

عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر نگرش والدین

نسبت به روابط میان نوجوانان دختر و پسر در شهر تهران*

منصور وثوقی* و اکرم دائمی*

چکیده

هدف از انجام دادن این پژوهش سنجش نگرش والدین نسبت به روابط دختر و پسر و عوامل مؤثر بر نگرش آنها بوده است. در این راستا این پژوهش می‌بایست به دو پرسش عمده پاسخ گوید:

الف. نگرش والدین نسبت به روابط دختر و پسر چیست؟

ب. عوامل مؤثر بر نگرش والدین کدامین هستند؟

در این زمینه به‌طور عمده هفت فرضیه اصلی مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند که به‌طور مجزا عوامل مؤثر بر نگرش والدین را نسبت به روابط دختر و پسر مورد سنجش قرار می‌دهند.

این پژوهش در ارتباط با والدین دانش‌آموزان دبیرستان‌های منطقه چهار آموزش و پرورش تهران به مرحله اجرا درآمده است که عوامل هفتگانه زیر:

۱. درجه دینداری والدین، ۲. فشارهای هنجاری، ۳. رسانه‌های داخلی و خارجی، ۴. میزان گرایش به فرهنگ غرب، ۵. نیاز والدین به خوشبختی و سرو سامان گرفتن فرزندان، ۶. تفاوت جنسیتی (فرزند پسر و فرزند دختر)، و ۷. پایگاه اجتماعی والدین، همگی

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته پژوهشگری است که در سال ۱۳۸۵ در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران دفاع شده است.

✉ استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

* کارشناس ارشد پژوهش‌گری علوم اجتماعی

بر نگرش والدین به روابط بین دختر و پسر تأثیر گذارند. پس از جمع‌آوری داده‌ها و پردازش آن‌ها و آزمون فرضیات تحقیق، با کمک نرم‌افزار SPSS و فنون پیشرفته نظیر رگسیون چند متغیره و تحلیل عامل مشخص شد که متغیرهای درجه دینداری والدین، رسانه‌های داخلی، گرایش به فرهنگ غرب، نیاز والدین به ازدواج موفق فرزندان، نوع جنسیت فرزند دارای روابط معناداری با متغیر وابسته هستند.

طرح مسئله

با نگاهی به آمار مراجعان به مراکز مشاوره در شهر تهران در می‌یابیم که درصد قابل ملاحظه‌ای از موضوعاتی که به این مراکز ارجاع می‌شود، مسائل مربوط به روابط نوجوانان پسر و دختر و مشکلاتی است که به دنبال این روابط برای خانواده‌ها و اولیای مدارس ایجاد می‌شود. این نوع روابط که غالباً مخفیانه انجام می‌گیرد از سویی با اصول اعتقادی و فرهنگی جامعه در تضاد است و نوجوانان به‌ویژه دختران از این بابت از جانب خانواده و اولیای مدرسه مورد بی‌مهری و سرزنش قرار می‌گیرند و از سوی دیگر، بهداشت روانی خانواده‌ها را مختل نموده و موجبات بدبینی خانواده‌ها و اولیای مدارس را فراهم می‌آورد که هریک دیگری را متهم به بی‌کفایتی نموده و به جای پرداختن به علل و عوامل ریشه‌ای، سعی در مبارزه با معلول دارند و مجازات‌های انضباطی نظیر تهدید، توبیخ، اخراج و شبیه این‌ها را اعمال می‌کنند.

عامل دیگری که بر پیچیدگی این مسئله افزوده است، تضاد بین نسلی است که خود ناشی از شرایط اجتماعی- فرهنگی جامعه در حال گذار و گسترش وسایل ارتباط جمعی است. موضوع اساسی این پژوهش بررسی و مطالعه نگرش والدین نسبت به روابط دختر و پسر و عوامل مؤثر بر این نگرش است.

با توجه به جوانی جمعیت کشور و حضور فعال اکثر نوجوانان و جوانان در عرصه‌های فرهنگی، آموزشی، اجتماعی، ارتباط در صحنه‌های مختلف زندگی اجتماعی بین دختران و پسران امری اجتناب‌ناپذیر است. در واقع جامعه انسانی متشکل از مردان و زنانی است که با معاضدت و یاری یکدیگر زندگی خود را بنا نهاده‌اند. اما آنچه امروز در جامعه ما مطرح است آن است که والدین چه نوع رابطه‌ای را و براساس چه مرزهایی از رفتار با جنس مخالف برای فرزندان خود تعریف می‌کنند؟ انواع ارتباط موجه از نظر والدین کدامین است و نگرش آنان چه نوع نگرشی است؟ از آنجایی که موضوع مورد مطالعه از یک سو مربوط به نگرش و از سوی دیگر مربوط به روابط میان دختران و پسران در سنین قبل از ازدواج است، لذا نتایج حاصل از این بررسی می‌تواند راهگشای بسیاری از تناقضات مربوط به روابط اجتماعی در جامعه ما باشد.

در حقیقت سؤالات اساسی این پژوهش را می‌توان به قرار زیر خلاصه نمود:

۱. عوامل مؤثر در تکوین نگرش والدین در ارتباط با روابط میان دختر و پسر کدامین هستند؟
۲. والدین تا چه حد روابط میان دختر و پسر را مجاز می‌دانند؟

روش تحقیق و جامعه آماری مورد مطالعه

روش انجام دادن این پژوهش پیمایشی^۱ و جامعه آماری مورد مطالعه دبیرستان‌های پسرانه و دخترانه ناحیه ۴ آموزش و پرورش تهران است، این ناحیه جمعاً ۱۳۵ دبیرستان پسرانه و دخترانه (به تفکیک ۸۶ دبیرستان پسرانه و ۴۹ دبیرستان دخترانه) دارد که در مجموع ۳۳۲۰۱ دانش‌آموز دبیرستانی را در بر می‌گیرند.

در این پژوهش ابتدا از مجموع دانش‌آموزان جامعه مورد مطالعه نمونه‌ای تصادفی با حجم ۳۸۴ نفر با توجه به توزیع نمونه متناسب با جمعیت هرکدام از مدارس و تفکیک مدارس دخترانه و پسرانه انتخاب شد. این حجم نمونه با در نظر گرفتن این‌که نسبت جمعیت پسران و دختران نسبت به کل جمعیت به ترتیب ۰/۵۱ و ۰/۴۹ بود، محاسبه شد. با احتساب درصد فوق تعداد والدین دختران مورد مصاحبه ۱۸۶ نفر و تعداد والدین پسران مورد مطالعه ۱۹۴ نفر در نظر گرفته شدند. در نهایت در هر مدرسه پسرانه ۲۰ نفر از والدین و در هر مدرسه دخترانه ۳۱ نفر از والدین مورد مصاحبه قرار گرفتند. مراجعه به مدارس و توزیع پرسشنامه در روز تشکیل انجمن اولیا و مربیان در زمان توزیع کارنامه و در مواردی که والدین فرزندان را برای آوردن به مدرسه همراهی می‌کردند صورت گرفت و به همین دلیل جامعه آماری ما را غالباً مادران تشکیل داده‌اند. علت کثرت مادران در جمع والدین مورد مصاحبه آن بوده است که به دلیل اشتغالات و مسئولیت‌های پدران امور تحصیلی فرزندان بیشتر توسط مادران انجام می‌گیرد. ضمن آن‌که در مواردی نیز پدران راغب به پاسخگویی نبوده‌اند. عملیات میدانی این پژوهش به مدت دو ماه و نیم از اردیبهشت ۱۳۸۴ تا نیمه تیرماه همان سال صورت پذیرفته است.

پیشینه پژوهش

گرچه در ارتباط با روابط بین نوجوانان دختر و پسر مطالعات فراوانی در ایران صورت نگرفته است، مع‌هذا می‌توان حداقل به دو مورد قابل ذکر که یکی در سطح شهر تهران و دیگری در سطح ملی انجام گرفته است اشاره نمود:

1. survey

۱. در پژوهشی تحت عنوان «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران که در سال ۱۳۷۸ با حمایت معاونت پژوهش و آموزش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط دکتر منوچهر محسنی انجام گرفته است، ۲۳۲۰ نفر از شهروندان تهرانی مورد مطالعه قرار گرفتند. براساس نتایج به دست آمده این پژوهش، نظر شهروندان در خصوص معاشرت دختر و پسر قبل از ازدواج به قرار زیر است:

۷۷/۷ درصد شهروندان مرد و زن بین ۱۶-۲۴ ساله با این نوع معاشرت‌ها موافق، ۲۰/۴ درصد مخالف و ۱/۹ درصد پاسخی نداده‌اند. در گروه سنی ۲۵-۳۴ ساله ۷۳/۰۹ درصد موافق، و ۲۳/۸ درصد مخالف بوده‌اند. در گروه سنی ۳۵-۴۴ ساله، ۶۸/۲ درصد موافق، ۲۹/۴ درصد مخالف و در نهایت در گروه سنی ۵۵ ساله به بالا، ۶۷ درصد موافق و ۳۰/۴ درصد مخالف بوده‌اند. همچنان‌که ارقام فوق نشان می‌دهند، با افزایش سن، میزان موافقت با روابط جوانان قبل از ازدواج کاهش می‌یابد.

۲. در پژوهش دیگری که به وسیله همان محقق در سطح ایران تحت عنوان «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی-فرهنگی در ایران در سال ۱۳۷۹» انجام گرفته است، نتایجی بسیار نزدیک به نتایج پژوهشی پیشین به دست آمده است:

در این پژوهش در کل میزان موافقت با معاشرت قبل از ازدواج رقم بالایی را نشان می‌دهد (۶۸/۶ درصد) که در این میان گروه سنی ۱۶-۲۴ بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است (۷۴/۹ درصد). در این پژوهش نیز با افزایش سن میزان موافقت کاهش می‌یابد به صورتی که در گروه‌های سنی ۵۵ ساله به بالا، تنها ۶۴/۷ درصد موافقت خود را با معاشرت قبل از ازدواج ابراز داشته‌اند. نتیجه‌گیری محقق فوق‌الذکر از این پژوهش آن است که در دهه‌های گذشته این نوع معاشرت‌ها اساساً وجود نداشت و زن و شوهر در موارد زیاد تا قبل از ازدواج یکدیگر را نمی‌دیدند و از سویی دیگر اولاً ازدواج به معنای مشارکت متقابل زن و شوهر نبود، ثانیاً در ازدواج‌ها اندیشه انسان‌ها مورد توجه نبود. بنابراین مطالعه نشان داد که شرایط با گذشته بسیار فرق کرده است.

چارچوب نظری و منابع اخذ فرضیه‌های تحقیق

چارچوب نظری این پژوهش که فرضیه‌ها از آن‌ها اخذ شده است تلفیقی از آرای جامعه‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی است. در بخش جامعه‌شناسی تأکید هم بر نظریه کارکردگرایی است و هم بر نظریه کنش متقابل نمادی. در هر یک از فرضیات ابتدا دیدگاه روان‌شناسان اجتماعی و سپس دیدگاه جامعه‌شناسان مورد توجه قرار گرفته‌اند.

فرضیه ۱: فشار اطرافیان بر والدین در نگرش آن‌ها به روابط دختران و پسران مؤثر است:

دیدگاه‌ها: الف. اشخاص تا حد زیادی به چیزهایی که دیگران فکر می‌کنند وابسته هستند (آلپورت)^۱.

ب. افراد به دلیل ترس از منزوی شدن در جامعه در مقابل نظریه حاکم و مسلط سکوت کرده و به نوعی تسلیم افکار جامعه می‌شوند (نظریه ماریپیچ سکوت الیزابت نیومن). (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۲۶۰).

پ. نفوذ و فشار اجتماعی بر افراد در شکل‌گیری نگرش و رفتار آن‌ها مؤثر است (فیشباین)^۲.

ت. در جوامعی که همبستگی‌های قوی وجود دارد، شخص برای هم‌نواپی با دیگران خود را با ارزش‌ها و هنجارهای مشترک تطبیق می‌دهد (امیل دورکیم)^۳.

ث. اگر عملی خلاف ارزش‌ها و قوانین اجتماعی از شخص سر بزند، من اجتماعی او عکس‌العمل نشان می‌دهد و به مخالفت برمی‌خیزد (جرج هربرت مید)^۴.

تعمیم: نظام اجتماعی و فشار هنجارهای ناشی از آن باعث پیروی شخص از هنجارها می‌شود.

فرضیه ۲: گرایش به فرهنگ غرب و غرب‌زدگی در نگرش والدین نسبت به روابط دختران و پسران مؤثر است:

دیدگاه‌ها: الف. نگرش‌های افراد از طریق تقلید از فرهنگ‌های دیگران ایجاد می‌شود (آلپورت).

ب. نگرش‌ها و ارزش‌ها از طریق معاشرت افراد با گروه‌های مرجع خود به آن‌ها منتقل می‌شود (ادوین ساترلند)^۵.

پ. شخصی که هویت خود را در وجود گروه مرجع می‌جوید، در پی آن برمی‌آید که به رفتار و ارزش‌های این گروه نزدیک شود (مرتون).

تعمیم: الگوهای ارزشی و هنجاری فرهنگ حاکم به فرد (گرایش به فرهنگ غرب) نگرش او را نسبت به پدیده‌های محیط پیرامون او شکل می‌دهد.

فرضیه ۳: درجه دینداری والدین با نگرش آن‌ها نسبت به روابط دختر و پسر ارتباط دارد:

1. Allport, G. W.

2. Fishbein, martin

3. Durkhome, emil

4. Herbertmid, George.

5. Sutherland, edwin.

دیدگاه‌ها: الف. تعلق به گروه‌های مذهبی در نگرش‌های افراد تأثیرگذار است، یا به عبارت دیگر نگرش فرد نماینده اعتقادات مذهبی اوست (دیوید کرچ).

ب. افراد در تقلید از چهره‌های سرشناس مذهبی مورد قبول خود نگرش‌هایی را به دست می‌آورند (آپورت).

پ. افراد در یک نظام ارزشی که الگویی ثابت و سازمان‌یافته است به سر می‌برند. الگوی ارزشی با بیان عام راه‌ها و نحوه دیدگاه‌ها، رفتار و اکنش را در موقعیت‌های ویژه به آن‌ها نشان می‌دهد (مرتون).

ت. نهاد دینی که مسئولیت ثبات اخلاقی جامعه را برعهده دارد و از ارزش‌های فرهنگی مراقبت می‌کند جز چهار خرده نظامی است که نگرش افراد و به تبع آن کنش اجتماعی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، ارزش‌های مذهبی به مثابه یک نظام ارزشی راه‌های خاص و نحوه نگرش را در موقعیت‌های ویژه به شخص نشان می‌دهد (پارسونز).

ث. ساخت شخصیت و نظام اجتماعی بازتاب جهت‌گیری الگوهای ارزشی فرهنگ است (پارسونز).

تعمیم: ارزش‌های مذهبی و دینی به مثابه یک نظام ارزشی راه‌های خاص و نحوه نگرش را در موقعیت‌های ویژه به شخص نشان می‌دهند.

فرضیه ۴: نیاز والدین به ازدواج موفق فرزندان در نگرش آن‌ها به روابط دختر و پسر مؤثر است.

دیدگاه‌ها: الف. نگرش‌ها در جهت رفع نیاز فرد شکل می‌گیرند (دیوید کرچ).

ب. هر نظام اجتماعی کارآمد باید به برخی نیازها به عنوان حداقل نیاز اساسی برای حفظ بقای خود پاسخ گوید و بدین ترتیب بنیان‌هایی به وجود می‌آید که براساس آن‌ها نظام‌های تأمین‌کننده نیازهای اساسی فرد قرار دارند (مالینوفسکی).

تعمیم: نگرش‌های افراد به طور اساسی بر بنیان‌ها و نظام‌های اجتماعی استوار است که برای رفع نیاز آن‌ها ایجاد شده و شکل گرفته‌اند.

فرضیه ۵: پایگاه اجتماعی و اقتصادی والدین با نگرش آن‌ها نسبت به روابط دختر و پسر ارتباط دارد.

دیدگاه‌ها: الف. نگرش افراد نماینده پایگاه اجتماعی و اقتصادی آن‌هاست (دیوید کرچ).

ب. تجربه و عوامل محیطی در نگرش افراد مؤثر است (پارک).

پ. نگرش از پایگاه اجتماعی شخص سرچشمه می‌گیرد (تورشتاین و بلن).

تعمیم: پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد به منزله سنجش اجتماعی حاوی هنجارها و

ارزش‌هایی است که شخص ناگزیر است هنگام اخذ نگرش آن‌ها را رعایت کند.
فرضیه ۶: رسانه‌ها (داخلی و خارجی) در نگرش والدین نسبت به روابط دختر و پسر مؤثرند.
دیدگاه‌ها: الف. از عوامل تکوین نگرش می‌توان منابع کسب اطلاعات (رسانه‌ها) را عنوان کرد (دیوید کرچ).

ب. یکی از منابع ارزشی و محیطی که موجب بروز تغییر در وضعیت نگرش و تعادل فکری افراد شده و منجر به فشارهای ساختاری می‌شود عبارت است از منابع تغییر ارزشی خارج از نظام شامل وسایل ارتباط جمعی و ارتباط با کشورهای دیگر و تمام وسایلی که به مقایسه و تماس فرهنگی با کشورهای دیگر منجر می‌شود (چالمرز جانسون).

پ. رسانه‌های جمعی برای برخی مخاطبان دارای کارکرد مثبت و برای برخی دارای کارکرد منفی‌اند (مرتون).

ت. یکی دیگر از تأثیرات رسانه‌های گروهی آن است که موجب صراحت یافتن و روشن شدن ارزش‌ها می‌شود (چارلز هورتن کولی).

تعمیم: شناخت اشخاص و نظام‌های فکری آنان به وسیله چیزهایی که از وسایل ارتباط جمعی درباره مردم، موقعیت‌ها و امور مختلف می‌آموزند بسط پیدا می‌کند (بسط فکری).

فرضیه ۷: به نظر می‌رسد که نگرش والدین به روابط پسر با جنس مخالف با نگرش آن‌ها نسبت به روابط فرزند دختر با جنس مخالف متفاوت است.

دیدگاه‌ها: الف. نگرش‌ها از تراکم تجربه در محیط شکل می‌گیرد (آلبورت).

ب. یکی از مهم‌ترین راه‌های تشکیل نگرش از بدو کودکی تا بزرگسالی برای افراد تقلید است (آلبورت).

پ. از عوامل مؤثر بر نگرش‌ها تجربیات شخصی است (روزن اشتیل).

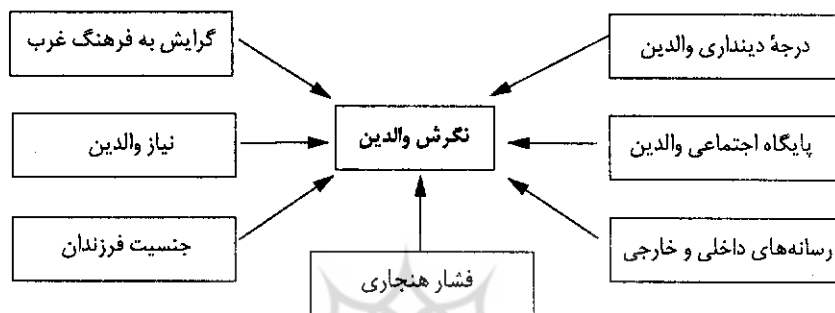
تعمیم: والدین در اثر تجربیات و تأثیر از محیط در نگرش خود به روابط فرزند دختر یا پسر تفاوت قائل می‌شوند.

ارائه مدل تحقیق

در این پژوهش، همچنان که ضمن معرفی فرضیه‌ها عنوان شد، متغیر وابسته ما «نگرش والدین» و متغیرهای مستقل ما عبارتند از:

۱. درجه دینداری والدین
۲. پایگاه اجتماعی-والدین
۳. رسانه‌های داخلی و خارجی

۴. گرایش به فرهنگ غرب
 ۵. نیاز والدین به ازدواج موفق فرزندان
 ۶. جنسیت فرزندان (تفاوت نگرش نسبت به پسر یا دختر)
 ۷. فشار هنجاری
- دیاگرام بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش را می‌توان به صورت زیر نمایش داد:



نمودار شماره ۱. دیاگرام مربوط به متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

نگرش و مفاهیم مرتبط با آن

واژه نگرش (attitude) از کلمه لاتین aptus به معنای تطبیق مشتق شده است (M. FISHBEIN-1967). در فارسی به جای اصطلاحات متنوع و پراکنده‌ای چون وضعیت روانی، گرایش ذهنی، گرایش روانی، طرز تلقی، برداشت و غیره اصطلاح «ایستار» به کار گرفته شده است. ایستار اسم مصدر ایستادن است. مثل گفتار، رفتار، کردار و در روان‌شناسی به مجموعه عناصر تثبیت‌شده ذهنی اطلاق می‌شود و چون این عناصر تثبیت شده نشان گرفته از فرهنگ جامعه‌ای است که شخصیت کودک در آن شکل گرفته و عناصر فرهنگی از بدو تولد به تدریج به او القا شده است، بنابراین جدا شدن یا رها شدن فرد از آن‌ها کار بسیار دشواری است. اصطلاح نگرش اجتماعی در روان‌شناسی اجتماعی ابتدا توسط توماس و زنائیکی در سال ۱۹۱۸ مطرح شد. آن‌ها به منظور تبیین تفاوت‌های رفتاری در زندگی روزمره بین کشاورزان لهستانی در لهستان و ایالات متحد آمریکا این مفهوم را به کار گرفتند. آن‌ها نگرش را فرایندهای ذهنی افراد که پاسخ‌های بالقوه و بالفعل را در جهان اجتماعی تعیین می‌کند تعریف نموده‌اند و معتقدند از آن‌جا که همیشه نگرش‌ها به سوی هدفی جهت دارند، به‌عنوان وضعیت و حالت ذهنی فرد نسبت به یک ارزش تعریف می‌شوند. ارزش‌ها نیز خود

ماهیتاً و ذاتاً اجتماعی هستند، یعنی به عبارت دیگر آن‌ها اهداف مشترک انسان‌های اجتماعی هستند. مثل دوست داشتن، تنفر از دشمن و... (M. FISHBEIN, 1976:6).

ریتل اتکینسون و همکارانش نگرش را عبارت از دوست داشتن یا نداشتن موقعیت‌ها، اشخاص، گروه‌ها، پندها، بیزاری‌ها و هر جنبه‌ مشخصی از جمله اندیشه‌های انتزاعی و خط‌مشی‌های اجتماعی می‌دانند.

و بالأخره رفیع‌پور، نگرش را سیستمی از عکس‌العمل‌های ارزیابی‌کننده که مبتنی بر اعتقادات و چارچوب‌هایی هستند که براساس آن‌ها این ارزیابی‌ها انجام می‌گیرد تعریف می‌کند. این چارچوب‌ها و پایه‌های ارزیابی‌کننده در دوران‌های مختلف شکل‌گیری شخصیت در خانواده و جامعه به وجود می‌آید (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۷).

در این پژوهش، از بین تعاریف مختلفی که ارائه شد، به صفاتی از قبیل اکتسابی بودن نگرش در جریان جامعه‌پذیری، تلفیق احساسات و باورها تأکید داریم و به نظر می‌رسد که تعریف اخیر ارتباط بیشتری با پژوهش ما دارد.

تعاریف مفهومی و عملیاتی

الف. نگرش والدین به عنوان متغیر وابسته تحقیق دارای سه بعد به شرح زیر است:

۱. بعد احساسی نگرشی: والدین بر روابط دختر و پسر احساس مثبت یا منفی دارند.
۲. بعد شناختی نگرش: تا چه حدی والدین به روابط دختر و پسر شناخت و آگاهی دارند.

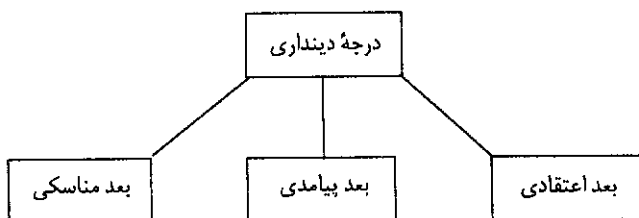
۳. بعد آمادگی برای عمل نگرش: براساس شناخت و احساس می‌خواهند چه اقدام و عملی در مقابل دختر و پسر داشته باشند.

متغیر وابسته فوق براساس طیف لیکرت و با در نظر گرفتن چهارگویه برای هر یک از ابعاد سه گانه، مورد سنجش قرار گرفته است.

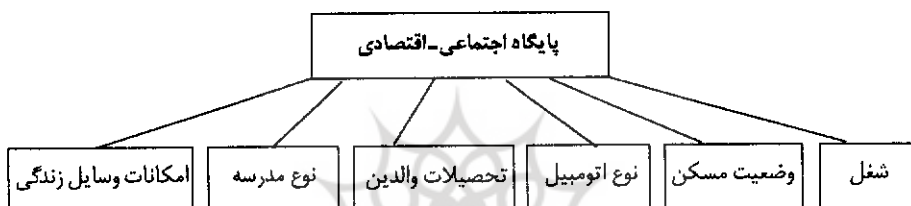
ب. متغیرهای مستقل

۱. درجه دینداری: می‌توان آن را براساس دو بعد: الف. اعتقادات دینی، ب. رفتارهای دینی (مناسک دینی) مورد بررسی قرار داد. برخی نیز بعد رفتارهای دینی را به دو بخش بعد مناسکی و بعد پیامدی تقسیم می‌کنند.

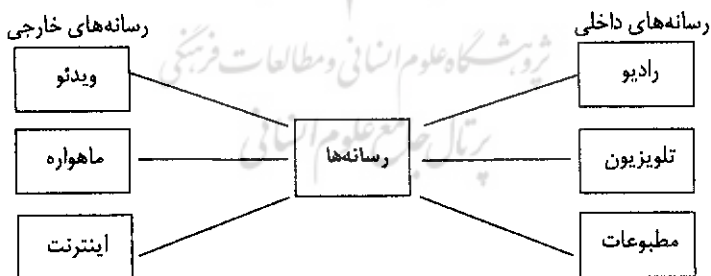
در این پژوهش براساس طیف لیکرت برای سه بعد اعتقادی پنج گویه و برای بعد پیامدی و بعد مناسکی هر کدام سه گویه در نظر گرفته شده و در پرسشنامه گنجانده شده است (نمودار شماره ۲).



۲. پایگاه اجتماعی-والدین: این متغیر براساس شاخص‌های ششگانه تحصیلات والدین، شغل، وضعیت مسکن، اتومبیل، نوع مدرسه و فرزندان و برخورداری از امکانات و وسایل زندگی مورد سنجش قرار گرفته است (نمودار شماره ۳).



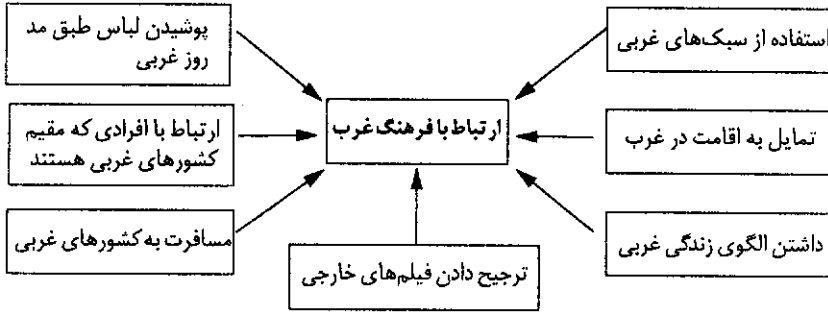
۳. رسانه‌ها: در ارتباط با متغیر رسانه‌ها شاخص‌های استفاده والدین از رسانه‌ها شامل رادیو، تلویزیون، ویدئو، ماهواره، اینترنت، مطبوعات است که در پنج گویه مورد سنجش قرار گرفته است (نمودار شماره ۴).



نمودار شماره ۴. شاخص‌های متغیر مستقل رسانه

۴. گرایش به فرهنگ غرب: این متغیر با کمک هفت شاخص، استفاده از سبک‌های غربی برای تغییر دکوراسیون، تمایل به اقامت در کشورهای غربی، داشتن الگوی زندگی غربی، پوشیدن لباس طبق مد روز غربی، ارتباط با افراد مقیم کشورهای غربی، مسافرت به این کشورها

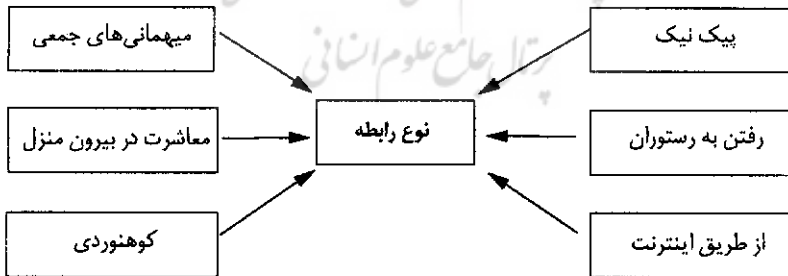
و ترجیح دادن فیلم‌های خارجی بر فیلم‌های ایرانی، با طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است (نمودار شماره ۵).



نمودار شماره ۵. شاخص‌های متغیر مستقل غربزدگی

۵. نیاز والدین به ازدواج موفق فرزندان: این متغیر دلالت بر این امر دارد که هر نگرشی در هنگام تکوین برای رفع نیازی از شخص تشکیل می‌شود که می‌تواند از گزینش عقلانی تأثیر گیرد. والدین هم چون در صورت فراهم بودن شرایط و امکانات مناسب پیوسته این آرزو را دارند که فرزندان آن‌ها ازدواج کرده و سامان بگیرند، سعی در تعدیل نگرش خود نسبت به روابط دختر و پسر دارند. گویه‌های این متغیر نیز براساس طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته‌اند:

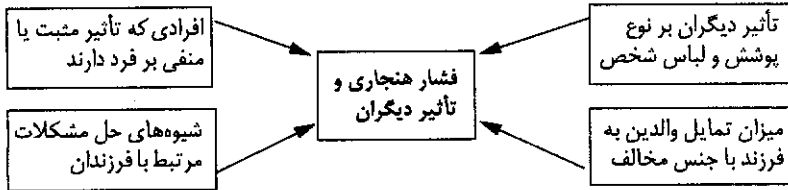
۶. متغیر تفاوت نگرش جنسیتی والدین نسبت به روابط دختر و پسر: با کمک چهار گویه در مورد فرزند دختر با طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است (نمودار شماره ۶).



نمودار شماره ۶. شاخص‌های مربوط به روابط اجتماعی فرزندان

۷. فشار هنجاری: از دیگر متغیرهای این پژوهش است که برای آگاهی یافتن بر این‌که والدین

تا چه حد در نحوه نگرش به روابط بین دختران و پسران تحت تأثیر دیگران بوده‌اند با کمک طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است (نمودار شماره ۷).



نمودار شماره ۷. شاخص‌های مربوط به متغیر فشار هنجاری

نتایج پژوهش

الف. نتایج توصیفی

۱. متغیر وابسته «نگرش»: متغیر وابسته در این پژوهش نوع نگرش پدر و مادر نسبت به روابط دختر و پسر است. نتایج به دست آمده در جدول شماره ۱ منعکس است. این نتایج حاکی از آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخگو بیش از ۶۳ درصد دارای گرایش متوسط (بی تفاوت)، ۲۴ درصد دارای نگرشی مخالف و نزدیک به ۱۳ درصد نگرش مثبتی به روابط دختر و پسر قبل از ازدواج داشتند.

جدول شماره ۱. میزان گرایش والدین بر اساس ابعاد احساسی، شناختی و آمادگی برای کنش

ردیف	میزان گرایش	تعداد	درصد
۱	بالا	۴۹	۱۲/۸
۲	متوسط	۲۴۳	۶۳/۲
۳	پایین	۹۲	۲۴
۴	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰

۲. متغیر درجه دینداری: در ارتباط با محاسبه ابعاد سه گانه دینداری (بعد عقیدتی، بعد مناسکی و بعد پیامدی) هر کدام از ابعاد فوق بر اساس ۱۱ گویه شاخص‌سازی شد و سپس این متغیر به سه گروه افراد با درجه دینداری پایین، افراد با درجه دینداری متوسط و افراد با درجه دینداری بالا تقسیم شدند: بر اساس نتایج به دست آمده پیش از ۸۴ درصد دارای درجه دینداری بالا، نزدیک به ۱۱ درصد دارای درجه دینداری متوسط و تنها نزدیک به ۵

درصد دارای درجه دینداری پایین بوده‌اند (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲. درجه دینداری والدین

ردیف	درجه دینداری	تعداد	درصد
۱	بالا	۳۷۳	۸۴/۱
۲	متوسط	۴۲	۱۰/۹
۳	پایین	۱۸	۴/۷
۴	بدون جواب	۱	۰/۳
۵	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰

۳. فشار هنجاری: نتایج به دست آمده در این مورد حاکی از آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخگو بیش از ۲۶ درصد تحت تأثیر فشارهای قوی، بیش از ۱۱ درصد تحت فشار هنجاری متوسط و نزدیک به ۴۶ درصد تحت فشار هنجاری ضعیف از جانب دیگران قرار داشته‌اند (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳. میزان فشار هنجاری از جانب دیگران بر فرد

ردیف	میزان فشار هنجاری	تعداد	درصد
۱	بالا	۱۰۲	۲۶/۶
۲	متوسط	۴۳	۱۱/۲
۳	پایین	۱۷۶	۴۵/۸
۴	بدون جواب	۶۳	۱۶/۴
۵	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰

۴. پایگاه اجتماعی: برای به دست آوردن سطح این متغیر، ترکیبی از شاخص‌های شغلی، میزان تحصیلات، وضعیت مسکن، دارا بودن و نوع اتوموبیل، دارا بودن وسایل رفاهی و لوازم خانگی لوکس و نوع مدرسه فرزند مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش این متغیر، تک‌تک گویه‌های مربوط را به‌طور مجزا، مورد بررسی قرار داده و سپس اعداد مربوط به این متغیر را در سه گروه پایین، متوسط و بالا قرار دادیم. حاصل این محاسبات را در جدول شماره ۴ می‌توان مشاهده کرد (جدول شماره ۴).

جدول شماره ۴. پایگاه اجتماعی پاسخگویان

ردیف	پایگاه اجتماعی	تعداد	درصد
۱	بالا	۴۴	۱۱/۵
۲	متوسط	۲۰۸	۵۴/۱
۳	پایین	۱۰۲	۲۶/۶
۴	بدون جواب	۳۰	۷/۸
۵	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰

۵. گرایش به فرهنگ غرب: نتایج به دست آمده از آمار مربوط به شاخص‌های این متغیر نشان‌دهنده آن است که از ۳۸۴ نفر پاسخگو، ۴۹ درصد دارای گرایش متوسط (بی تفاوت)، ۴۱/۹ درصد دارای گرایش پایین و تنها ۷ درصد دارای گرایش بالا (مثبت) نسبت به فرهنگ غرب بوده‌اند.

علاوه بر گویه‌های که تمایل به فرهنگ غرب و یا به عبارتی غرب‌زدگی به وسیله آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت، گویه دیگری نیز مورد پرسش قرار گرفت که عنوان آن چنین است: «انسان‌ها نیاز به الگویی در روش زندگی دارند، به نظر شما کدام یک از الگوهای پنج‌گانه اسلامی، ایرانی-اسلامی، ایرانی، غربی، غربی مورد نظر شماست؟»

نتیجه به دست آمده از این پرسش نشان می‌دهد که ۲۳۷ نفر (۶۲ درصد) از پاسخگویان الگوی ایرانی-اسلامی را می‌پسندند، یعنی الگویی برای زندگی که هم دارای چارچوبی اسلامی و هم منطبق با آداب و رسوم و فرهنگ ایرانی باشد (جدول ۵ و ۶).

جدول شماره ۵. گرایش به فرهنگ غرب در بین پاسخگویان

ردیف	میزان گرایش به فرهنگ غرب	تعداد	درصد
۱	بالا	۲۷	۷
۲	متوسط	۱۸۸	۴۹
۳	پایین	۱۶۱	۴۱/۹
۴	بدون جواب	۸	۱/۲
۵	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰

جدول شماره ۶. الگوی زندگی مورد نظر پاسخگویان

ردیف	الگوی مورد نظر	تعداد	درصد
۱	اسلامی	۴۹	۱۲/۸
۲	ایرانی-اسلامی	۲۳۷	۶۱/۸
۳	ایرانی	۷۱	۱۸/۴
۴	ایرانی-غربی	۱۷	۴/۴
۵	غربی	۳	۰/۸
۶	بی‌جواب	۷	۱/۸
۷	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰

۶. رسانه‌ها: این متغیر به دو بخش رسانه‌های خارجی و رسانه‌های داخلی تقسیم شده است که در هر مورد میزان استفاده پاسخگویان از آن‌ها در سه سطح بالا، متوسط، پایین مورد بررسی قرار گرفته است (جدول شماره ۷).

جدول شماره ۷. میزان استفاده پاسخگویان از رسانه‌ها

ردیف	میزان استفاده	تعداد		درصد	
		رسانه داخلی	رسانه خارجی	رسانه داخلی	رسانه خارجی
۱	بالا	۲۳	۹۹	۶	۲۵/۷
۲	متوسط	۷۳	۲۱۶	۱۹	۵۶/۳
۳	پایین	۲۸۷	۶۹	۷۴/۷	۱۸
۴	بی‌جواب	۱	-	۰/۳	-
۵	جمع	۳۸۴	۳۸۴	۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰

در ارتباط با نتایج حاصل از سنجش متغیر رسانه‌ها نکته حائز اهمیت آن است که چون جامعه آماری ما والدین دانش‌آموزان بوده‌اند و غالباً در سنین میانسالی قرار دارند، منطقاً ارتباط کمتری با رسانه‌هایی از قبیل ویدئو، اینترنت و ماهواره داشته‌اند.

۷. نگرش جنسیتی والدین: برای سنجش تفاوت نگرش والدین نسبت به فرزند دختر و پسر در مجموع ۸ گویه (۴ گویه در مورد پسر، ۴ گویه در مورد فرزند دختر) مورد استفاده قرار گرفت، گویه‌ها عبارت بودند از:

– موافقت یا عدم موافقت با مکالمه تلفنی یا ارتباط از طریق اینترنت
 – هم‌صحبتی و معاشرت در خارج از خانه
 – شرکت در گردش‌های دسته‌جمعی (همراه با پسر یا دختر مورد علاقه)
 – رفتن به مهمانی‌ها و مسافرت‌های دوستانه و خانوادگی (همراه با پسر یا دختر مورد علاقه)

نتایج حاصل از سنجش این متغیر را به صورت زیر می‌توان نمایش داد:
 ۱. نگرش والدین به روابط دختر و پسر به طور کل را می‌توان در جدول شماره ۸ مشاهده کرد.

جدول شماره ۸. تفاوت نگرش والدین نسبت به دختر و پسر

ردیف	سطح نگرش	تعداد		درصد	
		دختر	پسر	دختر	پسر
۱	مثبت	۳۶	۳۳	۸/۶	۹/۴
۲	بی‌تفاوت	۸۹	۹۱	۲۲/۷	۲۳/۲
۳	منفی	۱۸۷	۲۴۴	۶۳/۵	۴۷/۷
۴	بی‌جواب	۷۲	۱۶	۴/۲	۱۸/۷
۵	جمع	۳۸۴	۳۸۴	۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰

با مقایسه اعداد جدول فوق مشاهده می‌کنیم نگرش نزدیک به ۶۴ درصد از والدین نسبت به رابطه فرزند دخترشان منفی است. در حالی که در مورد فرزند پسر این رقم به ۴۸ درصد کاهش می‌یابد. تفاوت ۲۵ درصدی فوق از سویی نشان‌دهنده تساهلی است که والدین در مورد فرزند پسرشان روا می‌دارند و از سوی دیگری نگرانی آن‌ها را از بابت دخترشان نشان می‌دهد.

۲. جداول زیر نتایج حاصل از پرسش‌های چهارگانه فوق و نقطه‌نظرهای والدین در ارتباط با نوع و شدت رابطه فرزند پسر با دخترشان را نشان می‌دهد.

چنانچه در جدول شماره ۹، مشاهده می‌شود بیش از ۶۲ درصد والدین با مکالمه تلفنی فرزند دخترشان موافقت نداشته‌اند. در حالی که در فرزند پسر این رقم به ۵۴ درصد کاهش یافته است و از سوی دیگر میزان موافقت خیلی زیاد و زیاد والدین در هر مورد رقم ناچیزی را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۹. موافقت یا عدم موافقت والدین نسبت به مکالمه تلفنی فرزندشان با جنس مخالف

ردیف	میزان موافقت	پسران		دختران	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۱۵	۳/۹	۲۲	۵/۷
۲	زیاد	۴۷	۱۲/۲	۵۴	۴/۱
۳	متوسط (بی تفاوت)	۴۵	۱۱/۷	۵۲	۱۳/۵
۴	کم	۹۲	۲۴/۸	۹۲	۲۴
۵	خیلی کم	۱۱۵	۲۹/۹	۱۴۸	۳۸/۵
۶	بی جواب	۷۰	۱۸/۳	۱۶	۴/۲
۷	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰

جدول شماره ۱۰. میزان موافقت با هم صحبتی و معاشرت فرزند با جنس مخالف

ردیف	میزان موافقت	پسران		دختران	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۱۵	۳/۹	۱۳	۳/۴
۲	زیاد	۵۱	۱۳/۳	۳۷	۹/۶
۳	متوسط (بی تفاوت)	۴۲	۱۰/۹	۳۰	۷/۸
۴	کم	۹۹	۲۵/۸	۱۲۱	۳۱/۵
۵	خیلی کم	۱۰۶	۲۷/۶	۱۶۷	۴۳/۵
۶	بی جواب	۷۱	۱۸/۵	۱۶	۴/۲
۷	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰

جدول فوق نیز نشان دهنده تفاوت نگرش والدین نسبت به هم صحبتی فرزند پسر و دخترشان با جنس مخالف است. به صورتی که مشاهده می شود میزان مخالفت چنین ارتباطی در مورد پسران ۵۳ درصد و در مورد دختران ۷۵ درصد بیان شده است. ملاحظه می شود که مقایسه ارقام بسیار معنی دار است.

جدول شماره ۱۱. میزان موافقت با شرکت فرزندشان در گردش‌های دسته‌جمعی

ردیف	میزان موافقت	پسران		دختران	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۲۵	۶/۵	۳۰	۷/۸
۲	زیاد	۷۹	۲۰/۶	۷۶	۱۹/۸
۳	متوسط (بی تفاوت)	۴۰	۱۰/۴	۳۸	۹/۹
۴	کم	۹۳	۲۴/۲	۹۶	۲۵
۵	خیلی کم	۷۵	۱۹/۵	۱۲۸	۳۳/۳
۶	بی‌جواب	۷۲	۱۸/۸	۱۶	۴/۲
۷	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰

ارقام جدول فوق مؤید این واقعیت است که چون در گردش‌های دسته‌جمعی معاشرت به صورت خصوصی و فردی نیست از میزان محافظه‌کاری والدین کاسته شده و لذا نگرش آن‌ها نسبت به ارتباط بین فرزندشان با جنس مخالف در مجامع غیرخصوصی مثبت‌تر شده است.

جدول شماره ۱۲. میزان موافقت والدین با شرکت در مهمانی‌ها و مسافرت‌های دوستانه و خانوادگی

ردیف	میزان موافقت	پسران		دختران	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۲۸	۷/۳	۳۳	۸/۶
۲	زیاد	۸۲	۲۱/۴	۷۶	۱۹/۸
۳	متوسط (بی تفاوت)	۳۳	۸/۶	۲۴	۶/۳
۴	کم	۸۱	۲۱/۱	۹۱	۲۳/۷
۵	خیلی کم	۸۹	۲۳/۲	۱۴۴	۳۷/۵
۶	بی‌جواب	۷۱	۱۸/۵	۱۶	۴/۲
۷	جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰	۳۸۴	۱۰۰/۰۰۰

نتایج حاصل از جدول فوق نیز همانند جدول شماره (۱۱) حاکی از کاهش نسبی محافظه‌کاری والدین نسبت به مشارکت فرزندانشان در مهمانی‌ها و مسافرت‌های دوستانه و خانوادگی است.

در نهایت می‌توان گفت که نتایج حاصله از چهارگویه دوتایی فوق از سویی مؤید تفاوت نگرش والدین نسبت به روابط فرزند دختر و پسر است و از سوی دیگر با وجود آن‌که به روابط خصوصی فرزند خود با جنس مخالف نگرش منفی دارند، در عین حال نگرش آن‌ها به روابط پسر با دختر مورد علاقه‌اش مثبت‌تر است تا روابط دختر با پسر مورد علاقه‌اش.

ب. نتایج تحلیلی آزمون فرضیه‌ها

۱. بررسی همبستگی بین متغیرها

همبستگی بین متغیرها براساس همبستگی پیرسون^۱ محاسبه شده است. از بین متغیرهای مستقل مورد بررسی متغیرهای زیر رابطه معناداری با متغیر وابسته داشته‌اند:

۱. درجه دینداری

۲. نیاز والدین

۳. جنسیت (فرزند پسر یا دختر)

۴. رسانه (خارجی و داخلی)

۵. گرایش به فرهنگ غرب

جدول زیر ضریب همبستگی متغیرهای مستقل و متغیر وابسته را نشان می‌دهد:

جدول شماره ۱۳. ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر	درجه دینداری	نیاز والدین	فرزند پسر	رسانه داخلی	گرایش به غرب	پایگاه اجتماعی اقتصادی
ضریب همبستگی	-۰/۴۰۳	۰/۴۶۸	۰/۶۱۵	-۰/۱۷۱	۰/۴۰۶	۰/۰۳۶
Sig	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰۰۲	۰/۰	۰/۲۷۹

چنانچه از ارقام جدول فوق برمی‌آید، متغیر درجه دینداری با ضریب همبستگی $-۰/۴۰۳$ نشانگر همبستگی معکوس این متغیر با نگرش است، بدین معنی که هرچه میزان دینداری والدین افزایش یابد، نگرش آن‌ها به روابط دختر و پسر منفی می‌شود. ضریب همبستگی نیاز والدین به یک ازدواج موفق برای فرزندشان با متغیر وابسته نگرش والدین، ضریبی قابل قبول و نسبتاً مثبت است و رقم مزبور ($۰/۴۶۸$) این نکته را مورد تأیید قرار می‌دهد که با توجه به شرایط

1. pearson

اجتماعی و فرهنگی ایران والدین به شدت راغب هستند که فرزندان آن‌ها ازدواج موفق داشته باشند و زندگی آن‌ها سر و سامان گیرد. در واقع یکی از مهم‌ترین دلایل تقویت و تکوین نگرش‌ها نیاز شخص به موضوع نگرش است و در این جا هم ملاحظه می‌کنیم که چون والدین نیاز به سر و سامان گرفتن فرزندان‌شان به ازدواج مناسب دارند، لذا نگرش آن‌ها به روابط فرزند با جنس مخالف به شرط هدف ازدواج، نگرشی مثبت است. بین متغیر فرزند پسر و نگرش والدین هم همبستگی خوبی با ضریب همبستگی $0/615$ وجود دارد که فرضیه ما را مبنی بر این‌که نگرش والدین به روابط پسر با جنس مخالف مثبت‌تر از نگرش آن‌ها به روابط دختر می‌باشد تأیید می‌کند.

در مورد تأثیرگذاری رسانه‌ها نتایج پژوهش حاکی از آن است که تأثیر رسانه‌های داخلی بر روی نگرش والدین معکوس است ($-0/171$)، دلیل چنین نتیجه‌ای نیز کاملاً روشن است چراکه رسانه‌های داخلی به‌ویژه تلویزیون غالباً مبلغ تعالیم و دستورات شرعی هستند و روابط زن و مرد را تنها در چارچوب شرع مجاز می‌دانند. نکته قابل توجه در تحلیل چنین همبستگی معکوسی آن است که رسانه‌های خارجی از قبیل ویدئو، ماهواره و کامپیوتر مورد استفاده نسل نوجوان و جوان هستند و والدین غالباً تحت تأثیر رسانه‌های داخلی‌اند.

۲. استفاده از رگرسیون قدم به قدم^۱

به منظور تعیین دقیق این‌که از متغیرهای مستقل کدام یک رابطه معنی‌دار با متغیر نگرش دارند از روش رگرسیون قدم به قدم استفاده کرده‌ایم. خلاصه مدل رگرسیون قدم به قدم را در جدول زیر مشاهده می‌کنیم:

جدول شماره ۱۴. خلاصه مدل رگرسیون قدم به قدم

کل	R	مجدور R	مجدور R اصلاح شده
۱	۰/۶۱۵	۰/۳۷۸	۰/۳۷۶
۲	۰/۶۵۸	۰/۴۳۲	۰/۴۲۸
۳	۰/۶۸۵	۰/۴۷۷	۰/۴۶۴
۴	۰/۶۹۶	۰/۴۸۴	۰/۴۷۷
۵	۰/۷۰۱	۰/۴۹۲	۰/۴۸۳

1. step wise

مدل ۱ = فرزند پسر

مدل ۲ = فرزند پسر - نیاز والدین

مدل ۳ = فرزند پسر - نیاز والدین - درجه دینداری

مدل ۴ = فرزند پسر - نیاز والدین - درجه دینداری - گرایش به فرهنگ غرب

مدل ۵ = فرزند پسر - نیاز والدین - درجه دینداری - گرایش به فرهنگ غرب - رسانه داخلی

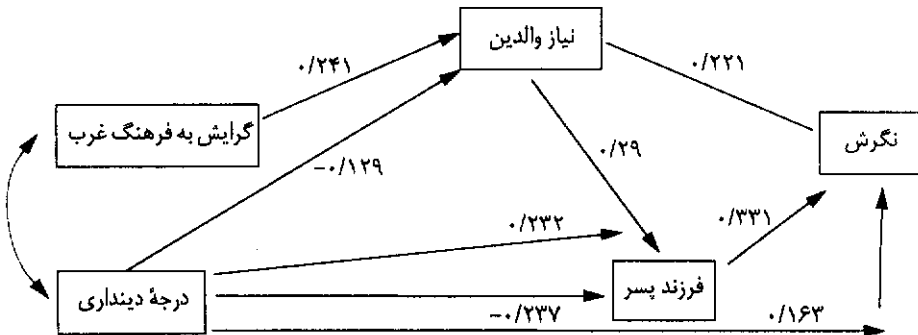
داخلی

جدول فوق نشان می‌دهد که در روش رگرسیون قدم به قدم همان متغیرهای مستقلی که در روش (ENTER) در حد معنی‌دار بودند، اکنون نیز معنی‌دار هستند. علاوه بر آن متغیر مستقل رسانه داخلی نیز در این روش رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته (نگرش والدین) دارد.

مجذور R نشان می‌دهد ۳۷/۸ درصد تغییرات متغیر وابسته نگرش، توسط متغیر مستقل فرزند پسر تعیین می‌شود. ۴۳/۲ درصد تغییرات متغیر نگرش توسط دو متغیر مستقل نیاز والدین و متغیر فرزند پسر، ۴۷ درصد تغییرات متغیر نگرش توسط سه متغیر فرزند پسر، نیاز والدین و درجه دینداری، ۴۸/۴ درصد تغییرات متغیر نگرش توسط چهار متغیر مستقل فرزند پسر، نیاز والدین، درجه دینداری و گرایش به فرهنگ غرب و بالأخره ۴۹/۲ درصد تغییرات متغیر نگرش توسط پنج متغیر فرزند پسر، نیاز والدین، درجه دینداری، گرایش به فرهنگ غرب و رسانه داخلی تعیین می‌شوند.

۳. تحلیل مسیر

آزمون تحلیل مسیر امکان آزمون روابط علی بین دو یا چند متغیر را فراهم می‌آورد و در حقیقت تحلیل مسیر مشخص می‌سازد که هر متغیر مستقل تا چه بر متغیر وابسته به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم اثر دارد. در این پژوهش با توجه به این‌که متغیرهای رسانه داخلی، رسانه خارجی، فشار هنجاری، فرزند دختر، پایگاه اجتماعی، همگی در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ نبوده‌اند، آن‌ها را از لیست متغیرهای مستقل خارج کرده‌ایم. متغیر مستقلی که در محاسبه قبلی بالاترین ضریب «بتا» را داشت و معنی‌دار هم بود یعنی فرزند پسر را، به‌عنوان متغیر وابسته وارد کردیم و بقیه متغیرها یعنی دینداری والدین، نیاز والدین و گرایش به فرهنگ غرب را به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفتیم که دیاگرام آن را می‌توان به‌صورت زیر نمایش داد:



نمودار شماره ۸. دیاگرام تحلیل مسیر

نتیجه‌گیری

در این بخش به نتایج به دست آمده یا پاسخ‌های یافته شده برای دو پرسش اساسی می‌پردازیم:

پرسش نخست این بود که «نگرش والدین نسبت به روابط دختران و پسران چگونه است؟» در جواب این پرسش یادآور می‌شویم که از ۳۸۴ نفر پاسخگو در این پژوهش، ۹۲ نفر (۲۴ درصد) به طور کلی با روابط دختران و پسران قبل از ازدواج مخالف بوده‌اند، ۲۴۳ نفر (۶۳ درصد) نسبت به این موضوع نگرشی حد متوسط یا بی تفاوت داشته و ۴۹ نفر (۱۳ درصد) دارای نظر موافق بوده‌اند.

به منظور پاسخ به پرسش دوم یعنی عوامل مؤثر بر نگرش والدین به روابط دختران و پسران مراحل زیر طی شده است:

به منظور تحلیل داده‌های بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده و طی محاسباتی، ضرایب و سطح معنی‌داری هر متغیر را بررسی کردیم. سپس برای به دست آوردن جهت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته رگرسیون چندگانه از روش رگرسیون قدم به قدم استفاده و معادلات رگرسیونی را با توجه به ضرایب رگرسیون ارائه کردیم. بالأخره برای تکمیل کار از روش تحلیل مسیر استفاده و دیاگرام علی بین متغیرها را رسم کردیم. در نهایت پس از نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره به روش قدم به قدم بعضی از فرضیات در سطح معنی‌داری اثبات شد و بعضی از آنها رابطه معنی‌دار مناسبی با متغیر وابسته (نگرش) به دست نیاورد.

نتیجه آن‌که متغیرهای پنج‌گانه زیر:

۱. درجه دینداری والدین

۲. نیاز والدین

۳. فرزند پسر

۴. گرایش به فرهنگ غرب

۵. رسانه داخلی

همگی دارای سطح معنی دار قابل قبولی (۰/۰۵) با متغیر وابسته بودند به صورت زیر:
درجه دینداری = ۰/۴۰۳، نیاز والدین = ۰/۴۶۸، فرزند پسر = ۰/۶۱۵، گرایش به فرهنگ غرب = ۰/۴۰۶، رسانه داخلی = ۰/۱۷۱.
در محاسبه رگرسیون چند متغیره نیز همین پنج متغیر دارای رابطه معناداری با متغیر وابسته بودند.

در نهایت پنج مورد از فرضیات این پژوهش به قرار زیر اثبات می شود:

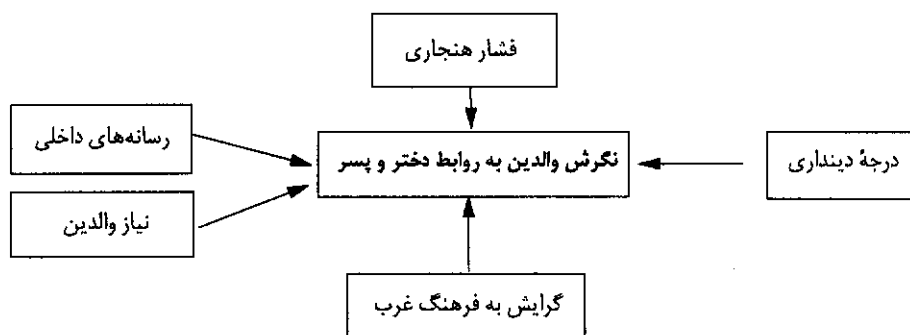
۱. ضریب رگرسیون درجه دینداری منفی است بدین معنا که تأثیر آن بر نگرش والدین معکوس است یعنی هرچه درجه دینداری والدین بالاتر و بیشتر باشد نگرش آن‌ها به روابط دختر و پسر منفی تر است.

۲. هر اندازه گرایش به غرب نزد والدین بیشتر باشد نگرش آن‌ها به روابط دختر و پسر مثبت تر است.

۳. به دلیل نیاز والدین به ازدواج موفق و ساماندهی فرزندان، اگر طرف مقابل فرزندشان دارای تحصیلات، اخلاق و شئون اجتماعی بالا باشند و قصد ازدواج در میان باشد، نگرش مثبتی نسبت به روابط فرزند با طرف مقابل دارند.

۴. والدین ایرانی نسبت به روابط فرزند پسر خود با جنس مخالف نگرش مثبت تری دارند، به عبارت دیگر در مورد فرزند پسر خود تساهل بیشتری نشان می دهند.

۵. ضریب رگرسیون رسانه داخلی هم همانند درجه دینداری والدین منفی است بدین معنی که تأثیر رسانه داخلی بر نگرش والدین معکوس است یعنی هرچه استفاده از رسانه‌های داخلی و تأثیرگیری از آن‌ها توسط والدین بیشتر باشد، نگرش آن‌ها به روابط دختر و پسر منفی تر است. این نتیجه کاملاً مورد انتظار بود زیرا در کشور ما چون رسانه‌های داخلی به ویژه تلویزیون و رادیو مبلغ ارزش‌های دینی هستند و روابط بین نامحرم براساس این ارزش‌ها منع شده است بنابراین طبیعی است که این رسانه‌ها نیز چنین روابطی را تأیید نکنند. نمودار زیر اثبات پنج فرضیه از فرضیات پژوهش را نشان می دهد:



نمودار شماره ۹. دیاگرام فرضیات اثبات شده

اما در مورد متغیرهای دیگر: پایگاه اجتماعی و اقتصادی والدین، نقش رسانه‌های خارجی (ماهواره، اینترنت، ویدئو) فشار هنجاری بر والدین که رابطه معنی‌داری با نگرش در مورد آنها به دست نیامد، می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که:

۱. با توجه به قدرت ارزش‌های دینی در جامعه ایران تفاوت معنی‌داری بین اقشار و پایگاه‌های اجتماعی در ارتباط با روابط پسر و دختر قبل از ازدواج وجود ندارد.

۲. با توجه به شرایط سنی والدین به نظر می‌رسد که رسانه‌های خارجی در تکوین شخصیت و نگرش آنها تأثیر چندانی نداشته‌اند و چنین تأثیراتی غالباً متوجه نوجوانانی است که شخصیت آنها در حال شکل‌گیری است.

۳. در این پژوهش فرضیه تأثیرگذاری دیگران از طریق فشار هنجاری به نگرش فرد نیز مورد تأیید قرار نگرفت چراکه موضوع ارزش‌های مذهبی و اخلاق غالباً ارزش‌های ناشی از مدرنیسم و فشار هنجاری احتمالی از جانب دیگران، به‌ویژه در مورد حساسیت والدین نسبت به روابط فرزندان با جنس مخالف را به شدت تحت الشعاع قرار می‌دهد.

منابع

- اتکینسون. ریتال و دیگران، ۱۳۷۰. *زمینه روان‌شناسی*، جلد دوم، ترجمه محمدتقی براهنی و دیگران تهران: رشد، چاپ سوم.
- احمدی. علی‌اصغر، ۱۳۷۸. *تحلیلی بر تربیتی بر روابط دختر و پسر در ایران*، تهران: انجمن اولیا و مربیان، چاپ پنجم.
- ادیل. نیون، ۱۳۷۴. *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه دکتر سید محمد دادگران تهران: انتشارات مروارید، چاپ سوم.
- از کمب استوارت، ۱۳۷۲. *روان‌شناسی اجتماعی کاربردی*، ترجمه فرهاد ماهر. مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات قدس رضوی.

- آراسته خو محمد، ۱۳۷۰. فرهنگ اصطلاحات علمی، اجتماعی، تهران: نشر گستره.
۱۳۸۲. ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر انتشارات طرح پیمایش.
- آرون. ریمون، ۱۳۶۶. مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- آقابخش. علی: ۱۳۶۶. فرهنگ علوم سیاسی، تهران: بهرنگ.
- آپورت. گوردن دبلیو، ۱۳۷۱. روان‌شناسی اجتماعی از آغاز تا کنون، ترجمه محمدتقی منشی طوسی، مشهد: آستان قدس.
- آلبیکر. ترز، ۱۳۸۱. نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی تهران: روش.
- آلن بیرو، ۱۳۸۳. دایرةالمعارف علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی تهران: نشر ققنوس.
- اوپنهام. ان، ۱۳۶۹. طرح پرسشنامه و سنجش نگرش‌ها، ترجمه مرضیه کریم‌نیا، مشهد: آستان قدس.
- ام رتیلن ایروینگ و دیگران، ۱۳۷۴. آینده بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی، ترجمه غلام‌عباس توسلی، تهران: انتشارات قومس.
- ببی ارل ۱۳۷۸. روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
- بشیریه حسین، ۱۳۷۱، «تاریخ اندیشه‌ها و جنبش‌های سیاسی قرن بیست»، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۵۹-۶۰، مرداد.
- توسلی. غلام‌عباس، ۱۳۶۹. ده مقاله در جامعه‌شناسی دین و فلسفه تاریخ، تهران: قلم.
- توسلی. غلام‌عباس، ۱۳۷۴. نظریه‌های جامعه‌شناسی، قم: انتشارات سمت.
- جانسون. چالمز، ۱۳۶۴. تحول انقلابی، ترجمه حمید الیاسی، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- حاجیان. ابراهیم، ۱۳۷۷. بررسی نارضایتی سیاسی در طبقه متوسط شهری ایران، جلد اول: مطالعات و مباحث نظری، تهران: دانشگاه تهران.
- حاضری. محمدعلی، ۱۳۸۰. مسائل اجتماعی متأثر از تعارض ارزش‌ها در دوران گذار، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، شماره ۴، صص ۴۱-۵۳.
- خاکی. محمدرضا، ۱۳۷۸. روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نویسی، تهران: انتشارات درایت.
- دواس. دی، ان، ۱۳۷۶. پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- دهخدا. علی‌اکبر، لغت‌نامه دهخدا، جلد اول ۱۳۳۷ جلد هشتم ۱۳۴۲، تهران: دانشگاه تهران دانشکده ادبیات سازمان لغت‌نامه.
- رابرتسون. یان، ۱۳۷۶. درآمدی بر جامعه، ترجمه حسین بهروان، مشهد: آستان قدس رضوی، چاپ اول.
- رفیع‌پور. فرامرز، ۱۳۷۸. آنا‌تومی جامعه. مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ اول.
- _____ . ۱۳۷۶. سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، تهران: ارغنون.
- _____ . ۱۳۶۰. کندوکاوها و پنداشته‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- روش بلاد. ماری، ادیل نیون، ۱۳۷۴. روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه محمد دادگران، تهران: انتشارات مروارید.
- رونز. پیرت، ۱۳۷۰. میانی پژوهش در علوم اجتماعی، ترجمه محمد دادگران، تهران: نوآور.
- ریترز جورج، ۱۳۸۲. نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

- زایونک، روبرت بی، ۱۳۶۸. روان‌شناسی اجتماعی تجربی، ترجمه محمود ایروانی، تهران: فتحی. سازمان برنامه و بودجه ۱۳۷۸. سالنامه آماری کشور، تهران: مرکز آمار ایران.
- ساروخانی، باقر، ۱۳۷۹. جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: انتشارات مؤسسه اطلاعات.
- _____ . محسنی منوچهر، ۱۳۷۳. جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی.
- _____ . ۱۳۷۰. دایرةالمعارف علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیهان.
- ساعی، علی، ۱۳۷۷. آمار در علوم اجتماعی با کاربرد نرم‌افزار SPSS، تهران: مؤسسه نشر جهاد سراسری. حسن، ۱۳۷۵. مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری، تهران: انتشارات سمت.
- _____ . ۱۳۷۸. رگرسیون چند متغیره در پژوهش، تهران: انتشارات سمت.
- سیاسی، علی اکبر، ۱۳۷۰. نظریه‌های شخصیت یا مکاتب روان‌شناسی، تهران: دانشگاه تهران.
- سیف‌الله سیف‌اللهی، ۱۳۷۴. نقد نوگرایی، اقتصاد سیاسی ایران مجموعه مقاله‌ها و نظرها، تهران: انتشارات پژوهشکده جامعه پژوهش و برنامه‌ریزی ایران.
- سالوادور، مینوچین، ۱۳۸۱. خانواده و خانواده درمانی، ترجمه باقر ثنائی، تهران: امیرکبیر. شرفی، محمدرضا، ۱۳۷۳. دنیای نوجوان، تهران: تربیت.
- شعاری‌نژاد، علی اکبر، ۱۳۷۳. روان‌شناسی رشد، تهران: اطلاعات.
- طلایی عبیدی، حسن، ۱۳۶۹. «ارزش‌های اجتماعی»، رشد علوم اجتماعی، شماره ۵، پاییز.
- فروند زولین، ۱۳۶۲. آرا و نظریه‌ها در علوم انسانی، ترجمه علی محمد کاردان، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- فروند زولین، ۱۳۶۸. جامعه‌شناسی ماکس وبر، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: نشر رایزن.
- فکوهی، ناصر، ۱۳۸۰. «تعارض سنت و مدرنیته در عرصه توسعه اجتماعی در ایران»، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳، چاپ اول، صص: ۶۱-۷۶.
- کازنو، ژان، ۱۳۶۴. قدرت تلویزیون، ترجمه علی اسدی نیک، تهران: امیرکبیر.
- کرچ، دیوید، ۱۳۴۷. فرد در اجتماع، ترجمه محمود صناعی، تهران: زوار.
- کرلینجر، ان، فرد و پدهاوزر، آلازرجی، ۱۳۶۹، رگرسیون چند متغیره در علوم رفتاری، ترجمه حسن سرائی، جلد دوم، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- کریمی، یوسف، ۱۳۷۲. روان‌شناسی اجتماعی، تهران: دانشگاه پیام نور.
- کلاین برگ، اتو، ۱۳۷۰. روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه علی محمد کاردان، جلد دوم، تهران: اندیشه.
- کوزر، لیویس، ۱۳۶۸. زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- کوئن، یروس، ۱۳۷۷. مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل، چاپ اول.
- کیوی ریمون، وان کامپنهود، ۱۳۷۵. روش تحقیق در علوم اجتماعی ترجمه دکتر عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: انتشارات توتیا.
- گلشن، ابراهیم، ۱۳۷۱. مدیریت در آموزش و پرورش، شماره مسلسل ۸، صص ۲۴-۲۵.
- گردن، آلپورت و ادواردای، جونز، ۱۳۷۱. روان‌شناسی اجتماعی از آغاز تاکنون، ترجمه محمدتقی منشی طوسی، چاپ اول، مشهد: معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۳. جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- لارسن کالدین جی، ۱۳۷۷. نظریه‌های جامعه‌شناسی محض و کاربردی، ترجمه دکتر غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.

- محسنیان‌راد. مهدی، ۱۳۶۹. ارتباط‌شناسی تهران: سروش.
- محسنی. منوچهر، ۱۳۷۸. بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی در تهران، تهران: زهد.
- محسنی. منوچهر، ۱۳۷۹. بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی در تهران، تهران: معاونت پژوهشی و آموزشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- منصورفر. کریم، ۱۳۷۴. روش‌های آماری، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- میلر. دلبرت، ۱۳۸۰. راهنمای سنجش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- نوغانی، محسن: «مدل‌های گروه»، رشد علوم اجتماعی.
- واگو. استفان، ۱۳۷۳. درآمدی بر تئوری‌ها و مدل‌های تغییرات اجتماعی، احمدرضا غروی‌زاد، تهران: ماجد (جهاد دانشگاهی).
- وثوقی. منصور، ۱۳۷۴. مبانی جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات خردمند.
- هانتینگتون. سموتل، ۱۳۷۰. سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی، محسن ثلاثی، تهران: نشر علم.
- هرسی پال و کنت بلانچارد، ۱۳۶۵. مدیریت رفتار سازمانی، علی علاقه‌بند، تهران: امیرکبیر.

- Allport. G. W, 1966, *Attitude in history of Social Psychology*, Baltimore, Penguin.
- Bancroft. j, 1983, *Human sexuality and its problems*, Edinburgh, Churchil Living Stone.
- Berkowitz, 1986, *A survey of Social Psychology*, N.Y. Hillsdale, Dryden, ed.
- Bouton. Richard A & other, 1987, "Scales for measuring fear of Aids and Homophobia," *Jornal of Personality assessment*.
- Brewster Smith. M, Jeroms S. Bruner & Robert W. White, 1956, *Opinions and Personality*. N.Y., John Wiley and Sons.
- Campbell. D. T, 1950, "The indirect assessment of social attitude", *psychology Bulletin*.
- Fishbein. M, 1967, *Reading in Attitude Theory and Measurement*, New York, London, Sydney, Jonh Wiley and Sons.
- Jonathan Turner. J, 1982, *the Structure of Sociological Theory*, university of California and riverside Dorsey.
- Knox. D & Caroline Schacht, 2000, *Choices in relationships*, N.Y., Wadsworth.
- Lindzy. L & J. Thompson, 1988, *Psychology*, N.Y., Parents Press.
- Lauer H. Robert & Warren Handle. II, 1977, *Social Psychology: Theory and Application of Symbolic Interactionism*, N.Y., Houghton Mifflin Company.
- Martin. J, 1993, *Sociology for Every One*, Cambridge, Polity Press.
- Melvin. D & Sandraball Rokeach, 1982, *Theories of Mass Communication*, U.S.A., Longman.
- Me Carthy. B & Hagan. J, 1995, "Getting into street crime: the structure and process of criminal embeddedness", *Social Science Research*, vol 24, No 1.
- Norman, 1975, *Values in Education and Society*, New Yourk and London, Free Press.

- Newcomb. M & Turner. R, 1965, *Social Psychology: the Study of Human Interaction*, N.Y., Holt Rinehart and Winston.
- Penrod. S, 1989, *Social Psychology*, Prentice Hall.
- Quinn. W.H. & Odell. M, 1998, Predictors of Marital Adjustment during the first two years *and Family Review*, No 27.
- Sears. D, Letita. A & Taylor. E, 1991, *Social Psychology, Seventh Edition*, Prentice Hall, International Inc.
- Warren G. B et al, 1975, *The planning of change*, New York, Holt, Rinehart and Winston Inc.
- Wood. Julia. T, 2000, *Relational Communication*; Canada, Wadsworth Publishing Company.

