

مقایسه فعالیت فرهنگی زنان و مردان در ایران^۱

دکتر احمد رجب‌زاده*

چکیده

فعالیت فرهنگی هم، مانند سایر فعالیت‌ها، به اقتضای تفکیکی که در جامعه صورت می‌گیرد، از پایگاه افراد در جامعه تأثیر می‌پذیرد. پایگاه و نقش زنانه و مردانه، یکی از عوامل تمایزبخش در بیشتر زمینه‌هاست. به همین جهت انتظار می‌رود در زمینه فعالیت فرهنگی نیز چنین تمایزی وجود داشته باشد. به‌ویژه در جامعه ایران که مرزبندی زنانه و مردانه دارای شفافیت بیشتری است.

با استفاده از داده‌های طرح پیمایشی «فعالیت و مصرف فرهنگی» که در سطح کشور و با نمونه‌ای از ۴۸ شهر مرکز استان انجام پذیرفته، فعالیت فرهنگی زنان و مردان مقایسه شده است.

داده‌های این تحقیق حاکی از یکسانی تقریبی نسبت مصرف فرهنگی دو گروه در زمینه رسانه‌ها، نسبت بالاتر فعالیت برای مردان در بازی و ورزش و نسبت بالاتر برای زنان در فعالیت‌های هنری و دستی است. این تفاوت را می‌توان به قرینه، براساس انگاره‌های فرهنگی مربوط به زن و مرد در جامعه، تحلیل نمود.

کلید واژه

فعالیت هنری، فعالیت فرهنگی، مصرف فرهنگی، زن، مرد.

* دکتر جامعه‌شناسی و دانشیار دانشگاه تربیت معلم تهران

۱- مقدمه

در جامعه جدید که صنعت، امکان فراغت بیشتری برای افراد فراهم می‌کند، فعالیت و مصرف فرهنگی، عرصه‌ای است رو به گسترش که با تنوع روزافزونی همراه است. این فعالیت‌ها، اگرچه برای کلیت جامعه روندی رو به رشد دارد، اما به اقتضای تفکیک و تمایزی که جامعه از آن برخوردار است و میزان بهره‌مندی و برخوردارگی‌های گروه‌ها و اقشار مختلف از فرصت‌ها، همگی به یک نسبت از آن بهره‌مند نمی‌شوند.

یکی از تفکیک‌های پایدار در جامعه تفکیک جنسی است که به‌رغم شرایط یکسان‌کننده‌ای که در جامعه پدید آمده، در نوع بهره‌مندی افراد در زمینه‌های مختلف مؤثر است. این تفکیک در زمینه فعالیت و مصرف فرهنگی، همچون عرصه‌های دیگر می‌تواند عاملی نایکسان‌گر باشد. در جهت بررسی تجربی این امر، این نوشته براساس تحقیقی پیمایشی می‌خواهد نشان دهد که میزان برخوردارگی فرهنگی دو گروه در ایران چگونه است. آیا الگوی فعالیت و مصرف فرهنگی زنان و مردان با هم تفاوت دارد یا نه؟ آیا میزان بهره‌مندی زنان کمتر از مردان است؟ در چه زمینه‌هایی تفاوت وجود دارد و علل احتمالی این تفاوت چیست؟

۲- روش‌شناسی

در تحقیق پیمایشی «فعالیت و مصرف فرهنگی»، که در جمعیت آماری خانواده‌های ۲۸ شهر مرکز استان در سال ۱۳۷۸ ه. ش در نمونه‌ای از خانواده‌ها به حجم ۱۴/۰۰۰ نفر انجام شده، درباره فعالیت و مصرف فرهنگی افراد ۶ ساله و بالاتر پرسش شده است که تعداد آن‌ها حدود ۶۵ هزار نفر است.

در این تحقیق از هر شهری حدود ۵۰۰ خانواده به شیوه زیر انتخاب و درباره فعالیت افراد ۶ ساله و بالاتر پرسش شده است: براساس اطلاعات سرشماری سال ۱۳۷۵ ه. ش مرکز آمار، از بین بلوک‌های شهر، ۱۲۵ تا ۱۳۰ بلوک انتخاب و در هر بلوک انتخابی، براساس فهرست خانه‌ها، به‌صورت تصادفی تا ۴ خانواده انتخاب شده است. واحد تحلیل، خانواده بوده است و نه خانوار. به همین جهت، از واحدهای جمعی و افراد هم‌سفره پرسش نشده است.

فهرست مقولاتی که در تحقیق پرسش شده و در این نوشته نتایج آن گزارش می‌شود، عبارتند از: مطالعه کتاب، مطالعه مطبوعه (روزنامه و مجله)، استفاده از ویدئو و ضبط صوت، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، سینما رفتن، فعالیت هنری و دستی، ورزش و بازی. در خصوص این مقولات، نفس انجام، نوع فعالیت یا مصرف و زمان صرف شده، بررسی شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های نمونه (درصد ستونی)

جنس			
زن	مرد		
۴۳/۶	۴۲/۵	دارای همسر	وضعیت تاهل
۴/۹	۰/۷	بی همسر بر اثر فوت یا طلاق	
۵۱/۵	۵۶/۸	هرگز ازدواج نکرده	
۱۴/۱	۱۴/۲	۱۱-۶	سن
۲۶/۸	۲۵/۹	۱۸-۱۲	
۱۵/۹	۱۵/۶	۲۵-۱۹	
۲۳/۹	۲۰/۹	۴۰-۲۶	
۱۶/۷	۱۹/۴	۶۴-۴۱	
۲/۷	۴	بالا تر از ۶۴	
۱۴/۵	۷/۶	بی سواد	تحصیلات
۳۱/۲	۳۰/۴	ابتدایی	
۴۷/۱	۵۱/۶	متوسطه	
۷/۲	۱۰/۴	عالی	
۶/۴	۴۳/۴	شاغل	وضع فعالیت
۳	۶/۵	بیکار	
۳۸/۱	۳۶/۹	محصل	
۳/۲	۳/۱	دانشجو	
۴۴/۵	۰	خانه‌دار	
۲/۷	۶	دارای درآمد بدون کار	

در جمعیت نمونه، ۵۰/۸ درصد افراد (۳۳۱۵۰ نفر) را مرد و ۴۹/۲ درصد (۳۲۱۵۸ نفر) را زن تشکیل می‌دهند. ترکیب سنی، وضعیت تأهل، تحصیلات و فعالیت دو گروه به شرح جدول ۱ است. ارقام جدول درصد ستونی است که نشان می‌دهد در هر مقوله، چه نسبتی از دو جنس از ویژگی‌های مذکور برخوردارند.

در زمینه تأهل، نسبت افراد دارای همسر تقریباً یکسان است. اما در نسبت افراد مجرد، نسبت مردان بیش از زنان و در مقوله افراد بدون همسر، نسبت زنان بدون همسر بیش از مردان است. این تفاوت‌ها، اموری است که می‌تواند به مثابه تبیین‌کننده تفاوت دو جنس عمل کند. به همین جهت، در بررسی فعالیت فرهنگی، برای بررسی سهم جنسیت، این متغیرها کنترل خواهند شد.

۳- استفاده از رسانه‌های مکتوب

ذیل این عنوان، مطالعه کتاب و مطبوعه (روزنامه و مجله) بررسی می‌شود. اطلاعات مربوط به بهره‌مندی از این رسانه‌ها در جدول ۲ آمده است.

ارقام، حاکی از نسبت بالاتر مطالعه کتاب و زمان مطالعه بیشتر زنان و نسبت پایین‌تر مطالعه مطبوعه توسط زنان است. ترکیب نشریات مطالعه شده نشان می‌دهد، تعدد نشریات ورزشی که در حوزه توجه مردان است، یکی از دلایل نسبت بالاتر مطالعه مردان به‌شمار می‌رود. مقایسه نسبت مطالعه کتاب در کل جمعیت با کنترل سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و وضعیت تأهل نشان می‌دهد (جدول ۳)، در گروه‌های سنی پایین‌تر (تا ۴۰ سالگی) زنان بیش از مردان و در گروه‌های سنی بالا، مردان بیش از زنان مطالعه می‌کنند. دلیل این امر را می‌توان نسبت بالاتر بی‌سوادی در بین زنان مسن دانست. از سوی دیگر، این امر نشان از بهبود وضعیت فرهنگی زنان در طول زمان است.

در همه سطوح تحصیلی و در بین افراد با وضعیت فعالیت مشابه، نسبت مطالعه زنان بیش از مردان است. دختران بیش از پسران مطالعه می‌کنند، در حالی که زنان و مردان متأهل به یک نسبت مطالعه می‌کنند. نسبت پایین‌تر مطالعه زنان بدون همسر نسبت به مردان بدون همسر، نشان از مشکلات و محرومیت‌های حاصل از جدایی و فوت همسر برای زنان است.

جدول ۲: بهره‌مندی از رسانه‌های مکتوب

جنس		بهره‌مندی
زن	مرد	
۵۰/۴	۳۹/۲	نسبت مطالعه در جمعیت باسواد (درصد)
۴۲/۸	۳۶/۵	نسبت مطالعه در کل جمعیت (درصد)
		نسبت مطالعه انواع کتاب در جمعیت باسواد:
۱۵/۴	۱۰/۴	شعر و ادب
۸/۷	۹	تاریخی
۲۳/۸	۱۲/۳	رمان و داستان
۱۶/۷	۱۲/۳	دینی
۷/۳	۳/۱	تربیتی و روانشناسی
۹۷/۶	۹۱/۸	زمان مطالعه در هفته (دقیقه) در جمعیت اهل مطالعه
۵۹/۷	۴۶	زمان مطالعه در هفته (دقیقه) در جمعیت باسواد
۴۲/۶	۴۶/۷	نسبت مطالعه مطبوعه در جمعیت باسواد (درصد)
۳۶/۴	۳۳/۱	نسبت مطالعه مطبوعه در کل جمعیت (درصد)
		نسبت مطالعه پرخواننده‌ترین نشریات (درصد):
۲۷/۴	۳۱/۵	همشهری
۱۸/۷	۱۰/۶	خانواده
۹/۲	۱۰/۸	اطلاعات
۷/۹	۹/۶	کیهان
۵/۲	۶/۱	ایران
۳/۶	۶/۸	روزنامه ورزشی
۴/۷	۲/۳	روزهای زندگی
۲/۱	۳/۷	مجله ورزشی
۱/۷	۳/۷	ابرار ورزشی
۲/۷	۲	جوانان امروز
۲	۲/۴	صبح امروز
۱/۴	۲/۹	کیهان ورزشی
۱/۳	۲/۸	خبر ورزشی
۱/۶	۲/۳	خرداد
۲/۹	۱/۲	زن روز
۱/۸	۲/۲	جمهوری اسلامی

جدول ۳: بهره‌مندی زنان و مردان از رسانه‌های مکتوب در گروه‌های سنی، تحصیلی، فعالیت و تأهل در کل جمعیت (درصد)

مطالعه مطبوعه		مطالعه کتاب			
زن	مرد	زن	مرد		
۱۴	۱۵/۸	۴۶/۴	۴۱/۶	۱۱-۶ ساله	سن
۴۵/۶	۴۵/۶	۶۱/۵	۴۶/۵	۱۸-۱۲ ساله	
۵۶/۸	۵۶/۷	۵۷/۱	۳۹/۵	۲۵-۱۹ ساله	
۳۹/۸	۵۶/۱	۳۴/۶	۳۴/۴	۲۶-۴۰ ساله	
۲۱/۱	۴۰/۸	۱۵/۶	۲۴/۷	۴۱-۶۴ ساله	
۵/۱	۱۴/۱	۵/۲	۱۲/۳	بالای ۶۴ سال	
-	-	-	-	بی‌سواد	تحصیلات
۱۹/۴	۲۱/۷	۳۱/۲	۲۷/۵	ابتدایی	
۵۳/۷	۵۵/۴	۵۹/۹	۴۱/۷	متوسطه	
۶۹/۹	۷۶/۱	۷۱/۹	۶۳/۷	عالی	
۶۰/۴	۴۸/۲	۵۲/۵	۲۹/۱	شاغل	وضعیت فعالیت
۶۴/۹	۶۹/۴	۷۱/۷	۶۲/۳	دانشجو	
۳۶/۸	۳۷/۶	۵۹/۴	۴۸/۲	محصل	
۳۴/۳	۳۵	۳۲/۲	۲۵/۲	دارای درآمد	
۳۳/۷	۴۴/۳	۲۸/۸	۲۷/۳	دارای همسر	وضعیت تأهل
۱۶	۲۶/۱	۱۴/۱	۱۸	بدون همسر	
۴۰/۶	۴۲/۵	۵۷/۷	۴۳/۵	مجرد	

مقایسه نسبت مطالعه مطبوعه در کل جمعیت با کنترل سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل نشان می‌دهد (جدول ۳) که گروه‌های سنی پایین، نسبت مطالعه یکسانی دارند (تا حدود ۳۰ سالگی) و اگر تفاوتی وجود دارد، در نسبت بالاتر مطالعه مردان در سنین بالاست که آن را می‌توان به میزان بالاتر باسوادی مردان در این گروه‌های سنی مرتبط دانست. از سویی این الگوی مطالعه، نشان از بهبود وضعیت زنان در طول زمان و جریان رو به پیشرفت آن‌ها در جامعه دارد. زیرا نسل‌های جدیدتر زنان، وضعیت برابری با مردان دارند. چنان‌که نسبت تقریباً یکسان افراد مجرد در مطالعه مطبوعه در بین دو گروه نیز دلالتی از این نوع دارد.

۴- بهره‌مندی از رسانه‌های صوتی و تصویری

جدول ۴، نسبت استفاده و زمان آن را از چهار رسانه: رادیو، تلویزیون، ویدئو و ضبط صوت (نوار صوتی) در کل جمعیت در دو گروه نشان می‌دهد.

جدول ۴: بهره‌مندی از رسانه‌های صوتی - تصویری

جنس		بهره‌مندی
زن	مرد	
۴۲/۶	۳۹	نسبت استفاده از رادیو (درصد)
۸۸	۸۲	زمان استفاده از رادیو در شبانه روز به دقیقه در خانواده‌های دارای رادیو
۹۴/۹	۹۳/۶	نسبت استفاده از تلویزیون (درصد)
۳/۶	۳/۴	زمان استفاده از تلویزیون در شبانه روز به ساعت در خانواده‌های دارای تلویزیون
۲۵/۵	۲۵/۱	نسبت تماشای برنامه از ویدئو در جمعیت (درصد)
۸۵/۳	۸۲/۵	نسبت تماشای برنامه از ویدئو در خانواده‌های دارای ویدئو (درصد)
		نسبت تماشای انواع برنامه ویدئویی در خانواده‌های دارای ویدئو (درصد):
۱۵/۶	۱۴/۵	آموزشی
۷۳/۸	۷۳/۲	سینمایی
۱۹/۸	۱۹/۱	کارتون
۴۱/۳	۳۸/۸	موسیقی، سرود و شو
۱/۳	۱/۳	زمان استفاده از ویدئو در هفته به ساعت در جمعیت استفاده‌کننده
۵۴/۴	۵۲/۱	نسبت استفاده از نوار صوتی در جمعیت (درصد)
۷۳/۸	۷۰/۵	نسبت استفاده از نوار صوتی در خانواده‌های دارای ضبط صوت (درصد)
		نسبت استفاده از انواع نوار صوتی در خانواده‌های دارای ضبط (درصد):
۷/۷	۷/۱	آموزشی
۵۵/۴	۵۴/۳	موسیقی و سرود
۵/۸	۴/۸	قصه
۲۳/۱	۱۹/۷	قرآن
۲۹/۲	۲۶/۹	عزاداری
۱/۶	۱/۶	زمان استفاده از نوار صوتی در هفته به ساعت در جمعیت استفاده‌کننده

جدول ۵: بهره‌مندی زنان و مردان از رسانه‌های صوتی - تصویری در گروه‌های سنی، تحصیلی، فعالیت و تأهل (درصد)

نوار صوتی		ویدئو		تلویزیون		رادیو			
زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد		
۴۷/۶	۴۵/۹	۲۴/۵	۲۴/۱	۹۷/۱	۹۷	۲۲/۸	۲۱/۲	۱۱-۱۶ ساله	سن
۶۰/۷	۵۹/۵	۲۷/۴	۲۶	۹۷/۶	۹۷/۲	۳۴/۶	۳۱/۸	۱۸-۱۲ ساله	
۶۶/۵	۶۲/۸	۲۹/۶	۲۷/۵	۹۴/۲	۹۰/۳	۴۶/۲	۳۸/۲	۱۹-۲۵ ساله	
۵۴/۷	۵۲/۴	۲۵/۶	۲۶/۵	۹۵	۹۳/۱	۵۲	۲۳/۸	۲۶-۴۰ ساله	
۴۳/۱	۴۳/۴	۲۲	۲۴	۹۱/۳	۹۱/۶	۵۴/۶	۵۳/۶	۴۱-۶۴ ساله	
۲۳/۴	۲۶	۸/۸	۱۱/۹	۷۹/۱	۸۲/۷	۴۵/۳	۵۴/۹	بالای ۶۴ سال	
۳۳	۳۱/۶	۱۳/۴	۱۲	۸۶	۸۲/۵	۴۱/۸	۴۱/۲	بی‌سواد	تحصیلات
۴۸	۴۴/۵	۲۱/۶	۲۰/۷	۹۶/۱	۹۴/۱	۲۰/۵	۳۵/۶	ابتدایی	
۶۲/۹	۵۷/۹	۳۰/۴	۲۸/۳	۹۶/۹	۹۵/۲	۴۴	۳۹/۲	متوسطه	
۶۹	۶۰/۷	۳۴/۵	۳۲/۳	۹۳/۲	۹۲/۳	۴۳/۶	۴۵/۷	عالی	
۶۰/۵	۵۰/۶	۲۹/۴	۲۶/۳	۹۳/۶	۹۲/۵	۵۱/۸	۴۶/۹	شاغل	وضعیت فعالیت
۶۹/۷	۶۶/۳	۳۲	۳۲/۱	۹۰/۹	۸۷/۸	۳۶/۴	۳۷/۷	دانشجو	
۵۷/۱	۵۵/۶	۲۶/۹	۲۵/۸	۹۷/۷	۹۷/۷	۳۱/۲	۲۸/۹	محصل	
۴۸/۳	۴۰/۲	۱۹/۶	۱۸/۴	۹۱/۷	۸۹/۹	۴۵	۵۳/۴	دارای درآمد	
۵۱/۶	۴۵/۹	۲۵/۱	۲۴/۱	۹۳/۵	۹۱/۶	۵۲/۴	۴۹/۶	دارای همسر	وضعیت تأهل
۳۵/۳	۳۸/۵	۱۵/۳	۱۶/۷	۸۴/۶	۸۱/۹	۴۶/۴	۴۲/۳	بدون همسر	
۵۸/۶	۵۶/۹	۲۶/۹	۲۶	۹۶/۹	۹۵/۲	۳۳/۹	۳۱	مجرد	

نسبت استفاده زنان از رادیو و نوار صوتی بیش از مردان و نسبت استفاده از تلویزیون و ویدئو برای مردان و زنان تقریباً به یک نسبت است. به عبارت دیگر، در رسانه‌های صوتی نسبت استفاده زنان بیش از مردان است. در حالی که در نسبت استفاده از رسانه‌های تصویری نسبت‌ها تقریباً یکسان است. دلیل این امر وجود نسبت بالای زنان خانه‌دار است که در زمان فعالیت در خانه، با سهولت بیشتری می‌توانند از رسانه‌های صوتی استفاده کنند تا رسانه‌های تصویری که

مستلزم توجه بصری است.

مقایسه نسبت استفاده از رسانه‌های صوتی - تصویری در کل جمعیت با کنترل سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و وضعیت تأهل نشان می‌دهد (جدول ۵)، در زمینه استفاده از رادیو و نوار صوتی، همان تفاوت در سطوح مختلف سنی و تحصیلی و گروه‌های فعالیت وجود دارد. به عبارت دیگر، متغیرهای مذکور تغییر محسوسی در نسبت استفاده پدید نمی‌آورند. درباره استفاده از تلویزیون و ویدئو نیز همین امر صادق است.

۵- رفتن به سینما

نسبت سینما رفتن و سرانه تماشای فیلم در یک سال از سوی مردان و زنان باهم مقایسه شده است (جدول ۶). نتایج حاکی از نسبت یکسان رفتن به سینما و میزان تماشا در دو گروه است.

جدول ۶: سینما رفتن

جنس		بهره‌مندی
زن	مرد	
۲۴/۱	۲۴/۱	نسبت سینما رفتن در جمعیت (درصد)
۳/۵	۴	میانگین تماشای فیلم در یک سال در جمعیت سینما رو
۰/۸	۱	سرانه تماشای فیلم در یک سال در جمعیت

مقایسه نسبت سینما رفتن با کنترل سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و وضعیت تأهل نشان می‌دهد (جدول ۷)، جزء در مقوله فعالیت که زنان شاغل بیش از مردان شاغل به سینما می‌روند، و در مقوله تحصیلات که زنان دارای تحصیلات عالی بیش از مردان دارای تحصیلات عالی به سینما می‌روند، در سایر زمینه‌ها نسبت فعالیت تقریباً یکسان است. این امر نشان از روند رو به بهبود فعالیت زنان در این باره دارد. زیرا با افزایش نسبت زنان با تحصیلات عالی، نسبت انجام این فعالیت در آینده بیش از مردان خواهد شد.

جدول ۷: مقایسه سینما رفتن زنان و مردان در گروه‌های سنی، تحصیلی، فعالیت و تأهل (درصد)

جنس			
زن	مرد		
۲۳/۴	۲۳/۱	۱۱-۱۶ ساله	سن
۲۹/۱	۳۱	۱۸-۱۲ ساله	
۳۱	۳۱/۲	۲۵-۱۹ ساله	
۲۳/۹	۲۵/۳	۴۰-۲۶ ساله	
۱۳/۵	۱۳	۶۴-۴۱ ساله	
۳	۲/۱	بالای ۶۴ سال	
۴/۴	۴/۶	بی سواد	تحصیلات
۱۷/۴	۱۶/۹	ابتدایی	
۳۱/۵	۲۹/۱	متوسطه	
۴۳/۶	۳۴/۷	عالی	
۳۵/۴	۲۱/۷	شاغل	وضع فعالیت
۴۱/۲	۳۹/۵	دانشجو	
۲۸/۳	۲۹/۱	محصل	
۲۰/۴	۱۰/۵	دارای درآمد	
۲۰/۹	۱۷/۹	دارای همسر	وضع تأهل
۱۱/۵	۱۲/۴	بدون همسر	
۲۷/۹	۲۸/۸	مجرد	

۶- فعالیت هنری و دستی

نسبت پرداختن به فعالیت‌های هنری و دستی و نوع فعالیت زنان و مردان باهم مقایسه شده است (جدول ۸). قابل ذکر است که از فعالیت‌های هنری و دستی دیگری هم که عمدتاً شأنی مردانه دارد (مانند گچبری، منبت‌کاری و...) پرسش شده که به دلیل نسبت بسیار پایین انجام آن در جمعیت، از گزارش و مقایسه آن خودداری شده است. همچنین به این نکته باید توجه داشت که بعضی فعالیت‌ها با هدف اقتصادی انجام می‌شود. این امر در بعضی مقولات، مانند قالی‌بافی، سهم زیادی دارد.

نسبت انجام فعالیت هنری و دستی زنان با فاصله زیاد بیش از مردان است. در نوع فعالیت نیز، نسبت انجام فعالیت‌هایی نظیر انواع دوزندگی و بافندگی، برای زنان بیش از مردان است. نسبت زنان در نقاشی نیز بیش از مردان است. در موارد دیگر، نسبت مردان و زنان تقریباً یکسان است.

جدول ۸: انجام فعالیت هنری و دستی

جنس		
زن	مرد	
۴۴/۸	۱۳/۱	نسبت انجام فعالیت هنری و دستی در جمعیت (درصد)
		نسبت انجام انواع فعالیت هنری و دستی (درصد):
۱/۴	۲/۱	عکاسی
۳/۷	۳/۶	خطاطی
۷/۶	۵/۲	نقاشی، طراحی، گرافیک
۰/۸	۱/۳	نواختن موسیقی
۶/۹	۱/۲	قالی‌بافی
۱۵/۶	۰/۷	خیاطی
۱۰/۲	۰/۳	قلاب‌بافی
۹/۵	۰/۷	کوبلن‌دوزی
۸/۸	۰/۳	گل‌دوزی
۵/۱	۰/۲	پولک‌دوزی
۲	۰/۰	ملیله‌دوزی
۱/۹	۰/۰	تکه‌دوزی
۳	۰/۱	منجوق‌دوزی
۱۶/۴	۰/۶	کاموا بافی
۰/۵	۰/۷	فیلمبرداری

با توجه به فاصله زیاد نسبت فعالیت زنان و مردان، انجام فعالیت‌های هنری و دستی با کنترل متغیرهای سن، تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل ارائه نمی‌شود. زیرا با کنترل آن‌ها نیز این تفاوت به همین صورت باقی خواهد ماند.

۷- ورزش

نسبت انجام ورزش و سرانه زمانی ورزش در هفته مردان بیش از زنان است. نسبت عضویت در تشکلهای ورزشی و تماشای ورزش در اماکن ورزشی مردان نیز بیش از زنان است. در انجام انواع ورزش، نسبت پرداختن به فوتبال، شنا، بدنسازی، کشتی و کوهنوردی برای مردان بیش از زنان است. در حالی که نسبت انجام حرکات ورزشی و نرمش در بین دو گروه یکسان است. نسبت پرداختن زنان به والیبال و بسکتبال برای زنان بیش از مردان است (جدول ۹).

جدول ۹: انجام ورزش

جنس		
زن	مرد	
۲۲/۳	۴۰/۷	نسبت انجام ورزش در جمعیت (درصد)
۲/۸	۳/۸	زمان انجام ورزش در هفته در جمعیت اهل ورزش (ساعت)
۰/۶	۱/۷	سرانه زمانی انجام ورزش در هفته در جمعیت (ساعت)
		نسبت پرداختن به انواع ورزش (درصد):
۲/۵	۲۶/۳	فوتبال
۸/۷	۸/۳	نرمش، حرکات ورزشی
۶	۳/۷	والیبال
۳/۱	۱/۸	بسکتبال
۱/۹	۲/۴	شنا
۱/۴	۲/۶	بدنسازی
۰/۸	۱/۹	کوهنوردی
۰/۱	۲	کشتی

محدودیت زنان در جامعه برای حضور در فضاهای باز برای ورزش را دلیل عمده نسبت پایین فعالیت زنان در بعضی از انواع ورزش می توان به شمار آورد. زیرا در ورزش هایی که در فضاهای بسته انجام می شود، نسبت فعالیت زنان افزایش می یابد و در حد فعالیت مردان حتی بیش از آن است. دلیل دیگر نسبت فعالیت پایین زنان در بعضی از ورزش ها را می توان تلقی

موجود درباره مردانه بودن آن دانست. در فعالیتی مانند کشتی که انجام آن در محیط‌های بسته هم ممکن است، اگر نسبت انجام آن توسط زنان کمتر از مردان است (در حد صفر)، تلقی موجود درباره این نوع فعالیت، مؤثر به نظر می‌رسد.

البته نباید این نکته را از نظر دور داشت که بخشی از فعالیت‌های ورزشی هر دو جنس، به مثابه فعالیتی الزامی در محیط تحصیلی انجام می‌شود. نسبت بالای ورزش‌هایی نظیر فوتبال، والیبال و بسکتبال را می‌توان به این الزام نسبت داد. در این نوع فعالیت‌ها سهم زنان هم بالا است. در حالی که در فعالیت‌هایی که به صورت ارادی انجام می‌شود و الزامی وجود ندارد، این نسبت‌ها برای کل جمعیت کاهش می‌یابد و برای زنان کاهش مضاعف دارد. زیرا امکان انجام آن در فضاهای غیر تحصیلی فراهم نیست.

برای بررسی صحت این ادعا، نسبت انجام انواع ورزش در گروه‌های فعالیت مختلف زنان و مردان مقایسه شد.

جدول ۱۰: مقایسه نسبت انجام انواع ورزش زنان و مردان در گروه‌های فعالیت مختلف (درصد)

نوع فعالیت										نوع ورزش
دارای درآمد		خانه‌دار	دانشجو		محصل		شاغل		مرد	
مرد	زن	زن	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد		
۱/۶	۱۲/۴	۰/۹	۲/۶	۳۶/۸	۶/۹	۶۲/۱	۲/۴	۱۵/۴	فوتبال	
۱۰/۳	۹/۷	۸/۹	۱۱/۵	۹	۱۷	۱۲/۲	۱۳/۳	۱۱/۶	نرمش و...	
۴/۷	۱/۹	۱/۸	۱۰/۸	۹/۵	۱۶/۸	۷/۲	۵/۴	۳/۴	والیبال	
۳/۹	۱	۰/۴	۴/۹	۴/۴	۹/۳	۴/۴	۲/۲	۰/۷	بسکتبال	
۲/۳	۱	۱/۵	۶/۳	۶/۷	۳/۲	۴/۴	۵/۹	۲/۶	شنا	
۱/۶	۲/۶	۲/۳	۴/۵	۱۰/۳	۱/۲	۳/۵	۴/۲	۲/۸	بدنسازی	
۰/۶	۲/۷	۰/۹	۲/۴	۳/۲	۱/۱	۲/۱	۲/۷	۳/۳	کوهنوردی	
۱	۰/۵	۰/۵	۴/۸	۲/۶	۴/۱	۱/۷	۳/۱	۰/۹	بدمیتون	
۰/۲	۱/۴	۰/۱	۰/۳	۵	۰/۲	۴/۴	۰/۱	۳/۶	کشتی	

ارقام جدول ۱۰، نشان می‌دهد، زنان خانه‌دار که به لحاظ حجم نسبت بالایی از جمعیت زنان را تشکیل می‌دهند، در همه انواع ورزش (جز نرمش) نسبت بسیار پایینی دارند.

در ورزشی چون فوتبال و کشتی که ورزشی مردانه به شمار می‌رود، نسبت انجام آن توسط مردان در همه گروه‌های فعالیت با فاصله زیاد بیش از زنان است. در حالی که در ورزش‌هایی چون والیبال، بسکتبال و بدمینتون، نسبت زنان در همه گروه‌های فعالیت بیش از مردان است. این امر نشان می‌دهد که الزامات محیط کاری در رده دوم اهمیت قرار دارند و آنچه تعیین‌کننده است، تلقی مربوط به نوع ورزش و امکانات و محدودیت‌های آن در جامعه است.

۸- بازی

در این باره، در ۴ زمینه پرسش شده است: (۱) بازی با آتاری، میکرو و سگا، (۲) بازی‌های کامپیوتری، (۳) شطرنج و (۴) انواع کارت‌های بازی بزرگسالان. علاوه بر این، از مراجعه به مراکز بازی بیرون از خانه هم پرسش شده است.

شوربک گنجی
جدول ۱۱: انجام بازی

جنس		
زن	مرد	
۸/۵	۱۶	نسبت بازی با آتاری، میکرو و سگا (درصد)
۲	۳/۳	نسبت بازی از طریق کامپیوتر (درصد)
۱۲/۷	۲۱/۳	نسبت بازی با شطرنج
۵	۷/۷	بازی با انواع کارت‌های بزرگسالان
۱/۹	۷/۸	مراجعه به مراکز بازی بیرون از خانه

نسبت انجام بازی با وسایل پرسش شده و نسبت مراجعه به مراکز بازی بیرون از خانه برای مردان بیش از زنان است (جدول ۱۱). فاصله بین دو گروه نیز زیاد است. این در حالی است که در استفاده از این وسایل، محدودیتی برای زنان وجود ندارد. گرچه درباره مراجعه به مراکز بازی، نبود یا محدودیت مراکز بازی خاص زنان و دختران را می توان مؤثر دانست.

در این باره، نسبت پایین تر فعالیت زنان از مردان را باید به نوع تلقی از بازی ها و یا محتوای بازی های طراحی شده، مربوط دانست.

بازی هایی که در آن از وسایلی چون آتاری، سگا و میکرو و پلی استیشن استفاده می شود، معمولاً بازی های اکشن و پرهیجان، مربوط به فعالیت هایی است نظیر: فوتبال، ماشین سواری، جنگ و کشتار که معمولاً مردانه به شمار می رود و برای دختران جاذبه ای ندارد. همچنان که بازی با ورق که سهم زیادی در بازی های کارت می دارد، به طور سنتی بازی مردانه تلقی می شود. نسبت نزدیک تر بازی زنان و مردان از طریق کامپیوتر را می توان به تنوع بیشتر بازی های کامپیوتری و توجه به سلاقی دو جنس نسبت داد. با این حال، علت نسبت کمتر فعالیت زنان در بازی شطرنج و تمامی بازی ها را باید در ویژگی های زنانه و مردانه در فرهنگ جامعه جست و جو کرد؛ ویژگی هایی که لزوماً به محتوای بازی ها و تلقی مختص به آن ها مربوط نمی شود، بلکه در کلیشه هایی است که در خصوص زن و مرد در جامعه وجود دارد.

مقایسه نسبت بازی با آتاری، کامپیوتر و شطرنج با کنترل سن، سطح تحصیلات، وضعیت فعالیت و تأهل نیز نشان می دهد (جدول ۱۲) در همه سنین، سطوح تحصیلی، گروه های فعالیت و تأهل، نسبت بازی زنان، کمتر از مردان است. این امر بیانگر آن است که برخلاف فعالیت هایی چون کتابخوانی، که تحصیلات بر نسبت فعالیت دو جنس اثر داشت، در این باره، الگوی تقریباً ثابتی که تأثیرپذیری از الگوهای جنسی در جامعه را نشان می دهد، وجود دارد که در خصوص آن باید تحلیلی جنسیتی بیان کرد؛ الگویی که با افزایش تعداد تحصیلکردگان زن هم، تغییری نخواهد داشت.

جدول ۱۲: مقایسه نسبت انواع بازی برای زنان و مردان در گروه‌های سنی، تحصیلی، فعالیت و تأهل (درصد)

نوع بازی							
شطرنج		کامپیوتر		آتاری			
زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد		
۱۳/۸	۲۲/۹	۲/۱	۳/۴	۱۷/۸	۳۲	۱۱-۶ ساله	سن
۲۴	۳۳/۱	۳/۳	۵/۵	۱۵/۲	۳۰/۹	۱۸-۱۲ ساله	
۱۷/۱	۲۵/۹	۳	۴/۶	۷/۸	۱۲/۳	۲۵-۱۹ ساله	
۵/۸	۱۷/۶	۱/۱	۲/۲	۲/۶	۵/۸	۲۶-۴۰ ساله	
۱/۵	۹	۰/۳	۰/۹	۰/۵	۱/۷	۴۱-۶۴ ساله	
۰/۳	۱/۴	۰/۱	-	۰/۶	۰/۴	بالای ۶۴ سال	
۰/۶	۱/۶	۰/۱	۰/۳	۰/۸	۲/۳	بی سواد	تحصیلات
۷/۴	۱۳/۹	۰/۹	۱/۶	۸/۴	۱۵/۹	ابتدایی	
۱۸/۹	۲۶/۹	۲/۷	۳/۷	۱۱/۳	۱۹/۵	متوسطه	
۲۰	۳۰/۶	۵/۶	۸/۱	۷/۳	۹/۳	عالی	
۱۱/۲	۱۴/۹	۳/۳	۱/۷	۳/۹	۵/۲	شاغل	وضعیت فعالیت
۲۴	۳۹	۵/۷	۱۲/۴	۱۰/۱	۱۵	دانشجو	
۲۱/۷	۳۱	۳/۱	۵	۱۷	۳۲/۳	محصل	
۱۰/۱	۹/۵	۱/۸	۱/۳	۴/۹	۴/۶	دارای درآمد	
۵/۲	۱۱/۹	۰/۸	۱/۴	۲/۵	۳/۳	دارای همسر	وضعیت تأهل
۱/۶	۹/۴	۰/۴	۲/۱	۱	۶/۸	بدون همسر	
۲۰/۱	۲۸/۴	۳/۱	۴/۷	۱۴/۴	۲۵/۵	مجرد	

۹- نتیجه گیری

با توجه به مطالب بیان شده، می‌توان گفت در دو زمینه فعالیت هنری و دستی و ورزش و بازی بین دو جنس تفاوت بارزی وجود دارد. نسبت فعالیت‌های هنری و دستی زنان و نسبت

بازی و ورزش مردان بیش از جنس مخالف است. در حالی که در زمینه استفاده از انواع رسانه‌ها، نسبت‌های استفاده یکسان و یا برای زنان بیش از مردان است.

نسبت یکسان یا بالاتر زنان در بیشتر زمینه‌ها نشان می‌دهد که وضعیت زنان در ایران از این جهت وضعیتی مطلوب است. به‌ویژه این‌که با افزایش تحصیلات، که روندی رو به رشد در بین زنان دارد، نسبت این فعالیت‌ها هم در بین زنان افزایش خواهد یافت. به عبارت دیگر، اگر دو مقوله ورزش و بازی را کنار بگذاریم، در سایر زمینه‌ها، زنان وضعیت مطلوب‌تری را هم‌تراز مردان دارند.

اما اگر از منظری دیگر به مسئله بنگریم، می‌توان گفت، نوع فعالیت‌های دو جنس در تناظر با نوع انگاره‌هایی است که در جامعه در خصوص دو جنس وجود دارد. همین انگاره‌هاست که به نوع فعالیت دو جنس شکل می‌دهد و نسبت‌های متفاوت را توجیه می‌کند.

سه گروه فعالیت‌های هنری، ورزش و بازی از نوع فعالیت‌هایی هستند که افراد در آن فعالند. در حالی که در زمینه استفاده از رسانه‌ها، افراد موضعی بیشتر منفعل دارند. به عبارت دیگر، فعالیت‌های سه‌گانه هنری، ورزش و بازی از نوع گذران اوقات فراغت فعالند، در حالی که استفاده از رسانه از نوع گذران اوقات فراغت غیرفعال است.

نسبت بالاتر فعالیت زنان در زمینه فعالیت هنری و دستی و نسبت کمتر فعالیت آن‌ها در زمینه بازی و ورزش را برحسب الگوهای فرهنگی مربوط به زن و مرد و امکانات و محدودیت‌هایی که متناسب با این الگوها در جامعه برای دو جنس وجود دارد، می‌توان توضیح داد.

دوتایی فعال - منفعل، قوی - ضعیف (ظریف)، تقسیم کار درون و بیرون خانه و دوتایی‌هایی دیگر از این نوع که در انگاره مربوط به مرد و زن وجود دارد، تناظری روشن با الگوی فعالیت فرهنگی دو جنس دارد. چنان‌که حتی نسبت بالاتر فعالیت زنان در زمینه استفاده از انواع رسانه را هم می‌توان بر همین اساس تبیین نمود.

بر این اساس، می‌توان گفت تغییر الگوی کلی فعالیت فرهنگی زنان و مردان منوط به تغییر انگاره‌های مربوط به زن و مرد در جامعه است و تا تغییر اساسی در این باره ایجاد نشود، نباید انتظار تغییر جدی در این زمینه‌ها را داشت.

پی نوشت

۱- اطلاعات استفاده شده در این نوشته، برگرفته از نتایج تحقیقی است که تحت عنوان فعالیت و مصرف فرهنگی برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده و نتایج آن تحت عنوان: «رفتارهای فرهنگی ایرانیان» منتشر شده است.

