

Research Paper

Examination of the Relationship between Lifestyle and Social Support on Women's Maternal Identity (Case Study: Women in Isfahan)

Elaheh Jafary¹, Mansur Haghghatian*², Asghar Mohamadi²

1. Ph.D. student of Social Sciences, Department of Social Sciences, Dehaghan Branch, Islamic Azad university, Isfahan, Iran.

2. Associate Professor, Department of Social Sciences, Dehaghan Branch, Islamic Azad university, Isfahan, Iran.

Received:2020/04/17

Revised:2021/12/13

Accepted:2021/12/21

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/JZVJ.2022.24562.3206

Keywords:

Mother identity, lifestyle, social support, maternal importance, maternal importance

Abstract

Introduction: A study of the history of Iran shows that the issue of motherhood and the extent to which it can affect a woman's social status and status has not been much discussed and in-depth and methodical research has not been done. Maternal identity is a neglected issue whose dimensions are unknown. The status and manner of maternal identity depends on recognizing the elements and conditions of identity building. Therefore, the present study was conducted to investigate the relationship between lifestyle and social support with maternal identity among women in Isfahan.

Methods: The present study is a quantitative and descriptive-co relational survey. The sample size was 667 people and using quota sampling, the population share of each region of Isfahan was determined and married women in each region were randomly selected. A researcher-made questionnaire with confirmed face validity and reliability was used to collect information. Data analysis was performed by correlation and structural equation modeling.

Findings: Findings show that women's maternal identity is at a moderate to high level (average 3.6 out of 5). The lifestyle of most women is semi-traditional / modern. The results of the structural model indicate that lifestyle and social support can predict 34% of changes in maternal identity. Education is indirectly related to maternal identity and the age variable has no significant relationship with maternal identity. Although maternal identity is a choice among women, it can be said that despite the independence of women's identity, it is still another identity, namely the child as an element of identity for women.

Citation: Jafary,E., Haghghatian, M., Mohamadi, A., Examination of the Relationship between Lifestyle and Social Support on Women's Maternal Identity (Case Study: Women in Isfahan)., Quarterly Journal of Women and Society. 2022; 13 (49): 223-238. DOI:10.30495/JZVJ.2022.24562.3206

*Corresponding Author: Elaheh jafary

Address: Ph.D. student of Social Sciences, Department of Social Sciences, Dehaghan Branch, Islamic Azad university, Isfahan, Iran

Tell:09133117933

Email: elahejafari6@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

Maternal identity is a social issue and is formed and consolidated based on social structures, cultural elements such as values, norms, beliefs, etc. Our data showed that attitudes toward the future and perceived social support have a great importance for the study of maternal identity (1). Based on the results, what was common to all mothers was tendency to become a mother and the belief in the necessity of preparation and education for the maternal role (2). Also, the results of previous studies revealed that women are not nowadays considering maternal role as the only or the best role of women, but it is considered along with other roles (2-4) This kind of attitude towards mother has caused the fertility rate in all of Iran for urban areas to be less than the replacement level and it was announced 1.5 children in 2016, which is reduced compared to previous years. Iranian women, like women in other parts of the world, have faced many ups and downs in their governments' policies. Conducting this study help us to recognize the situation of mothers and women and fins solutions to increase maternal identity in the era of globalization and modernity to encourage young people to marry and have children and to prevent divorce rates or to prevent breakdown of the families and children and reduced the problems caused by reduced population. The Isfahan city has a traditional-religious cultural context in terms of historical background and it has a modern structure in terms of being a metropolis and an industrial city. Thus, it can be a suitable case for this research. Also, by summarizing previous theories and studies, a model was presented as a theoretical framework for research to investigate the relationship between lifestyle and social support and maternal identity among women in Isfahan.

Methods

The method of the present research is quantitative and descriptive-analytical. It is

considered among the explanatory studies and positivism in terms of paradigm and applied in terms of aim. The statistical population of the study included married women in Isfahan who were in the age range of 19 to 65 years and their number based on the 2011 population and housing census was 946329 people. Using Cochran's formula, the sample size was calculated at 667 people and since the population of Isfahan is heterogeneous, the quota of each area was first determined first based on the population of residential neighborhoods according to municipal zoning, and then respondents were randomly selected. The items of the questionnaire were scored on a Likert scale from 1 to 5. To examine the validity of the research tool, face validity based on the judgment of experts was used and to confirm the reliability, Cronbach's alpha coefficient was used, which was approved.

Discussion

The findings revealed that the maternal priority dimension has the highest mean and the lowest score deviation from the mean, followed by maternal advantage with a small difference with a mean of 3.8 and maternal importance with a mean of 3.6, respectively. The mean variable of social support was reported at 3.8, which is higher than the average. Mean items of studying, watching TV, going to the cinema or theater or concert, going to parties, restaurants and coffee shops, going to shopping centers, sports, which represent leisure in a modern lifestyle were below average (mean= 2) and phone calls and going to relatives and parental houses, representing leisure in a traditional lifestyle, is above average (mean= 3.4), but attending religious meetings is below average (mean = 2.1). The index of intellectual and cognitive characteristics, body management (makeup), the status of religious and religious issues show that the mean of religious behaviors and beliefs is approximately at the average level of 3.

Tendency to use traditional foods was at a high level with a mean of 3.7, paying attention to spouse was at a high level of 4.1, beauty and body control was at the average level of 3. In other words, a investigating the sample lifestyle shows that the semi-traditional / modern lifestyle has the highest frequency. Then, the structural equation model was estimated.

The table below shows a summary of the results of testing the hypotheses. Based on the results obtained from the research model and path coefficients, lifestyle ($\beta = -0.35$) and social support ($\beta = 0.32$) variables, respectively, had the highest impact on maternal identity.

Table 4. Results of testing the hypotheses

Hypotheses	path		S.E.	C.R.	B	P	R2
1	Life style	→	Maternal identity	.۰۷۵۹	.۰۰۱۸۶	.۰۰۳۵	.۰۰۰۰۱
2	Social support	→	Maternal identity	.۰۰۱۶۲	.۰۰۰۲۹	.۰۰۳۲	.۰۰۰۰۱
3	education	→	Maternal identity	.۰۰۱۲۸	.۰۰۷۰	.۰۰۰۰	.۰۰۷۷
4	age	→	Maternal identity	.۰۰۲۵۱	.۰۰۵۱۰	.۰۰۰۲	.۰۰۶۹
5	lifestyle	→	Social support	.۰۰۸۲۰	.۰۰۷۵۱	.۰۰۵۳	.۰۰۰۰۱

.۰۳۴

Conclusion

The findings revealed that most respondents are at the average level of maternal identity and the highest frequency belonged to the high level of maternal identity. A glance at the mean (3.8 out of 5) indicates this claim. Although this rate was expected to be high, the results show that women still consider motherhood as one of the components of their identity. Based on the results, it was found that each of the dimensions of lifestyle and social support significantly explain maternal identity. In other words, there is a significant relationship between lifestyle and social support and maternal identity. Hence, hypotheses 1 and 2 are confirmed at 95% confidence level. Also, the variables of age and education do not have a significant effect on maternal identity, so hypotheses 3 and 4 are rejected. However, it can be stated based on the model that the variable of education indirectly affects maternal identity by affecting lifestyle. Also, a significant relationship was found between lifestyle and social support, so Hypothesis 5 is confirmed at 95% confidence level.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

All participants in the study participated in the study by filling out a consent form, and the researchers assured them that the results of the research were confidential.

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.

Authors' contributions

The article is an excerpt from a Doctoral Thesis. The first author is a Ph.D. student of counseling student and the responsible author; the Second author is the first Supervisor; the third is the dissertation consultant.

Conflicts of interest

This article is taken from the Doctoral Thesis entitled " Examination of the relationship between lifestyle and social support on women's maternal identity (Case

study: Women in Isfahan)" (Department of Social Sciences, Dehaghan Branch, Islamic Azad university. Isfahan, Iran). This research is not in conflict with personal or organizational interests.

مقاله پژوهشی

بررسی رابطه سبک زندگی و حمایت اجتماعی با هویت مادری زنان (مورد مطالعه: زنان شهر اصفهان)

الهه جعفری^{۱*}، منصور حقیقتیان^۲، اصغر محمدی^۳

۱. دانشجوی مقطع دکترا علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد دهاقان، اصفهان، ایران.

۲. دانشیار جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد دهاقان، اصفهان، ایران.

۳. دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد دهاقان، اصفهان، ایران.

چکیده

هدف: بررسی تاریخ ایران نشان می‌دهد موضوع مادری و این که تا چه اندازه می‌تواند بر جایگاه اجتماعی زن و موقعیت او تأثیرگذار باشد چندان مطرح نبوده و پژوهش‌های عمیق و روشمندی پیرامون آن صورت نگرفته است. هویت مادری موضوعی مغفول است که ابعاد آن ناشناخته می‌باشد. وضعیت و چگونگی هویت مادری منوط به شناخت عناصر و شرایط هویت ساز است. از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین سبک زندگی و حمایت اجتماعی با هویت مادری در بین زنان شهر اصفهان انجام شده است.

روش: پژوهش حاضر، کمی و بصورت توصیفی-همبستگی از نوع پیمایشی انجام شد. حجم نمونه برابر ۶۶۷ نفر تعیین و با استفاده از نمونه‌گیری سهمیه‌ای، سهم جمعیتی هر منطقه از شهر اصفهان مشخص شد و زنان متأهل در هر منطقه به صورت تصادفی انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه محقق ساخته با اعتبار صوری و پایایی تایید شده، استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها بوسیله همبستگی و مدل معادلات ساختاری انجام شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد هویت مادری زنان در سطح متوسط به بالا (میانگین ۳/۶ از ۵) است. سبک زندگی اکثر زنان نیمه سنتی- مدرن است. نتایج مدل ساختاری حاکی از آن است که سبک زندگی و حمایت اجتماعی می‌تواند ۳۴ درصد تغییرات هویت مادری را پیش‌بینی کند. تحصیلات، بطور غیرمستقیم با هویت مادری 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 فرزندان، بعنوان عنصری هویت ساز برای زنان محسوب می‌شود.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۲۹

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۰۹/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۳۰

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



DOI:
10.30495/JZVJ.2022.24562.3206

واژه‌های کلیدی:

هویت مادری، سبک زندگی، حمایت اجتماعی، اولویت مادری، اهمیت مادری، مزیت مادری.

* نویسنده مسئول: الهه جعفری

نشانی: دانشجوی مقطع دکترا علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد دهاقان، اصفهان، ایران.

تلفن: ۰۹۱۳۳۱۱۷۹۳۳

پست الکترونیکی: elahejafari6@gmail.com

اهمیت بالایی برخوردار است. براساس یافته‌ها (۲) آن چه در همه مادران مشترک بود تمایل به مادر شدن و باور به ضرورت آمادگی و آموزش برای نقش مادری بود؛ همچنین نتایج پژوهش‌های (۳)، (۲) و پژوهش‌های (۴) نشان می‌دهد امروزه، زنان نقش مادری را تنها و یا بهترین نقش زنان نمی‌دانند بلکه آن را در کنار و همراه سایر نقش‌ها مورد ملاحظه قرار می‌دهند. این نوع نگرش به مادری موجب شده است که میزان باروری در کل ایران برای نقاط شهری کمتر از سطح جانشینی و برابر ۱.۸۶ فرزند در سال ۱۳۹۵ اعلام شود و میانگین تعداد فرزندان را که یک زن در طول دوران باروری خود (معمولاً از ۱۵ تا ۴۹ سال سن) به دنیا می‌آورد، نسبت به سالهای گذشته کاهش یابد.

از آنجا که سرنوشت کودکان و خانواده به شکلی دیرینه با سرنوشت مادران و زنان گره خورده است، بخش زیادی از سیاست‌هایی که در حوزه کودکان و خانواده اعمال می‌شود با سیاست‌هایی که هر حکومتی در ارتباط با زنان جامعه‌اش در پیش می‌گیرد، درهم تنیده شده. زنان ایران نیز مانند زنان سایر نقاط جهان، با افت و خیزهای زیادی در سیاست‌گذاری‌های حکومت‌هایشان مواجه بوده‌اند. با انجام این پژوهش می‌توان ضمن شناخت وضعیت مادران و زنان راهکارهایی برای افزایش هویت مادری در دوران جهانی شدن و مدرنیته یافت تا ضمن تشویق جوانان به ازدواج و فرزندآوری، از میزان طلاق و یا از هم گسیختگی خانواده‌ها و کودکان رها شده جلوگیری کرد و مشکلات ناشی از کاهش جمعیتی را کاهش داد. شهر اصفهان به عنوان یکی از مهم‌ترین کلان شهرهای کشورمان ایران، از دگرگونی‌های توسعه تأثیر پذیرفته و همچنین سهم عظیمی در توسعه یافتگی کشور دارد. افزون بر این به لحاظ پیشینه تاریخی دارای بافت فرهنگی سنتی - مذهبی است و به لحاظ کلان شهر و صنعتی بودن دارای ساختاری مدرن می‌باشد؛ همچنین این شهر مرکز استان اصفهان بوده و می‌تواند مورد مناسبی برای این پژوهش باشد.

انجام این پژوهش می‌تواند در شناخت زمینه‌های فرهنگی موثر بر تحول هویت مادری زنان شهر کمک کند تا با کمک یافته‌های آن بتوان اقدامات اساسی را در راستای حفظ و تقویت این بخش از هویت زنان (که وظیفه حفظ و تداوم نسل سالم برای بقای جامعه سالم و انتقال ارزشها و فرهنگ به عهده دارد)، انجام داد. پژوهش حاضر قصد دارد به بررسی رابطه سبک زندگی و حمایت اجتماعی با هویت مادری زنان در شهر اصفهان به عنوان یکی از کلان شهرهای ایران، بپردازد.

مطالعات انسان‌شناسی و فرهنگی نشان می‌دهد از بدو پیدایش انسان، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های زندگی در زنان زایش و پرورش فرزند بوده تا جایی که هویت زن و مادر در یکدیگر مستحیل می‌شوند؛ مادر بودن حرفه و مشغولیت اصلی زنان تلقی می‌شود و زنی که توانایی مادر شدن را ندارد یک استثنا محسوب می‌شود؛ بطوریکه بقای نسل بشر و بطور کلی انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر توسط زنان و مادران صورت می‌پذیرد، براین اساس هویت مادری امری است اجتماعی و بر اساس ساختارهای اجتماعی، عناصر فرهنگی چون ارزش‌ها، هنجارها و عقاید و باورها و... شکل گرفته و قوام می‌یابد. مادر شدن تجربه‌ای است جهانی که تمامی زنان را در سراسر دنیا به یکدیگر پیوند می‌دهد، اما آنچه که این تجربه مشابه را متفاوت می‌کند، تعریفی است که هر فرهنگ از زن دارد و هر زن در متن فرهنگی که زندگی می‌کند از خود به دست می‌آورد. در فرهنگ ایرانی و اسلامی خانواده از ارکان اساسی جامعه محسوب می‌شود که کارکرد تولید مثل آن بقای جامعه را تضمین می‌کند. شتاب تحولات فرهنگی و اجتماعی از ویژگی‌های مهم عصر ارتباطات است. سرعت تبادل اطلاعات مرزهای جغرافیایی و اعتقادی را درنوردیده و جوامع را با دگرگونی‌هایی روبه‌رو کرده است که تا پیش از این تصویری از آن‌ها نداشتند. دامنه این تغییرات به قدری گسترده است که زنان به خصوص زنان جوان را در جست و جوی بازتعریفی مناسب برای جایگاه خویش قرار داده است. این تحولات موجب شده که زنان بسیاری، دچار بی‌ثباتی در موقعیت خود گردند و همواره در پی اصلاح پایه و اساس شخصیت خود می‌باشند؛ براین 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 مادری زنان را برای شکوفایی استعدادهاشان 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.

یافته‌های مطالعه (۱) نشان می‌دهد که نگرش نسبت به آینده و حمایت اجتماعی ادراک شده، برای مطالعه هویت مادری از

ملاحظات نظری و پیشینه پژوهش

هویت مادری امری است اجتماعی و بر اساس ساختارهای اجتماعی، عناصر فرهنگی چون ارزش ها، هنجارها، عقاید، باورها و... شکل گرفته و قوام می یابد. هویت (فرد) به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می گیرد. هویت معمولاً در نگرش ها و احساسات افراد نمود می یابد، ولی بستر شکل گیری آن زندگی جمعی است. هویت اجتماعی نمود یافته در شخصیت، جدا از دنیای اجتماعی دیگر افراد معنایی ندارد. فردها بی همتا و متغیر هستند، ولی شخصیت کاملاً به صورت اجتماعی و به واسطه مراحل مختلف اجتماعی شدن و اندر کنش اجتماعی ساخته می شود؛ از طرفی مادر شدن تجربه ای است جهانی که تمامی زنان را در سراسر دنیا به یکدیگر پیوند می دهد، اما آنچه که این تجربه مشابه را متفاوت می کند، تعریفی است که هر فرهنگ از زن دارد و هر زن در متن فرهنگی که زندگی می کند از خود به دست می آورد. در فرهنگ ایرانی و اسلامی خانواده از ارکان اساسی جامعه بشمار می رود که کارکرد تولید مثل آن، بقای جامعه را تضمین می کند. مادر به عنوان کسی که مراقبت و پرورش نسل آینده را بر عهده دارد از اهمیت بسیاری برخوردار است. آنچه مشخص است اینکه امروزه شاهد تحولات سریع اجتماعی و فرهنگی در جوامع به خصوص ایران می باشیم. شتاب تحولات فرهنگی و اجتماعی از ویژگی های مهم عصر ارتباطات است. سرعت تبادل اطلاعات، مرزهای جغرافیایی و اعتقادی را درنوردیده و جوامع را با دگرگونی هایی روبه رو کرده است که پیش از این تصویری از آن ها نداشتند. یکی از مهم ترین جنبه های زندگی زنان زایش و پرورش فرزند است تا جایی که هویت زن و مادر در یکدیگر مستحیل می شوند. مادر بودن حرفه و مشغولیت اصلی زنان تلقی می شود و زنی که مادر نیست یک استثنا محسوب می شود. بقای نسل بشر و بطور کلی انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر توسط زنان و مادران صورت می پذیرد. اما آیا واقعاً هویت مادری طبیعی و غریزی است؟

بنابر اعتقاد علمای علوم انسانی باردار شدن، زایمان و شیردادن جنبه قوی زیستی دارد ولیکن همانند سایر نیازها و رخدادهای زیستی، با ارزش ها و هنجارهای فرهنگی اجتماعی احاطه شده است. هویت مادری نیز یک اتفاق زیستی است و چگونه مادری کردن، مادرانگی و آنچه از آن به هویت مادری یاد می شود را فرهنگ جامعه و مناسبات اجتماعی تعیین می کند. در دوران اخیر هویت و نقش مادری و مجموعه وظایفی که جامعه از این نقش متصور بوده است دستخوش تفاسیر و تعاریف متفاوت گشته و این امر خود موجب بروز تعارضهای رفتاری و هویتی در مادران شده است.

هویت مادری به درک و احساس فرد به عنوان مادر اطلاق می شود که در فرایند گذر فیزیولوژیک مادر شدن، بعد از تولد نوزاد شکل می گیرد. در تعریفی دیگر هویت مادری به کسب هویت از طریق فرزند اطلاق می شود. بنا به تعریف سوزان گلوببرگ و رابین فی وش، هویت مادری عبارت است از برداشت یا تعریفی که یک زن از خود بعنوان مادر دارد (۵).

هویت مادری به دو بخش عمده سنتی و مدرن تقسیم می شود. براساس دیدگاه وبر آن دسته از مجموعه ی ایستارهای ذهنی برای کارهای عادی روزمره و باور به امر روزمره عادی بعنوان هنجارهای غیرقابل تخطی را هویت سنتی می دانند. هویت سنتی را براین اساس می توان اعتقاد و رفتار در قالب کلیشه های جنسیتی سنتی که ازلی و غیرقابل تغییر و محترم پنداشته می شود دانست. اما دیدگاه مدرن و عقلانیت مدرن تسلیم پذیری و انقیاد، ثبات بی چون و چرای زندگی سنتی را نمی پذیرد و تغییر تمام ابعاد حیات فردی را در کنار دگرگون کردن طبیعت و افزایش امکانات، طبیعی و حتی جایز قلمداد می کند (۶). تلقی مادر از جایگاه و موقعیت نقش مادری اش در مقایسه با سایر نقش های اجتماعی است. بنابر این برای رسیدن به تلقی ای که مادران از نقش مادری خود دارند از سه معرف مزیت مادری، اولویت مادری و اهمیت مادری در نزد مادران استفاده می کنیم. منظور از مزیت مادری، قائل بودن مزیت های جسمی و روحی، بارداری و پرورش فرزند یا در مقابل بارداری و پرورش فرزند است که تماماً رنج و فشار برای زن دارد. منظور از اولویت مادری رتبه ای است که مادری در مقایسه با سایر نقش ها داراست. به این معنا که نقش مادری در نزد مادران به چه میزان دارای اهمیت و جایگاه است و در مقایسه با سایر نقش هایی که زن در جامعه می تواند بر عهده داشته باشد چه رتبه و موقعیتی دارد. منظور از اهمیت مادری اهمیتی است که زن برای نقش پرورشی خود در تربیت فرزندان و آغوش پر مهر مادر- که جایگزینی ندارد - قائل است.

تقدیس مادری در گفتمان های متفاوت اجتماعی، فرهنگی و مذهبی موجب شده است که زنان به هر صورت که شده مادری را تجربه کنند. این مسئله از آن روست که از مادران انتظار می رود در برابر قرار گرفتن در این جایگاه مقدس و تأمین مالی از جانب همسر در هر شرایطی فرزندان را اولویت خود بدانند و برای رسیدگی به آنان پذیرا و آماده باشند؛ در حالی که مادری همانند هر امر اجتماعی دیگر براین مجموعه ای از شرایط است.

شاری و ترر معتقدند تا پیش از برداشت مقدس بودن از مادری و مادرانگی، زنان در امر اقتصاد خانواده فعال بوده اند؛ اما اتفاق صنعتی شدن به همراه غلبه فرهنگ ویکتوریایی و حواشی آن، تصویری از خانواده جنسی را رقم زد که زن در آن به لحاظ مالی به شوهر خود وابسته است. در چنین روندی زنان با ازدواج

تضعیف آن گردد. اگر زنان پس از مادر شدن از شبکه های اجتماعی خود از جمله شبکه های دوستی و یا شغلی حذف شده و یا نقش تعاملی آنان کاهش یابد، به مرور هویت مادری نیز تضعیف خواهد شد.

بوردیو با طرح حمایت اجتماعی بعنوان یکی از مؤلفه های سرمایه اجتماعی، به طور دقیق بر شیوه های به کارگیری اتصالات (یعنی ارتباطات میان اعضای یک گروه) توسط برخی گروهها برای کسب سود بیش تر، تمرکز دارد و تاکید می ورزد که نابرابری باید از طریق تولید و باز تولید تشریح شود (۱۱). از نظر کوب^۴ (۱۹۷۹) حمایت اجتماعی باعث می شود افراد باور کنند که مورد علاقه، مراقبت، عشق، احترام اند و برای دیگران ارزشمند هستند و به شبکه ای با تعهدات دوسویه تعلق دارند.

نظریه پردازان، دیدگاه ها و نظریات متفاوتی در مورد هویت و عوامل موثر در شکل گیری آن دارند. اریکسون هویت را به عنوان ادراکی از خود تعریف می کند که این ادراک حاصل فعالیت است که به عنوان واسطه ای میان تجارب گذشته، حال و آینده عمل می کند. از نظر ماریسا هویت عبارتست از سازمان دادن یک خود درونی شامل ساخت خود، سیستم باورها و آرزوها، عقاید، مهارت ها و تاریخچه فردی که در واقع نتیجه یک بحران است و از دید متخصصان درک این دوران طوفانی و بحرانی وابسته به روابط حاکم در خانواده می باشد و خانواده تأثیر واضح و مؤثری بر رشد فرد دارد (۱۱). به اعتقاد جنکینز و گیدنز، هویت شخصی مهم ترین بعد هویت و اساس شکل گیری هویت اجتماعی است؛ با این حال، از دیدگاه جنکینز مهم ترین وجه هویت فردی، جنسیت است که در تعامل با دیگران ساخته می شود (۱۲). نکته ی اساسی که از آرای گیدنز و جنکینز برداشت می شود، پیوستگی و سیال بودن هویت است. هویت های اجتماعی به ویژه هویت جنسیتی و در اینجا هویت مادری، امری ثابت نیست و مرتباً مورد بازاندیشی و بازسازی قرار می گیرد که این بازسازی محدود به دو دسته عوامل عمده هست: ۱- خصوصیات فرهنگی که افراد به آنها دسترسی دارند ۲- بستر اجتماعی که افراد در آن زندگی می کنند (۱۳) از سوی دیگر، منشأ دگرگونی فرهنگی تضاد بین سنت و مدرنیته و یا به بیان دیگر، تقابل بین اختیار و خطر پذیری است. مدرنیته سبب می شود که افراد هر چه بیش تر از قید انتخاب هایی که معمولاً سنت در اختیار آنها قرار می دهد رها شوند. بدین ترتیب فرد در مقابل طیف متنوعی از انتخاب های ممکن قرار می گیرد. این مسئله سبب می شود تا فرد، دیگر زندگی تعمدی از پیش تعیین شده ای نداشته باشد که در آن همه چیز از قبل مشخص و معین است بلکه شیوه های زندگی متنوعی پیش روی هر کس

و تولد فرزندان، استقلال اقتصادی خود را از دست می دهند و با تبدیل شدن به افرادی وابسته از میزان سرمایه فرهنگی و نمادین شخصی آنان نیز کاسته می شود. (۶).

گیلمن^۱ بر این مساله تاکید می کند که وابستگی اقتصادی زن به مرد، زن را به محیط خانه محدود می سازد چون بایستی به نظافت و خانه داری بپردازد، این مساله زنان را در عرصه مدرن دلسرد می سازد. رشد جامعه ی انسانی به زمینه سازی وابستگی متقابل در روابط اجتماعی بستگی دارد و در صورت ماندن مادران در حوزه خصوصی، نیازها و منافع حوزه ی عمومی آنان برآورده نمی شود؛ در نتیجه رشد جامعه در غیاب حضور نیمی از جمعیت آن یعنی زنان کند می شود (۷).

کریستوا^۲ معتقد است زنان امروزه هم به مادر بودن تمایل دارند اما نمی خواهند همچون خود آزارهای ایثارگری به نظر برسند که از امیالشان چشم پوشی کرده اند. زنان امروزی که مادر بودن را بر می گزینند ظاهراً در تنگنا قرار می گیرند. از طرفی تربیت کودکان نیز تجربه ای بیگانه ساز است زیرا معمولاً متخصصان مرد و نه زن، مسئولیت آن را بر عهده دارند. هر مادری در حالی که در چهاردیواری خانه محصور مانده، روزهای طولانی و بلکه شب های طولانی به پرورش کودکان بر طبق شیوه متخصصان و نه شیوه خودش به کار بچه داری می پردازد (۸).

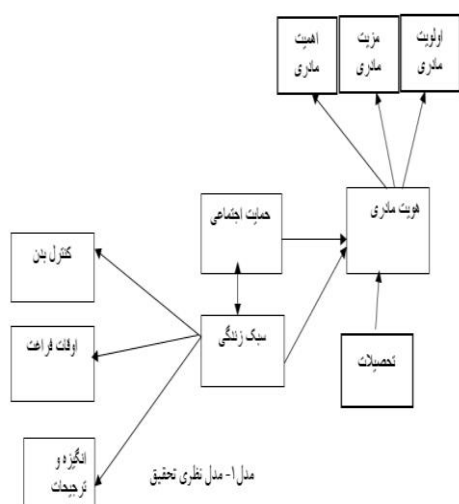
از نظر ریچ^۳ مادری کردن به منزله ی تجربه، در بدن زن محصور است و تحت نظارت فرهنگ و زبان نیست و به طور مستقیم برای زنان دست یافتنی است؛ اما مادری کردن به منزله نهاد، اطمینان می یابد که همه ظرفیت ها و تمامی انسانها تحت کنترل مردان هستند. از همین روی، به نظر وی در فرهنگ های پدرسالار، مادری و زنانگی در کنار هم در نظر گرفته می شوند و هویت مادری امری طبیعی تلقی می شود که مساوی زنانگی است. ریچ معتقد است این دو معنا با هم مرتبط اند، به گونه ای که یکی به شدت بر دیگری تحمیل شده است و دیگری را می پوشاند (۹). از منظر وی مادری قدرتمند تنها نه به زاییدن و مراقبت از کودک محدود می شود بلکه به پرداخت صحیح زن از موجودیت و شخصیت خودش بستگی دارد. ریچ با تفکیک نهاد مادری، از تجربه مادری تصویر متفاوتی از نقش مادری در جامعه مطرح می کند (۱۰).

از سوی دیگر توجه به این که مادر شدن فرد را در شبکه ای تعاملات اجتماعی جدید وارد می کند، می توان به موضوع شبکه های اجتماعی که از فرد حمایت کرده و موجب ارتقا و یا کاهش سرمایه اجتماعی یک زن به عنوان مادر می شود توجه کرد. این موضوع می تواند منجر به تقویت هویت مادری و یا حتی

³ Rich
⁴ Cobb

¹ Gilman
² kristeva

مناسب جهت وضعیت کنونی مادری و تغییرات آن یاری کند تا پاسخگویی نیاز جامعه به عنوان تربیت کننده نسلهای آتی باشد. به طور خلاصه بررسی پیشینه نظری نشان می‌دهد در شکل‌گیری فرایند هویت مادری، از میان عوامل متعدد، عواملی چون سبک زندگی و حمایت اجتماعی می‌توانند تأثیرگذار باشند. با جمع بندی نظریه‌ها و پژوهش‌های پیشین مدل زیر به عنوان چارچوب نظری پژوهش ارائه می‌شود (شکل ۱).



در ادامه بر اساس مدل، فرضیات زیر مطرح می‌شود:
 بین گرایشات سبک زندگی و هویت مادری زنان متأهل ۶۵-۱۹ سال شهر اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد.
 بین حمایت اجتماعی و هویت مادی زنان متأهل ۶۵-۱۹ سال شهر اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد.
 بین تحصیلات با هویت مادری زنان متأهل ۶۵-۱۹ سال شهر اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد.
 بین سن با هویت مادری زنان متأهل ۶۵-۱۹ سال شهر اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد.
 بین سبک زندگی و حمایت اجتماعی زنان متأهل ۶۵-۱۹ سال شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش و ابزار پژوهش

بررسی پدیده‌های اجتماعی در علوم اجتماعی بوسیله روش‌های مختلفی انجام می‌گیرد که کاربرد هر یک از روشها بر حسب ویژگی پارادایمی است. با توجه به موضوع، پژوهش حاضر از منظر نوع کمی و به شیوه‌ی توصیفی-تحلیلی می‌باشد که در زمره پژوهش‌های تبیینی و در پارادایم اثبات‌گرایی قرار گرفته و از حیث هدف، کاربردی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش زنان متأهل شهر اصفهان، در محدوده سنی ۱۹ تا ۶۵ سال بوده اند و تعداد آنها بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ برابر ۹۴۶۳۲۹ نفر

قرار می‌گیرد. تصمیمی که فرد برای زندگی خویش می‌گیرد که چه کارهایی انجام دهد و چه کارهایی انجام ندهد، به چگونگی بودن هویت خویش نیز می‌انجامد. این تصمیم‌گیری دامنه وسیعی را شامل می‌شود که حوزه‌های جنسیتی و شخصی را شامل می‌شود. فرد باید از بین انتخاب‌های مختلف برای مصرف دست به انتخاب بزند که این مسئله در هویت او نیز تأثیر گذار است. یکی از مهم‌ترین این انتخاب‌ها برای هر کسی، سبک زندگی است.

سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیتهای یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است. سبک زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عاداتها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخورداری از نوعی وحدت است که علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی پیوند بین گزینشهای فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را تأمین می‌کند (۱۴).

به طور خلاصه می‌توان بیان داشت شناخت از جایگاه و نقش خود می‌تواند به پویایی فردی، تعالی خانوادگی و سلامت جامعه بیانجامد. در مقابل، عدم خودآگاهی زن نسبت به نقش مادری، اثرات سوء و مخربی را چه در مادر و بطور جدی‌تر در فرزند به همراه دارد بطوریکه سرخوردگی‌های روانی، بی‌تعهدی، فساد اخلاقی، هنجار شکنی و اختلال در نظم و امنیت اجتماعی از نتایج آن به شمار می‌روند. آنچه اهمیت دارد این است که هویت مادری همچون سایر اقسام هویت ضرورتاً و یا مستمراً ثابت نیست، بلکه متغیر و متحرک است و همواره در رابطه با جریاناتی که نماینده یا مخاطبشان واقع می‌شوند، از طریق نظامهای فرهنگی که ما را احاطه کرده‌اند، تغییر شکل می‌پذیرند. بررسی تاریخ ایران نشان می‌دهد که کشور ما نیز نظم‌های جنسیتی متفاوت و تغییرات مفهوم مادرانگی را از سر گذرانده است. اگرچه راجع به مسایل زنان پژوهش‌ها و نشستهای آکادمیک متعددی انجام شده است ولی موضوع مادری و این‌که تا چه اندازه می‌تواند بر جایگاه اجتماعی زن و موقعیت او تأثیرگذار باشد چندان مطرح نبوده و پژوهش‌های عمیق و روشمندی پیرامون آن صورت نگرفته است. هویت مادری موضوعی مغفول است که ابعاد آن ناشناخته مانده. وضعیت و چگونگی هویت مادری منوط به شناخت عناصر و شرایط هویت ساز است. پژوهش حاضر در نظر دارد از میان عوامل و متغیرهای اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر هویت مادری به بررسی رابطه‌ی متغیرهایی چون سرمایه‌ی فرهنگی و مصرف رسانه‌ای، نگرش جنسیتی زنان، تغییر در سبک زندگی و حمایت اجتماعی با هویت مادری پرداخته تا بتواند پس از بررسی وضعیت هویت مادری در زنان شهر اصفهان با ارائه‌ی مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت مادری به تقویت این مهم بپردازد. منظور پژوهش شناخت عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر هویت مادری زنان بوده که می‌تواند ما را در ارائه الگوهای

گیری تصادفی پاسخگویان انتخاب شدند. ملاک ورود افراد به پژوهش، تجربه تأهل و مادری زنان و دارا بودن سن ۶۵-۱۹ سال (جوانان و گروه‌های سنی بالاتر) می‌باشد که در جدول زیر قابل مشاهده است.

می‌باشد. با استفاده از فرمول کوکران برای جمعیت بزرگ، حجم نمونه مطلوب برابر ۶۶۷ نفر با سطح اطمینان ۹۹٪ محاسبه شده و با توجه به این که جمعیت شهر اصفهان ناهمگن می‌باشد، در ابتدا بر اساس جمعیت محلات مسکونی طبق منطقه بندی شهرداری، سهمیه هر منطقه مشخص و سپس بر اساس نمونه

جدول ۱. جزئیات نمونه ماخذ: (Statistical Yearbook of Is fahan Municipality, 2014)

منطقه	کل جمعیت	زن	تعداد نمونه
1	78037	40026	30
2	64750	31787	22
3	109968	55852	39
4	125978	63314	45
5	163241	79295	56
6	111652	56495	40
7	148680	73675	53
8	237407	118169	82
9	73291	36169	25
10	212369	104815	74
11	59160	28749	21
12	125681	62348	44
13	118259	58679	41
14	167724	82150	58
15	112771	54806	40
جمع	1908968	946329	667

یافته های پژوهش

از میان ۶۶۷ نفر زنان پاسخگو، حدود ۶۵ درصد را متاهلین دارای همسر تشکیل می‌دهند. پس از آن بدون همسر بر اثر طلاق ۳۱/۸ درصد و کمترین میزان فراوانی به افراد بدون همسر بر اثر فوت همسر تعلق دارد. بیشترین فراوانی به گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال است با بیش از ۴۰ درصد فراوانی. پس از آن گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ سال با حدود ۲۵ درصد فراوانی، و ۲۰ تا ۲۹ سال در حدود ۲۳ درصد فراوانی قرار دارد. کمترین فراوانی به گروه سنی زیر ۲۰ سال تعلق می‌گیرد. بیشترین فراوانی تحصیلات به لیسانس با ۳۴/۷ درصد و پس از آن به دیپلم با بیش از ۳۲ درصد فراوانی تعلق دارد. کمترین فراوانی به دکتری و حوزوی متعلق است. بیشترین فراوانی خانه داری با بیش از ۴۶ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد و پس از آن دارای شغل با حدود ۳۸ درصد فراوانی می‌باشد. کمترین فراوانی به وضعیت بیکار تعلق دارد. حدود ۱۳ نفر به این سوال پاسخ نداده اند. میانگین سن مادر شدن پاسخگویان ۲۳/۵ است. سن مادر شدن ۵۰٪ پاسخگویان از ۲۳ سال بیش تر و سن ۵۰٪ پاسخگویان از ۲۳ سال کم تر است. فراوانی پاسخگویانی که در ۲۵ سالگی مادر شده اند در این نمونه

هویت مادری به عنوان متغیر وابسته و گرایش به سبک زندگی و حمایت اجتماعی به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده اند. متغیر هویت مادری شامل ابعاد مزیت مادری، اولویت مادری و اهمیت مادری با ۳۴ گویه، گرایش به سبک زندگی با شاخص‌های اوقات فراغت، مدیریت بدن، دین ورزی، انگیزه و ترجیحات در قالب ۴۴ گویه و حمایت اجتماعی با شاخص‌هایی چون حمایت همسر، حمایت خانواده، حمایت ابزاری و اطلاعاتی توسط ۱۸ گویه اندازه گیری شده است.

گویه های پرسش‌نامه در طیف لیکرت بین ۱ تا ۵ نمره گذاری شده و برای روایی و اعتبار تحقیق از اعتبار صوری مبتنی بر قضاوت و داوری متخصصان استفاده شده است؛ بدین نحو که با مراجعه به اساتید علوم تربیتی و جامعه شناسی صحت گویه ها و محتوای آنها مورد بررسی قرار گرفت و جهت بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد؛ این ضریب در متغیر گرایش به سبک زندگی ۰/۷۰، هویت مادری ۰/۷۶ و حمایت اجتماعی ۰/۷۵ محاسبه شده است. پس از جمع آوری داده ها به تجزیه و تحلیل آن با استفاده از رگرسیون و تحلیل مسیر پرداخته شده است.

شاخص ویژگی فکری و شناختی، مدیریت بدن (آرایش)، جایگاه مسایل دینی و مذهبی نشان می‌دهد میانگین گویه‌های اعتقاد و رفتار مذهبی حدوداً در سطح متوسط ۳ است. گرایش به استفاده از غذاهای سنتی در حد بالا با میانگین ۳/۷، اهمیت به همسر در حد بالا میانگین ۴/۱، زیبایی و کنترل بدن در حد متوسط ۳ می‌باشد. در واقع بررسی وضعیت سبک زندگی نمونه نشان می‌دهد سبک زندگی نیمه سنتی - مدرن دارای بیشترین فراوانی است.

مدل اندازه گیری در حالت تخمین استاندارد و حالت عدد معناداری متغیرهای هویت مادری و سبک زندگی در شکل های ۱ و ۲ بررسی شده است. همان گونه که مشاهده می‌شود تمامی مسیرهای سوالات به مولفه‌ها بزرگتر از ۱٫۹۶ می‌باشد که به عبارتی در سطح اطمینان ۹۵ درصد این مسیرها معنی دار می‌باشند؛ به بیان دیگر، می‌توان ادعا نمود که مولفه‌های مربوط به هویت مادری و سبک زندگی توانایی سنجش مناسب آن را دارا می‌باشد، در حقیقت روایی سازه آن‌ها مورد تایید است.

گیری بیش از سایر افراد است. همچنین بیش از ۶۴ درصد افراد دارای سبک زندگی مدرن بوده و حدود ۳۶ درصد دارای سبک زندگی سنتی می‌باشند. در ادامه، جدول شماره ۲ به بررسی وضعیت شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش به تفکیک پرداخته است.

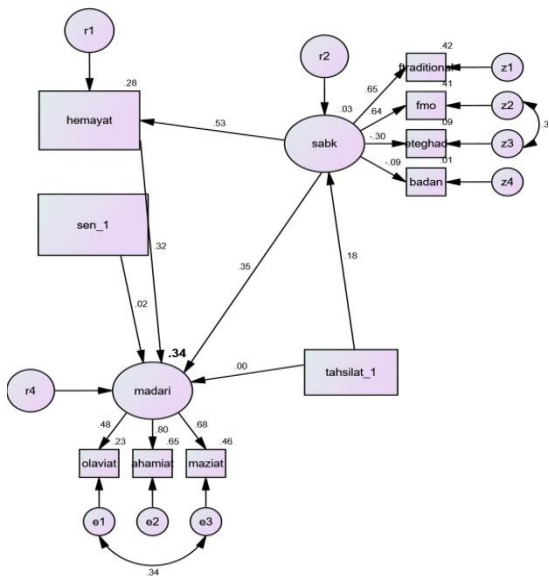
نتایج نشان می‌دهد بعد اولویت مادری دارای بیشترین میانگین (۴) و کمترین انحراف نمره از میانگین می‌باشد. بعد از آن با تفاوتی اندک مزیت مادری با میانگین ۳/۸ و اهمیت مادری با میانگین ۳/۶ قرار دارد.

میانگین متغیر حمایت اجتماعی ۳/۸ گزارش شده است که از حد متوسط بالاتر است. میانگین گویه‌های مطالعه، تماشای تلویزیون، رفتن به سینما، تئاتر یا کنسرت، رفتن به مهمانی، رستوران و کافی شاپ، رفتن به مراکز خرید و ورزش که معرف گذراندن فراغت در سبک زندگی مدرن هستند از سطح متوسط پایین تر می‌باشند: میانگین = ۲ و تماس تلفنی و رفتن به خانه اقوام و مادر که معرف گذران فراغت در سبک زندگی سنتی است از حد متوسط بالاتر است: میانگین = ۳/۴ اما شرکت در جلسات مذهبی از سطح متوسط پایین تر است: میانگین = ۲/۱.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی متغیرها

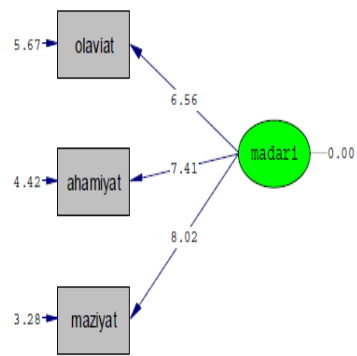
متغیر	میانگین (از ۵)	انحراف استاندارد
اهمیت مادری	۳/۵	۰/۷۲
وابسته اولویت مادری	۴	۰/۲۸
هویت مادری مزیت مادری	۳/۸	۰/۹۱
میانگین هویت مادری	۳/۷۸	۰/۷۳
گذراندن اوقات فراغت	۳/۲	۱/۲۹
مستقل مدیریت بدن	۳/۲	۱/۱۲
سبک زندگی دین و ورزشی	۲/۹۸	۰/۸۳
انگیزه و ترجیحات	۳/۸	۱/۴
سبک زندگی	۳/۰۲	۰/۶۹
مستقل حمایت اجتماعی	۳/۸	۰/۲۶

در ادامه شکل ۳ نشان دهنده برآورد مدل معادلات ساختاری پژوهش است. در این مدل سبک زندگی و حمایت اجتماعی و سن و تحصیلات به عنوان سازه های بیرونی با هویت مادری به عنوان متغیر درونی رابطه دارند.

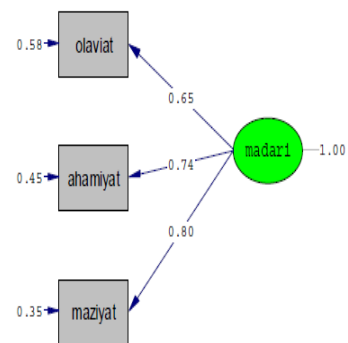


شکل ۳. مدل پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده و حضور متغیرهای معنادار و غیر معنادار در مدل، حدود ۳۴ درصد از تغییرات هویت مادری توسط متغیرهای مستقل می‌شود. همچنین شاخص های برزاش مدل در جدول ۳ قابل مشاهده است. با توجه به نتایج به دست آمده مشخص شد که مدل اجرا شده، از برزاش قابل قبولی برخوردار می‌باشد.

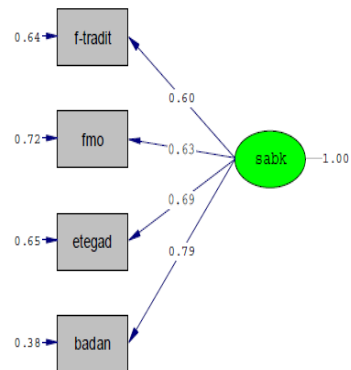


Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

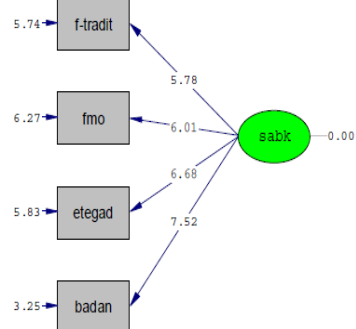


Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

شکل ۱. برازش مدل هویت مادری



Chi-Square=4.90, df=2, P-value=0.08178, RMSEA=0.053



Chi-Square=4.90, df=2, P-value=0.08178, RMSEA=0.053

شکل ۲. برازش مدل سبک زندگی

جدول ۳. بررسی شاخص های مناسب بودن مدل

نام شاخص	میزان استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل	نتیجه گیری
CMIN/DF	بین ۱ تا ۳	۲/۸	برازش مدل مناسب است
GFI	بیش تر از ۰/۹	۰/۸۹۹	برازش مدل قابل قبول است
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۸۳	برازش مدل مناسب است
CFI	بیش تر از ۰/۹	۰/۹۰	برازش مدل مناسب است
NFA	بیش تر از ۰/۹	۰/۹۴	برازش مدل مناسب است

همچنین جدول ۴ نشان دهنده خلاصه نتایج آزمون فرضیات است. با توجه به نتایج به دست آمده از مدل پژوهش و ضرایب مسیر ارائه شده، متغیر سبک زندگی ($\beta = -0/35$) و حمایت اجتماعی ($\beta = 0/32$) بالاترین تأثیر را بر هویت مادری داشتند.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیات

شماره فرضیه	مسیر	S.E.	C.R.	β	P	R2
۱	سبک زندگی → هویت مادری	۰/۷۵۹	۰/۱۸۶	-۰/۳۵	۰/۰۰۱	۰/۳۴
۲	حمایت اجتماعی → هویت مادری	۰/۱۶۲	۰/۰۲۹	۰/۳۲	۰/۰۰۱	
۳	تحصیلات → هویت مادری	۰/۱۲۸	۰/۷۰	-۰/۰۰	۰/۷۷	
۴	سن → هویت مادری	۰/۲۵۱	۰/۵۱۰	-۰/۰۲	۰/۶۹	
۵	سبک زندگی → حمایت اجتماعی	۰/۸۲۰	۰/۷۵۱	۰/۵۳	۰/۰۰۱	

بر سبک زندگی، بر هویت مادری اثر دارد. همچنین رابطه معناداری بین سبک زندگی و حمایت اجتماعی یافت شد که در نتیجه فرضیه ۵ در سطح اطمینان ۹۵ مورد تایید قرار می گیرد. از یافته های فرعی پژوهش شامل نتایج آزمون همبستگی بین گرایش های سبک زندگی و هویت مادری، در جدول ۵ نتایج آزمون همبستگی بین ابعاد هویت مادری و سایر متغیرها، در جدول ۶ قابل مشاهده است.

با توجه به برآورد مدل ساختاری مشخص شد که هر یک از ابعاد سبک زندگی و حمایت اجتماعی بطور معناداری تبیین کننده هویت مادری می باشند؛ به عبارت دیگر رابطه معناداری بین سبک زندگی و حمایت اجتماعی با هویت مادری وجود دارد و فرضیات ۱ و ۲ در سطح اطمینان ۹۵ مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی متغیر سن و تحصیلات به طور مستقیم اثر معنی داری بر هویت مادری ندارد، در نتیجه فرضیات ۳ و ۴ رد می شوند اما می توان بر اساس مدل بیان داشت متغیر تحصیلات بطور غیر مستقیم با تأثیر

جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی بین گرایش های سبک زندگی و هویت مادری

سطح معنی داری	ضریب همبستگی	متغیرها
۰/۰۰۱	۰/۳۳	اوقات فراغت، سنتی، مدرن
۰/۰۰۱	۰/۵۷	ویژگی فکری و شناختی
۰/۰۰۱	-۰/۴۳	مدیریت بدن (آرایش)
۰/۰۰۱	۰/۴۷	جایگاه مسایل دینی و مذهبی

که مادران در ارتباط با فرزندان خویش انجام می‌دهند. همه این کارها در بستر رفتارهای اخلاقی مانند گذشت، بردباری و مدارا، گاهی با مهربانی و گاهی با سخت‌گیری انجام می‌گیرند (۱۵).
 ناگفته پیداست که رابطه طبیعی ای که میان مادر و فرزند در اثر بارداری، زایمان و شیردهی رخ می‌دهد با طبیعت تجربی زنان همخوان است؛ رابطه میان مادران و فرزندان ارتباطی عمیق و متفاوت از ارتباط فرزندان با پدرانشان ایجاد می‌کند. به طور حتم دقت و توجه کامل در جهت انجام وظایف گوناگون مادری کار آسانی نیست. افزون بر این، تعارضها، تصویر ذهنی درونی خانواده و جامعه نیز دارای مفهومی در حال تغییر از مفهوم مادری است به طوری که در محیط خانواده و جامعه نیز انتظار از زن با توجه به اقتضات ماهیتی و تحولات مفهومی، هنجاری و کارکردی زن و به معنی اخص مادر این تعارضها افزایش می‌یابد. در این راستا پژوهش حاضر به بررسی رابطه سبک زندگی و حمایت اجتماعی با هویت مادری پرداخت تا وضعیت هویت مادری را در بین زنان متأهل شهر اصفهان به عنوان کلانشهری توسعه یافته مورد بررسی قرار دهد.

با توجه به نتایج، میان اوقات فراغت، ویژگی فکری و شناختی، مدیریت بدن و جایگاه مسایل دینی و مذهبی با هویت مادری رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بر اساس ضرایب به دست آمده حدود ۴۰ درصد از تغییرات هویت مادری توسط سازه سبک زندگی تبیین می‌شود.

همان‌گونه که قابل مشاهده است در سطح اطمینان ۹۹ درصد، متغیر سبک زندگی با بعد اولویت مادری و اهمیت مادری رابطه معکوس و معنی دار دارد. حمایت اجتماعی با تمامی ابعاد هویت مادری رابطه مثبت و معنی دار داشته و متغیر تحصیلات تنها با اهمیت مادری رابطه مثبت و معنی دار دارد. رابطه متغیر سن با اولویت مادری و اهمیت مادری معنی دار می‌باشد.

بحث و نتیجه گیری

در تمامی فرهنگها، مادری به عنوان یکی از اجزای هویت زنان محسوب می‌شود. حس مادری با شروع بارداری شکل گرفته و با احساس مسئولیتی جدید در مراحل رشد کودک هویت می‌یابد. مراقبت، حمایت، محبت، بازی و تربیت، سلسله اموری اند

جدول ۶. نتایج آزمون همبستگی بین ابعاد هویت مادری و متغیرها

سن	تحصیلات	حمایت اجتماعی	سبک زندگی		
.211	-.059	.195	-.160	ضریب همبستگی	
.000	.128	.000	.000	سطح معنی داری	اولویت مادری
667	667	667	667	حجم نمونه	
-.108	.200	.408	-.242	ضریب همبستگی	
.005	.000	.000	.000	سطح معنی داری	اهمیت مادری
667	667	667	667	حجم نمونه	
.082	.085	.338	-.057	ضریب همبستگی	
.035	.029	.000	.145	سطح معنی داری	مزیت مادری
667	667	667	667	حجم نمونه	

مهم‌ترین و اصلی‌ترین نقش زن می‌دانست به سویی که سایر نقش‌های زنان نیز در جامعه و خانواده اهمیت می‌یابد و زنان به اختیار خود و با توجه به شرایط، تصمیم به بچه دار شدن و مادر شدن می‌گیرند.

نتایج حاصل از تحلیل ساختاری نشان می‌دهد سبک زندگی با هویت مادری رابطه ی معنی دار دارد. گذر از سبک زندگی سنتی به مدرن موجب تغییرات اساسی در دیدگاهها، شناخت، ترجیحات و بطور کلی هویت انسانها می‌شود. در مفهوم هویت که حال به آن پرداخته، هیچ هویت ثابت، بنیادین و ماندگاری

نتایج بدست آمده نشان داد بیش‌ترین پاسخگویان در سطح متوسط هویت مادری قرار دارند و پس از آن بیش‌ترین فراوانی به سطح بالای هویت مادری تعلق دارد. نگاهی به میانگین (۳/۸ از ۵) تأکیدی بر این مدعاست. گرچه انتظار بر این بود که این میزان در حد بالا باشد اما نتایج گویای آن است هنوز زنان، مادری را بعنوان یکی از ارکان هویت بخش خود می‌دانند. باید خاطر نشان کرد که تغییرات نگرشی که بر اثر تغییرات حاصل از مدرنیته ایجاد می‌شود در تغییرات مفهوم مادری نیز دیده می‌شود. در واقع جامعه در حال حرکت از سمتی بوده که در آن مادری را

بررسی و کاوش بر روی هریک از ابعاد مادری می‌تواند به عنوان موضوع تحقیق مستقل مطرح باشد و عوامل مؤثر بر هریک از ابعاد مورد بررسی قرار گیرد.

پژوهش حاضر به دلیل محدودیت‌های گوناگون سطح سنجش خود را به شهر اصفهان محدود نمود. در عین حال پژوهش بر روی جمعیت سایر شهرستان‌ها و کل کشور می‌تواند مکمل پژوهش حاضر باشد و نتایج آنها مورد مقایسه قرار گیرد.

توجه به نیازهای عاطفی و روحی زنان و برنامه ریزی اصولی جهت برآوردن نیازهای این قشر توسط مشارکتهای اجتماعی.

توجه و به‌کارگیری آموزه‌های دینی در زمینه مادری و ترویج این آموزه‌ها با مضامین فرهنگی خاص مخاطبان.

از آنجا که حمایت اجتماعی تأثیر مثبتی بر هویت مادری زنان دارد، رسانه‌ها بعنوان حامیان اطلاعاتی می‌توانند بخشهای عمده‌ای از حمایت زنان را برعهده گیرند و با تولید محتوای دور از مباحث کلیشه‌ای، تصویری صحیح و بالنده از مادران مدرن ارائه دهند.

ملاحظات اخلاقی

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

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه دکتر و زیر نظر کمیته اخلاق دانشگاه علوم پزشکی اردبیل و با کد اخلاقی به شناسه IR.ARUMS.REC.1399.117 انجام گرفته است. ملاک‌ها و ضوابط اخلاقی انجمن روان‌شناسی آمریکا و ملاک‌های اخلاقی سازمان نظام روان‌شناسی و مشاوره ایران در نظر گرفته شد. تمام نکات اخلاقی شامل رازداری، در اولویت بودن سلامت روان‌شناختی شرکت‌کنندگان، امانت‌داری، دقت در استناددهی، قدردانی از دیگران، رعایت ارزش‌های اخلاقی در گردآوری داده‌ها، رعایت حریم خصوصی شرکت‌کنندگان توسط پژوهشگران مدنظر قرار گرفته است.

حامی مالی

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

وجود ندارد. بلکه هویت پدیده‌ای سیال است که به صورت مداوم و در ارتباط با شیوه‌های باز‌نمایی و نظام‌های فرهنگی پیرامون ما شکل می‌گیرد و تغییر شکل می‌دهد. در درون ما هویت‌های متناقضی وجود داد که در جهات متفاوتی امتداد یافته به گونه‌ای که تعاریف ما از خودمان دائماً تغییر می‌کند. قرارگیری در شرایط اجتماعی متفاوت و ارزش‌های در حال تغییر موجب می‌گردد در هر زمینه اجتماعی، تعریفی که از هویت مادری می‌شود تغییر کرده و در نظام‌های فرهنگی متفاوت با یکدیگر تفاوت داشته باشد (۱۶)، هم‌چنین بنا به نظر‌گیدن امکان هویت یابی در چارچوب محدود و معین اجتماعی رو به کاهش بوده، هویت در این دوران متأثر از عناصر گوناگون فرهنگی است. افراد، امروزه در معرض تجربه‌های جدیدند و به واسطه انتخابی که خود در زندگی می‌کنند و یا سبک زندگی خاصی که برای خود بر می‌گزینند، هویت شخصی و اجتماعی متفاوتی پیدا می‌کنند که به نظر‌گیدن این هویت در سایه توسعه ارتباطات و منابع جدید هویت ساز به صورت بازتابی توسط فرد ایجاد و ساخته می‌شود، این هویت ساخته شده در نهایت به صورت رفتار کنشگران ظاهر می‌گردد. در این راستا، زنانی که سبک زندگی سنتی را بعنوان شیوه زندگی و شناخت خود دارا هستند، هویت مادری بالایی دارند و هرچه ترجیحات سبک زندگی به نیمه سنتی و مدرن نزدیک می‌شود، از میزان هویت مادری کاسته می‌شود.

از سوی دیگر حمایت‌های اجتماعی بر هویت مادری زنان تأثیر قابل توجهی را نشان می‌دهد. هرآنچه زنان از جانب خانواده و همسر و جامعه مورد حمایت عاطفی و اطلاعاتی قرار گیرند، مادری را بعنوان مرحله‌ای منحصر به فرد از زندگی خود تلقی می‌نمایند. حامیان اجتماعی می‌توانند با رویکردی نوین به مادری، عناصر هویت ساز مادری را تقویت نمایند. در یک نگاه کلی می‌توان گفت گرچه تغییرات بنیادین در جامعه اتفاق افتاده است اما در حوزه مادری و خانواده این تغییرات متناسب با ارزش‌های فرهنگی می‌باشد که سازگار با جامعه ایرانی است و نوید می‌دهد که هرچند زنان به هویتی بازاندیشانه دست یافته‌اند، اما مادری و ارزش‌های آن در جامعه همچنان اهمیت خود را حفظ خواهد کرد. می‌توان گفت از آنجا که حمایت اجتماعی تأثیر مثبتی بر هویت مادری زنان دارد، رسانه‌ها بعنوان حامیان اطلاعاتی می‌توانند بخشهای عمده‌ای از حمایت زنان را برعهده گیرند و با تولید محتوای دور از مباحث کلیشه‌ای، تصویری صحیح و بالنده از مادران مدرن ارائه دهند؛ از سوی دیگر با آموزش همسران و خانواده‌ها در زمینه حمایت از مادران می‌توان به تصویر سازی هویتی مادر کمک نموده و آن را بهبود بخشید. از این رو پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

مشارکت نویسندگان

مقاله برگرفته از پایان نامه مقطع دکتراست. نویسنده اول دانشجوی مقطع دکتری و نویسنده مسئول است؛ نویسنده دوم استاد راهنمای اول؛ نویسنده سوم استاد راهنمای دوم و نویسنده چهارم استاد مشاور پایان نامه می باشند.

تعارض منافع

این نوشتار برگرفته از پایان نامه دکترا تحت عنوان «مقایسه اثربخشی درمان بافت نگر انصاف محور و درمان هیجان مدار در صمیمیت، کیفیت، دلزدگی زناشویی و تعارضات زناشویی زوجها» است (گروه مشاوره، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل) است و با منافع شخصیا سازمانی منافات ندارد.

References

- Cisek, E., (2007). The role of future -related thinking and perceived social support in identity development processes. (Unpublished doctoral dissertation), Fordham University, New York, NY.
- Rafat Jah, M., (2017). Young women and defining the meaning and role of motherhood, a case study of mothers aged 25- 40 living in Rey city. Journal of Iranian sociology, volume 18th, No. 2.
- Khajeh Noori, B., Roohan, A., Hashemi, S., (2012). The tendency to hijab and various lifestyles (case study: women of Shiraz city). Applied sociology. Vol. 3. Pp: 141- 166. 2012.
- Rastegar Khalid, A., Delavari, M., (2017). The evolution of mothers' attitudes towards motherhood, Mother's Conference Proceedings Book.
- Golmohammadi, A., Globalization, C., (2010). Identity, Tehran: Ney Publishing, Fourth Edition.
- Humm, M., (2016). The dictionary of feminism theories. Translated by: Firooze Mohajer, Nooshin Ahmadi Khorasani, Farrukh Ghare Daghi. Tehran: development publication.
- Fridman, J., (2018). Feminism; translated by Firooze Mohajer. Tehran: Ashian publication. 5th publication.
- Tang, R., (2008). A comprehensive introduction to feminists' theories. Translated by: Manijeh Najm Araghi, Tehran: Ney Publication.
- Mohammadi Asl, A., (2018). Feminine Side of Community Theory (Gender Orientation of Sociological Theories). Tehran: Arman Roshd publication.
- Ahmadi Khorasani, N., Mohajer, Firooze., Ardalan, Parvin. (2004). The season of women (volume 4), a collection of feminist opinions and perspectives. Tehran: Roshangaran publication and women studies,.
- Tavassoli, Gh., (2005). Sociological Theories, 13th Edition, Tehran: Samat.
- Giddens, A., (2008). The Consequences of Modernity, Translation by Mohsen Salasy , Center Publishing.
- Melshevich, S., (2018). Identity as Ideology, translated by Ahmad Yaqobi, Tehran: Kavir Publishing.
- Fazeli, M., (2003). Consumption and lifestyle, Qom: Sobh Sadegh.
- Alasvand, F., (2013). Women in Islam: Generalities and Principles, Hajar Publishing Center.vol3 .p 25-42.
- Lawler, S., (2018). The Identity of Sociological Perspectives, Translated by Mohsen Niazi, Dariush Yaghoubi, Tehran: Ehsan Thought Publishing.