه اجتماعی و اقتصادی متوسط هستند بدین گونه می‌باشد: (۱۶/۳٪) در سطح پایین، (۴۲/۷٪) در سطح متوسط و (۴۱٪) در سطح بالاست. این نسبت در بین پاسخگویانی که از پایگاه اجتماعی و اقتصادی بالایی برخوردارند، بدین گونه است: (۱۳/۵٪) در سطح پایین، (۲۳/۱٪) در سطح متوسط و (۶۳/۵٪) در سطح بالاست.

جدول ۵- توزیع فراوانی و درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی.

جمع	بالا	متوسط	پایین	
۳۲۹	۱۰۵	۱۷۹	۴۵	فراوانی
۱۰۰	۳۱.۹	۵۴.۴	۱۳.۷	درصد

بر اساس جدول و نمودار ۵، ۱۳/۷ درصد (۴۵ نفر) از پاسخگویان، مقدار آگاهی شان از حقوق خانوادگی در سطح پایین و ۵۴/۴ درصد (۱۷۹ نفر)، در سطح متوسط و ۳۱/۹ درصد (۱۰۵ نفر) در سطح بالا قرار دارد.

یافته‌های استنباطی (آزمون فرضیه‌های پژوهش)

آزمون فرضیه نخست پژوهش: H_1 حضور زنان در عرصه عمومی بر مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی‌شان مؤثر است.

H_0 حضور زنان در عرصه عمومی نقشی در مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی‌شان ندارد.

جدول ۶- خلاصه مدل رگرسیونی برای متغیر حضور زنان در عرصه عمومی و آگاهی زنان از حقوق خانوادگی.

مدل	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین R_2	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار F	سطح معنی داری
۱	۰/۶۹۳ ^a	۰/۴۸۰	۰/۴۷۸	۳۰۱	۰/۰۰۰
۳۰۳					

برای تعیین اثر حضور زنان در عرصه عمومی، بر متغیر ملاک مقدار آگاهی آنان درباره حقوق خانوادگی، از تحلیل رگرسیون ساده استفاده می‌کنیم. به بیان دیگر، رگرسیون ساده تنها با استفاده از یک متغیر مستقل به پیشگویی متغیر وابسته می‌پردازد.

با توجه به جدول ۶؛ ضریب تعیین R_2 برابر با (۰/۴۸) می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت: (۴۸ درصد) تغییرات آگاهی زنان از حقوق خانوادگی‌شان، متغیر حضور زنان در عرصه عمومی تبیین می‌کند. ضریب تعیین تعدیل شده با دقت بیشتر، این سهم را به (۴۷ درصد) کاهش می‌دهد. مقدار F و نیز سطح معنی داری آن، رابطه خطی بین متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۷- ضرایب رگرسیونی برای متغیر حضور زنان در عرصه عمومی و آگاهی زنان از حقوق خانوادگی.

مدل	مقدار B	مقدار بتا	مقدار انحراف معیار	مقدار t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۶/۶۳۶		۰/۲۸۳	۲۳/۴۰۸	۰/۰۰۰
آگاهی زنان از حقوق خانوادگی	۰/۲۲۳	۰/۶۹۳	۰/۰۱۳	۱۷/۳۵۸	۰/۰۰۰

جدول (ضریب رگرسیونی) متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی را نشان می‌دهد. مقدار بتای متغیر حضور زنان در عرصه عمومی ۰/۶۹۳ گزارش شده، به بیان دیگر، متغیر حضور زنان در عرصه عمومی ۴۸ درصد در پیشگویی آگاهی زنان از حقوق خانوادگی‌شان نقش دارد.

آزمون فرضیه دوم پژوهش: H_1 مدت ساعات استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی شان مؤثر است. H_0 مدت ساعات استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی شان تأثیری ندارد.

جدول ۸ - خلاصه مدل رگرسیونی مدت ساعات استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی.

مدل	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین R_2	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار F	سطح معنی داری
۱	۰/۴۲۶ ^a	۰/۱۸۱	۰/۱۷۹	۷۲/۳۹۸	۰/۰۰۰ ^a

با توجه به جدول ۸؛ ضریب تعیین R_2 برابر با (۰/۱۸) می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت: (۱۸ درصد) تغییرات آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان را متغیر مدت استفاده از رسانه‌های جمعی تبیین می‌کند. ضریب تعیین تعدیل شده با دقت بیشتر، این سهم را به (۱۷ درصد) کاهش می‌دهد. مقدار F و نیز سطح معنی داری آن، رابطه خطی بین متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۹ - ضرایب رگرسیونی مدت ساعات استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی.

سطح معناداری	مقدار t	مقدار بتا	مقدار انحراف معیار	مقدار B	مدل
۰/۰۰۰	۵۲/۵۷۷	۰/۱۹۰	۹/۹۶۶	مقدار ثابت	
۰/۰۰۰	۸/۵۰۹	۰/۴۲۶	۰/۲۲۲	آگاهی زنان از حقوق خانوادگی	

جدول ضرایب رگرسیونی؛ متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی را نشان می‌دهد. مقدار بتای متغیر، مدت استفاده از رسانه‌های جمعی (۰/۴۲۶) گزارش شده، به عبارتی متغیر مدت استفاده از رسانه‌های جمعی ۴۲ درصد در پیشگویی آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان نقش دارد.

آزمون فرضیه سوم پژوهش: H_1 مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر اساس پایگاه اقتصادی و اجتماعی آنان متفاوت است.

H_0 مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر اساس پایگاه اقتصادی و اجتماعی آنان

متفاوت نیست.

جدول ۱۰- میانگین مقدار تفاوت مقدار آگاهی زنان بر اساس پایگاه اقتصادی - اجتماعی.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی	تعداد	میانگین	اشتباه استاندارد
پایین	۳۸	۶۴/۴۵	۹/۵۳
متوسط	۲۰۹	۶۵/۶۵	۱۱/۰۵
بالا	۱۳۸	۶۸/۹۸	۱۰/۳۷
کل	۳۸۵	۶۴/۹۸	۱۰/۸۹

جدول ۱۱- نتایج آزمون تحلیل واریانس دو سویه بر اساس تفاوت در پایگاه اقتصادی و اجتماعی زنان.

منبع تغییرات	شاخص	مجموع مجذورات	درجه آزادی	F ضریب	معناداری (P)	حجم اثر (مجدور اتا)
مدل تصحیح شده		۷۴۵۷/۴۴۱	۵	۱۴/۸۷۳	۰/۰۰۰	۰/۱۶۶
Intercept		۷۳۸۳۶۳/۶۴۴	۱	۷۳۶۲/۸۷۸	۰/۰۰۰	۰/۹۵۲
آگاهی		۷۱۵/۴۷۳	۱	۷/۱۳۵	۰/۰۰۸	۰/۰۱۹
پایگاه اجتماعی		۷۱۵/۷۳۴	۲	۳/۵۶۹	۰/۰۲۹	۰/۰۱۹
آگاهی * پایگاه اقتصادی		۹۶۲/۵۶۷	۲	۴/۷۹۹	۰/۰۰۹	۰/۰۲۵
خطا		۳۷۵۰۵/۴۷۸	۳۷۴			
جمع کل		۱۶۴۹۳۲۳/۴۷۸	۳۸۰			
جمع کل تصحیح شده		۴۴۹۶۲/۸۸۶	۳۷۹			

بر اساس جدول بالا ملاحظه می‌شود که اثر اصلی پایگاه اقتصادی و اجتماعی و مقدار آگاهی زنان و اثر متقابل بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی و تفاوت در مقدار آگاهی، معنی‌دار می‌باشد. همان‌گونه که از جدول ۱۱ ملاحظه می‌شود، میانگین مقدار آگاهی در بین شهروندانی که پایگاه اقتصادی و اجتماعی پایینی دارند، برابر با ۶۴/۴۵ درصد و مقدار آگاهی در بین زنانی که پایگاه اقتصادی و اجتماعی متوسطی دارند، برابر با ۶۵/۶۵ درصد و مقدار آگاهی در بین زنانی که پایگاه اجتماعی بالایی دارند، برابر با ۶۸/۹۸ درصد می‌باشد. نتایج آزمون‌های تعقیبی نشان می‌دهند که این اختلاف از نظر آماری معنادار می‌باشد.

جدول ۱۲- ضرایب رگرسیونی مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر اساس پایگاه اقتصادی و اجتماعی.

مدل سطح معناداری	مقدار B	مقدار انحراف معیار	مقدار بتا	مقدار t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۹/۶۶۲	۰/۲۹۷		۳۲/۵۰۴	/۰۰۰
آگاهی زنان از حقوق خانوادگی	۰/۱۲۲	۰/۰۲۰	۰/++۳۲۵	۶/۲۱۹	/۰۰۰

جدول ضرایب رگرسیونی، متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی را نشان می‌دهد. مقدار بتای متغیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی زنان (۰/۳۲۵) گزارش شده، به بیان دیگر، متغیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی زنان ۳۲ درصد در پیشگویی آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان نقش دارد. آزمون فرضیه چهارم پژوهش: H_1 مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر حسب سن متفاوت است. H_0 مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر حسب سن تفاوتی ندارد.

جدول ۱۳- آزمون واریانس یک طرفه برای تعیین تفاوت مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر حسب سن.

جمع مجذورات	مقدار F	سطح معنی داری
بین گروه	۱۳/۱۰۴	۰/۰۰۰
درون گروه	۷۰۰/۸۶۷	

با توجه به این که مقدار F برابر با (۱۳/۱۰۴) و سطح معناداری برابر با (۰/۰۰۰) می‌باشد، می‌توان ادعا کرد که تفاوتی معنادار بین مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی بر حسب سن وجود دارد.

اما برای تعیین تفاوت دوه دو گروه‌های سنی از آزمون توکی استفاده نمودیم که نتیجه آن بدین گونه در جدول زیر آمده است:

جدول ۱۴- خروجی آزمون توکی.

گروه ها(I)	گروهها(J)	اختلاف میانگین(I,J)	خطای انحراف معیار	سطح معناداری
۲۰-۳۵	۳۶-۵۰	-۰/۲۶۲۴۹	۰/۱۹۰۹۲	۰/۳۵۵
	۵۱-۶۵	۰/۷۸۸۳۷*	۰/۲۰۰۰۲	۰/۰۰۰
۳۶-۵۰	۲۰-۳۵	۰/۲۶۲۴۹	۰/۱۹۰۹۲	۰/۳۵۵
	۵۱-۶۵	۱/۰۵۰۸۶*	۰/۲۱۲۸۵	۰/۰۰۰
۵۱-۶۵	۲۰-۳۵	-۰/۷۸۸۳۷*	۰/۲۰۰۰۲	۰/۰۰۰
	۳۶-۵۰	-۱/۰۵۰۸۶*	۰/۲۱۲۸۵	۰/۰۰۰

همان گونه در جدول مشخص است، بیشترین تفاوت مقدار آگاهی در بین گروههای سنی ۵۱-۶۵ ساله با گروه سنی ۳۶-۵۰ و ۲۰-۳۵ می باشد (-۱/۰۵۰۸۶* اختلاف میانگین، $P < 0.05$)، (۰/۷۸۸۳۷- اختلاف میانگین، $P < 0.05$). به بیان دیگر، با افزایش سن افراد مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی پایین آمده است.

آزمون فرضیه پنجم پژوهش: H_1 مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر حسب وضعیت تأهل آنان متفاوت است. H_0 مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان بر حسب وضعیت تأهل شان تفاوتی ندارد.

جدول ۱۵- آزمون t مستقل برای مقایسه مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی بر حسب وضعیت تأهل.

نام متغیر مستقل	میانگین اختلاف	مقدار t	سطح معنی داری
تاهل	-۷/۲۶۶	-۳/۳۸۰	۰/۰۰۰

بر حسب نتیجه آزمون t مستقل، مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی بر حسب وضعیت تأهل، متفاوت است. به گونه‌ای که مقدار t محاسبه شده برابر با $t = -۳.۳۸۰$ و $p < 0.05$ تعیین شده است. لذا، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود تفاوت در مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی بر حسب وضعیت تأهل تأیید می‌شود.

جدول ۱۶- تحلیل رگرسیون چند متغیره.

مقدار (F) =	۹۶/۰۳۸	= مقدار (F)	۷۷۳ /	ضریب همبستگی چندگانه (R)
سطح معناداری =	/۰۰۰	= سطح معناداری	۵۹۸ /	ضریب تعیین (R ²)
متغیر	ضریب استاندارد شده (BETA)	ضریب همبستگی چندگانه (B)	سطح معناداری	
مقدار ثابت	۴/۸۲۷			
حضور در عرصه عمومی	۰/۶۶۷	۰/۲۱۵		
مدت استفاده از رسانه های جمعی	۰/۳۲۳	۰/۱۶۸		
پایگاه اجتماعی و اقتصادی	۰/۱۴۹	-۰/۰۵۶		
تاهل	۰/۲۴۵	۰/۹۶۸		
سن	-۰/۰۱۵	-۰/۰۰۲		۰/۶۹۸

نتایج بالا با توجه به آمار F و سطح معناداری آن در سطح اطمینان ۹۹ درصد نشان می‌دهد؛ معادله رگرسیون معتبر و نتایج آن قابل تحلیل می‌باشد. ضریب همبستگی چندگانه (R) پنج متغیر، برابر با ۰/۷۷۷ ضریب تعیین (R²) برابر با ۰/۵۹۸ ضریب تعدیل شده (R²) برابر با ۵۹۲ می‌باشد که به معنای تبیین ۶۰ درصد واریانس متغیر وابسته به وسیله پنج متغیر مستقل پژوهش می‌باشد و ۴۰ درصد باقی‌مانده نیز به وسیله سایر متغیرها تبیین می‌شود.

در مورد اهمیت و نقش متغیرهای مستقل در پیشگویی معادله رگرسیون باید از مقادیر بتا استفاده کرد. با توجه به بتای متغیرهای پژوهش، می‌توان قضاوت کرد که متغیر حضور در عرصه عمومی به مراتب سهم بیش‌تر در مقایسه با سایر متغیرها در پیشگویی مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان دارد (۰/۶۶۷ = بتا) پس از آن به ترتیب متغیر استفاده از رسانه با (۰/۳۲۳) متغیر تاهل (۰/۲۴۵) متغیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی (-۰/۱۴۹) و متغیر سن (-۰/۰۰۲) در پیشگویی متغیر وابسته نقش دارند.

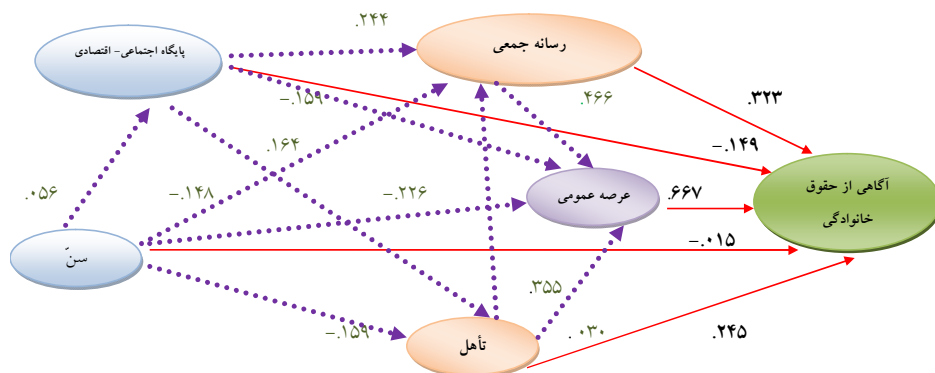
تحلیل مسیر

برای آزمون مدل تجربی یا مدل طراحی شده در پژوهش از شیوه تحلیل مسیر استفاده می‌شود. در نمودار تحلیل مسیر خطوطی که به صورت قرمز رنگ نشان داده است، بیانگر ارتباط مستقیم

متغیرهای مستقل با متغیر وابسته (آگاهی زنان از حقوق خانوادگی) است و خطوط بریده بنفش رنگ بیانگر ارتباط غیر مستقیم متغیرهای مستقل با متغیر وابسته می‌باشد. مقادیر بدست آمده از مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بر اساس جدول ۱۶، آورده شده است و بر حسب آن مدل تجربی پژوهش را می‌توان ترسیم کرد.

جدول ۱۷- مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها.

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	مجموع اثر
عرصه عمومی	۰/۶۷	-----	۰/۶۶۷
استفاده از رسانه جمعی	۰/۳۲	$(۰/۲۴۴+۰/۳۲۳)+(۰/۴۶۶+۰/۶۶۷)=۱/۷$	۲/۰۲۳
پایگاه اجتماعی-اقتصادی	-۰/۱۵	$(۰/۲۴۴+۰/۳۲۳)+(-۰/۱۵۹+۰/۶۶۷)+(۰/۱۶۴+۰/۰۳۰+۰/۲۵۴)=۱/۳۶۵$	۱/۳۶۵
تأهل	۰/۲۵	$(۰/۰۳۰+۰/۶۶۷)+(۰/۳۵۵+۰/۳۲۳)+(۰/۳۵۵+۰/۴۶۶+۰/۶۶۷)=۲/۸۶$	۳/۱۰
سن	-۰/۰۱۵	$(-۰/۱۵۹+۰/۰۳۰+۰/۶۶۷)+(-۰/۲۲۶+۰/۶۶۷)+(-۰/۱۴۸+۰/۳۲۳)+ (۰/۰۵۶+۰/۲۴۴+۰/۳۲۳)=۲/۲۲$	۲/۲۰
جمع	۱/۲۴	۸/۲۹	۹/۳۵



۳

نمودار ۱- دیاگرام نهایی تحلیل مسیر، همراه با ضرایب بتا.

برای شناسایی عوامل مؤثر ناشناخته باقی مانده بر مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی، مقدار e «کمیت خطا» محاسبه می‌شود.

$$R^2 = 1 - e^2$$

$$1 - .598 = e^2 = .402$$

بنابراین می‌توان گفت: که مدل علی بدست آمده، ۴۰ درصد از واریانس متغیر آگاهی زنان از حقوق خانوادگی را تبیین نمی‌کند.

بحث و نتیجه گیری

آنچه از یافته‌های توصیفی بدست آمد، مشخص شد که ۱۳/۷ درصد (۴۵ نفر) از پاسخگویان، مقدار آگاهی شان از حقوق خانوادگی در سطح پایین، ۵۴/۴ درصد (۱۷۹ نفر) در سطح متوسط و ۳۱/۹ درصد (۱۰۵ نفر) در سطح بالا قرار دارد. به بیان دیگر، تنها ۱۳/۷ درصد زنان ارومیه مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی شان در سطح پایین قرار دارد. توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی در بین پاسخگویان مجرد، (۴۲/۴٪) در سطح پایین، (۲۰/۳٪) متوسط و (۳۷/۳٪) در سطح بالاست. این مقدار در بین پاسخگویان متأهل بدین قرار است: (۷/۴٪) در سطح پایین، (۶۱/۹٪) متوسط و (۳۰/۷٪) در سطح بالاست. به عبارتی مقدار آگاهی متأهل ها از حقوق خانوادگی شان بیش از پاسخگویان مجرد می‌باشد. توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی در بین پاسخ‌دهندگان طیف سنی ۳۳ سال و پایین، بدین گونه است: (۲۳/۲٪) در سطح پایین، (۴۰/۶٪) در سطح متوسط و (۳۶/۲٪) در سطح بالاست. این مقدار در بین پاسخگویان طیف

سنی ۴۶-۳۴ بدین قرار است: (۱/۹) در سطح پایین، (۵۸/۳٪) متوسط و (۳۹/۸٪) در سطح بالاست و در گروه سنی ۴۷ سال و بالاتر، (۱۴/۸٪) در سطح پایین، (۷۰/۵٪) متوسط و (۱۳/۶٪) در سطح بالاست. به بیان دیگر، گروه سنی (۳۴-۴۶) مقدار آگاهی‌شان از حقوق خانوادگی بیش از بقیه گروه‌های سنی است. توزیع درصد نسبی مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی در بین پاسخگویانی که از پایگاه اجتماعی و اقتصادی پایینی برخوردارند بدین شرح است: (۴۰/۴٪) در سطح پایین، (۲۷/۷٪) در سطح متوسط و (۳۱/۹٪) در سطح بالاست و در بین پاسخگویانی که از پایگاه اجتماعی و اقتصادی متوسط هستند، بدین گونه می‌باشد: (۱۶/۳٪) در سطح پایین، (۴۲/۷٪) در سطح متوسط و (۴۱٪) در سطح بالاست. این نسبت در بین پاسخگویانی که از پایگاه اجتماعی و اقتصادی بالایی برخوردارند بدین گونه است: (۱۳/۵٪) در سطح پایین، (۲۳/۱٪) در سطح متوسط و (۶۳/۵٪) در سطح بالاست. به بیان دیگر، با افزایش پایگاه اجتماعی و اقتصادی و افراد مقدار آگاهی از حقوق خانوادگی افزایش می‌یابد و برعکس.

همان‌گونه که در مبانی و چارچوب نظری پژوهش ذکر شد، برای ورود کنشگر به سیستم اجتماعی دو مرحله بایستی طی می‌شود: ۱- یادگیری (جامعه‌پذیری)، ۲- اجتماعی شدن (ساختارشدگی).

بر اساس نظر بلومر، آژانس یا واسطه‌های یادگیری (جامعه‌پذیری) که برحکم آن‌ها فرایند کنش متقابل نمادین شکل می‌گیرند، در این پژوهش متغیرهای حضور در مجامع عمومی، استفاده از رسانه‌های جمعی و متغیرهای زمینه‌ای به عنوان متغیرهای مستقل و تأثیر گذار بر مقدار آگاهی زنان از حقوق خانودگی شان مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نظریه‌های مطرح شده در این پژوهش، با حضور فرد در مجامع عمومی، مقدار آگاهی و یادگیری عوامل مؤثر در جامعه‌پذیری افزایش می‌یابد. هربرت بلومر بر این باور است که حضور فرد در مجامع عمومی و قرار گرفتن وی در کنش پیوسته، سبب ساختارشدگی‌اش خواهد شد. به بیان دیگر، فرد با قرار گرفتن در سیستم کنش در هم تنیده مقدار آگاهی‌اش نسبت به هنجارها و نمادها بالا می‌رود. هابرماس نیز بر این باور است که حوزه عمومی، عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و بر خلاف نهادهایی که مورد سلطه خارجی قرار دارند و یا دارای روابط قدرت درونی هستند، از اصول مشارکت و نظارت دموکراتیک نوید می‌دهد. نتایج یافته‌های این پژوهش نیز با نظر هابرماس و هربرت بلومر مبنی بر تأثیر حضور زنان در عرصه عمومی در مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی شان به عنوان یکی از عناصر جامعه‌پذیری و واسطه اجتماعی شدن هم فراخوانی دارد. هم‌چنین، این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های هزارجریبی و امانیان (۲۰۱۱) و علمی (۲۰۰۸) هم سویی داشته است. بر مبنای مبانی و چارچوب نظری پژوهش، یکی از عوامل مؤثر در افزایش آگاهی کنشگران اجتماعی بویژه در این زمان، رسانه‌های جمعی است. بر اساس نظریه بلومر، دیوید رایزمن

و جانانان ترنر، وسایل ارتباط جمعی نقشی مهم در القای الگوهای خاص فکری، اجتماعی دارد. لذا، فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تأثیر مدت استفاده از رسانه‌های جمعی بر مقدار آگاهی زنان از حقوق خانوادگی شان مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه یافته‌های پژوهش با نظریه بلومر، دیوید رایزمن و جانان ترنر، مطابقت داشته است. همچنین، یافته‌های تجربی پژوهش با نتایج پژوهش‌های کریمیان (۲۰۱۲)، هزارجریبی و امانیان (۲۰۱۱) هم‌سوئی دارد. یافته‌های تجربی این پژوهش، در مورد تأثیر متغیرهای زمینه‌ای (سن، تأهل و پایگاه اجتماعی و اقتصادی) با نتایج پژوهش‌های کریمیان (۲۰۱۲)، هزارجریبی و امانیان (۲۰۱۱)، نوروزی و گل‌پور (۲۰۰۹) و امامی نصیرمحل (۲۰۰۴) هم‌سوئی دارد.

در جمع بندی پژوهش می‌توان گفت: مقدار آگاهی زنان شهر ارومیه از حقوق خانوادگی‌شان در سطح متوسط (۵۴٪) بوده و عوامل حضور در عرصه عمومی، مدت استفاده از رسانه‌های جمعی و متغیرهای زمینه‌ای (سن، تأهل و پایگاه اجتماعی و اقتصادی) در مقدار آگاهی آنان از حقوق خانوادگی شان مؤثر می‌باشد.

پیشنهاد‌های پژوهشی

- ۱- برای تعمیم یافته‌ها پیشنهاد می‌شود در سایر استان‌ها با جامعه آماری بیشتری نظیر این پژوهش صورت گیرد.
- ۲- پیشنهاد می‌شود نظیر همین پژوهش برای جنسیت مرد، انجام گیرد تا نتایج یافته مقایسه شود.

پیشنهاد‌های کاربردی

- با توجه به نتایج یافته‌های پژوهش برای حذف موانع آگاه‌سازی زنان از حقوق خانوادگی‌شان پیشنهاد می‌شود:
- ۱- تشکل‌ها و انجمن‌های زنان ایجاد و تقویت شود زیرا وجود چنین تشکل‌هایی باعث گسترش تعاملات و کنش متقابل زنان در عرصه‌های عمومی شده و آن‌ها را وادار می‌سازد تا در اثر تعامل با یکدیگر از حقوق خانوادگی نیز آگاه شوند.
 - ۲- بالا بردن سطح دانش و بینش زنان از راه رسانه‌های جمعی زیرا بر اساس یافته‌های پژوهش، مدت استفاده از رسانه‌های جمعی تأثیر بالایی در افزایش آگاهی زنان داشته و موجب بالندگی هویت مدنی‌شان می‌شود. این مهم می‌تواند از راه برنامه‌ریزی‌های متنوع و جذاب در صدا و سیما انجام گیرد.

۳- تدوین و برنامه‌ریزی جامع آگاه‌سازی در زمینه حقوق و وظایف زنان در خانواده. برای عملیاتی شدن این برنامه‌ها از راه گنجاندن متون آگاهی‌بخش در زمینه حقوق خانوادگی در کتاب‌های درسی، طرح در کلاس‌های آموزش خانواده ویژه اولیاء اقدام شود.

References

- Akbryneh, P. (2012). the prohibition of abuse of rights Family, Woman and Family Studies Quarterly, Issue XIII. Pesian
- Ansari, A. & Adibi, H. (1997). theories of sociology, Tehran: Jamee. Pesian
- Giddens, A. (2010). Runaway world: how globalization is reshaping our lives. Elm & Adab. Tehran. Pesian
- Hezarjaribi, J. & Amanian, A. (2011). women's awareness of civil rights and influencing factors of urban and regional studies Issue IX. Pesian
- Hussein, H. (2002). earning the second part of schools and sociological theories, Mashhad: Marandiz. Pesian
- Jalaee, Sh. & Karbassian, F. (2011). Evaluation of women's awareness of their roles and functions, Educational Research Journal, Issue 2. Pesian
- Karimiyan, M. (2011). Miran awareness of women's rights, marginalized, Master's thesis, Payam Noor University of Tehran. Pesian
- Ritzer, G. (2008). contemporary sociological theories, translation: M. Salas, Tehran: Elmie. Pesian
- Tavana, M.A. (2011). gender equality in citizenship theory, Journal of woman, Volume IX, Issue 4. Pesian
- Tavassoly, G. (2001). sociological theories, Tehran Samt. Pesian

