نقش فرهنگ اشتغال و کار بیرون از خانه در وضعیت قالی‌بافی*

دکتر محسن نیازی

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم انسانی دانشگاه کاشان

دکتر امیرحسین چیت‌سازیان

استادیار گروه فرش دانشکده معماری و هنر دانشگاه کاشان

*این مقاله بخشی از نتایج طرح مشترک پژوهشی اتاق بازرگانی کاشان و دانشگاه کاشان می‌باشد.

فصلنامه
علمی پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره شش و هفت
بهار و تابستان ۱۳۸۶

چکیده

قالی‌بافی به عنوان پدیده‌ی هنری، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و به عنوان آیینه تمام نمای تمدن ایرانی و اسلامی از دیرباز در شناسنامه مردم منطقه کاشان حک گردیده است. در این مطالعه، نقش تغییر ارزش‌های اجتماعی اشتغال و گرایش به کار بیرون از خانه در وضعیت قالی‌بافی مورد بررسی قرار گرفته است. تبیین وضعیت قالی‌بافی مناطق کاشان و مطالعه اثرات تغییر فرهنگ کار و گرایش به مشاغل اداری و کار بیرون از خانه در میزان قالیبافی هدف اساسی این مقاله می‌باشد. جامعه تحقیق شامل کلیه خانوارهای منطقه کاشان در سال ۱۳۸۵ می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای تصادفی تعداد ۹۲۶ نفر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. همچنین از روش پرسش‌نامه توأم با مصاحبه برای جمع‌آوری اطلاعات تحقیق استفاده شده است. با بیان مؤلفه‌های متغیر گرایش به فرهنگ کار بیرون از خانه و تعیین شاخص‌های وضعیت قالی‌بافی، داده‌های لازم از حوزه مورد مطالعه جمع‌آوری و ارتباط آنها اندازه‌گیری شده است. داده‌های پژوهش و استنباط آماری از اطلاعات تحقیق، همبستگی معنی‌دار بین متغیرهای فوق را نشان می‌دهد. نتایج فعالیت آماری ضریب همبستگی پیرسون ۰/۲۸۷ = r رابطه دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد را نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: قالی‌بافی، فرهنگ اشتغال، کار بیرون از خانه، فرهنگ کار.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

مقدمه

قالیبافی[1] به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع و هنر بومی ایران از گذشته دور مورد توجه بوده و نقش اساسی در اقتصاد خانواده و کشور ایفا نموده است. این صنعت و هنر بومی از دیرباز با تولید خانگی همراه بوده و زنان به عنوان بافندگان قالی از ارکان اصلی قالیبافی بوده‌اند. علیرغم گسترش عمیق قالیبافی در ایران و اشتغال بخش عظیمی از زنان در صنعت فرش دستباف، امروزه شاهد رکورد قالیبافی در جامعه هستیم. در این میان، در کنار عوامل متعدد دیگر، تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های زنان به ویژه تغییر ارزش‌ها و نگرش‌های اقتصادی و اشتغال و گرایش زنان به کار بیرون از خانه به عنوان یکی از عوامل رکورد قالیبافی در نظر گرفته می‌شوند. قالیبافی و فرش به عنوان پدیده هنری، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و به عنوان منشوری چند بعدی است که از ابعاد و زوایای مختلفی می‌توان آن را مورد مطالعه قرار داد. از نظر لغوی، فرش[2] به معنی گستردگی و هر چیزی است که گسترده شود. در فرهنگ عمید قالی به معنی «فرش بزرگ پرزدار که با نخ و پشم به رنگ‌ها و نقشه‌های مختلف می‌بافند» تعریف شده است (عمید، ۱۳۶۲: ۷۸۶). «از منظر جامعه‌شناسی، قالی و فرش بیش از هر چیز یک پدیده فرهنگی و اجتماعی است. در گذشته کاشان[3] از کانون‌های اصلی قالیبافی ایران بوده و «سابقه شکوفایی در کاشان براساس گزارش جهانگردان به قرن شانزدهم و هفدهم بر می‌گردد» (آذرپاد و حشمتی رضوی، ۱۳۷۲: ۲۵۹).

امروزه بحث زنان و تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های زنان به عنوان یکی از موضوعات اساسی و بین رشته‌ای در علوم انسانی مطرح است. با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت هر جامعه را تشکیل می‌دهند مطالعه ارزش‌های آنان و نقش آنان در فرایندهای توسعه اجتماعی و اقتصادی حایز اهمیت خاصی می‌باشد. تغییر ارزش‌های اقتصادی و اشتغال زنان و گرایش آنان به کار بیرون از خانه، استقلال اقتصادی و کار با دستمزد، یکی از ابعاد مهم تغییر ارزش‌های زنان محسوب می‌گردد. این امر، تحت تأثیر تغییر ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بوده و با گسترش آن، خود به عنوان عامل اساسی بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

آن‌چه مسلم است، در چند دهه اخیر نگرش‌های جدیدی در ارتباط با کار زنان شکل گرفته است. در این میان، هر چند کار خانگی به عنوان یک معیار ارزش اقتصادی کار زنان در نظر گرفته شده است، اما تحول عمده و اساسی، گرایش شدید به کار بیرون از خانه و دارای دستمزد در بین زنان می‌باشد. در واقع، ارزش‌های اجتماعی و فرهنگ نوین در گرایش زنان به کار بیرون از خانه نقشی اساسی ایفا می‌کند.

هدف این مطالعه، شناسایی وضعیت قالی‌بافی و نیز اثرات تغییر فرهنگ کار بر وضعیت قالی‌بافی در جامعه مورد مطالعه است. به طور مشخص، شناخت نقش عوامل تغییر نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی[4] در مورد کار و شغل در جامعه و به عبارت دیگر شناخت نقش گرایش به کار بیرون از خانه در وضعیت قالی‌بافی از اهداف اصلی این مقاله می‌باشد.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

مباحث نظری

الف) فرش و قالی‌بافی

امروزه فرش به عنوان پدیده فرهنگی در جامعه مورد مطالعه و توجه قرار گرفته است. اولاً؛ با توجه به اکتسابی بودن فرهنگ[5]، فرش‌بافی و فعالیت‌های مربوط به آن از اموری اکتسابی است که در محیط اجتماعی و فرهنگی زندگی ما رونق داشته و لازم است جهت انتقال آن، از جایگاه ارزش مادی و معنوی واقعی خود در جامعه برخوردار باشد. ثانیاً؛ فرش دستباف به عنوان یکی از نمادهای فرهنگی و اجتماعی دارای ماهیتی اجتماعی است و فرایند آن از تولید، بافت تا مصرف آن از تعامل اجزاء و عناصر در چارچوب یک نظام اجتماعی[6] و فرهنگی شکل می‌گیرد و هر یک از عناصر، اشخاص و گروه‌های دخیل در آن دارای انگیزه‌ها و اهداف گوناگونی هستند. فرش دستباف دارای قابلیت‌ها و کارکردهای وسیع فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. صاحب‌نظران صنعت فرش چند اصل اساسی را به عنوان خصوصیات اصلی فرش در نظر گرفته‌اند: (آذرپاد و حشمتی رضوی، ۱۳۷۲: ۳۰ و ۳۱

- فرشبافی از جمله صنایع کاربر و کارطلب و حتی ارزآور است که بیشترین رقم ارز آوری را در بین صادرات غیرنفتی کشور تشکیل می‌دهد.
- فرش‌بافی در شمار صنایع دستی است که موجب تبدیل موادخام یا نیمه ساخته به کالاهای گوناگون شده و ارزش افزوده بسیاری ایجاد می‌کند.
- فرش‌بافی بزرگترین سطح اشتغال را تشکیل داده و از این نظر، صنعتی مردمی است که با مشارکت مردم بنا گردیده است.
- پراکندگی وسیع فرشبافی در نقاط مختلف کشور اعم از شهری، روستایی و عشایری، این صنعت را به صورت بومی و محلی درآورده است.
- فرش‌بافی عامل برطرف‌کننده و یا تخفیف دهنده مسائلی چون مهاجرسازی، بیکاری، فقدان درآمد و رفع محرومیت از برخی مناطق است.

از بعدی دیگر، فرش دستباف به عنوان نماد هنر ایرانی جهت تأمین و ارضای نیازهای[7] زیستی مانند پوشش مناسب، محل سکونت، نیازهای ایمنی مانند مالکیت فرش، نیاز اجتماعی مانند تعلق به گروه خاص اجتماعی، احترام و منزلت خانوادگی و اجتماعی، نیاز خود شکوفایی مانند تبدیل شدن به کلکسیونر فرش و نیاز به زیبایی‌شناسی مانند تمایل به هنر و فرش‌هایی با طرح‌های اصیل و رنگ‌های گیاهی و مانند آن، نقش اساسی بر عهده داشته است.

در این پژوهش در بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر در وضعیت فرش، نقش نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی در جامعه نسبت به اشتغال و نیز فرهنگ گرایش به مشاغل اداری و کار بیرون از خانه و اثرات آن در وضعیت قالی‌بافی مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به اینکه «رفتار آدمی بر مبنای ادراک او از واقعیت است»(رضائیان، ۱۳۷۲: ۷۸)، نحوه تعریف و نگرش مردم و قالیبافان در مطالعه فرش مورد توجه می‌باشد.

ب) کار بیرون از خانه

قالی‌بافی و بافت فرش دستباف به عنوان یکی از

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

فعالیت‌ها و مشاغل خانگی محسوب می‌شود. از آنجا که مردان از گذشته اغلب در مشاغل مختلف بیرون از خانه فعالیت داشتند، بنابراین عمدتاً زنان بودند که در خانه به کار قالی‌بافی اشتغال داشتند. در این بخش، دیدگاه‌های مربوط به عوامل گرایش کار بیرون از خانه و عمدتاً تغییر گرایش زنان به فرهنگ کار بیرون از خانه مورد بحث قرار می‌گیرد.

در گذشته، ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی در اغلب جوامع انسانی، به نقش و جایگاه زنان در خانه و کار در خانه تأکید داشته و مردان مسئولیت امور اجتماعی و اقتصادی جامعه و معیشت خانواده را بر عهده داشته‌اند. در واقع، «خانه عالی‌ترین قلمرو زن شناخته می‌شد و خارج از آن به مرد تعلق داشت» (پاک‌نیا، ۱۳۸۳: ۴۳). در این ارتباط، گیدنز معتقد است «زنان به واسطه نقشی که به عنوان مادر و مراقبت‌کننده دارند، اساساً در فعالیت‌های خانگی جذب می‌شوند» (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۸۷). فیرستون[۸] (۱۹۷۱) معتقد است «در گذشته، بارداری پی در پی و پرستاری و مراقبت مداوم از کودکان موجب وابستگی زنان در تأمین معیشت به مردان شده است. زنان به سبب نقش مادری و مراقبت‌کننده و پرورش‌دهنده فرزندان اساساً در کار خانگی جذب می‌شوند. سیمون دوبووار[۹] معتقد است «زنان به سبب ضرورت نقش مادری و پرستاری کودکان از فعالیت‌های عمومی‌تری که مردان می‌توانند آزادانه به آنها بپردازند کنار گذاشته شده و در این فرایند حاشیه‌نشینی به عنوان جنس دوم در نظر گرفته می‌شوند» (دوبوار، ۱۹۷۲).

در زمینه تاریخچه کار خانگی باید گفت برای اکثریت عظیم جمعیت در جوامع ماقبل صنعتی (و بسیاری از مردم در جوامع جهان سوم امروز)، فعالیت‌های تولیدی و فعالیت‌های خانگی از یکدیگر جدا نبودند و تولید یا در خانه و یا در نزدیکی آن انجام می‌شد. «در اروپای سده‌های میانه همه اعضای خانواده یا در کار بر روی زمین و یا در صنایع دستی مشارکت داشتند. در شهرها، کارگاهها معمولاً در خانه بودند و اعضای خانواده به جنبه‌های مختلف فرایند کمک می‌کردند. برای مثال در صنعت بافندگی، کودکان کار شانه‌زنی و دفته‌زنی را انجام می‌دادند. دختران بزرگتر و مادران کار نخ ریستن را و پدران کار بافتن را انجام می‌دادند» (گیدنز[۱۰]، ۱۳۸۵: ۱۸۸). لذا، بخش وسیعی از فعالیت‌های افراد در قالب تولید خانگی شکل می‌گرفت. تولید خانگی عبارت از «فعالیت‌های پرداخت نشده‌ای که توسط فرد و برای اعضای خانواده انجام می‌گیرد» (جزنی، ۱۳۸۳: ۲۰). در شرایط فعلی «این تولید معمولاً کار واقعی به حساب نمی‌آید، چون در خارج از بازار داد و ستد تجاری قرار می‌گیرند» (غفاری، ۱۳۸۱: ۱۱۵).

امروزه کار و خانواده، هر دو از تغییرات اجتماعی بنیادینی که فرایند توسعه‌ی اجتماعی و گذر از جامعه‌ی قدیم به جامعه‌ی نو فراهم آورده است، به شدت تأثیر پذیرفته‌اند. «مهم‌ترین تحول در نهاد کار به صورت عمومی شدن کار آزاد و عقلانی، انضباط و مدیریت حاکم بر محیط کار، غیرشخصی شدن کار و نظام تولید کارخانه‌ای و سازمان یافته تجلی یافته» (توسلی، ۱۳۷۵) و «تحول عمده در نهاد خانواده با کوچک شدن آن و انتقال کارکردهایش به سایر نهادهای اجتماعی ظاهر شده

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

است» (کار، ۱۳۷۶: ۸۸-۸۷). اما مهمترین دگرگونی‌ها، «جدایی این دو نهاد از یکدیگر و به تعبیری، انتقال تولید از خانه به کارخانه و تبدیل خانواده از یک نهاد تولیدی به یک نهاد مصرفی است»(دارندورف، ۱۳۷۷: ۱۶). یکی از پیامدهای چنین تحولی «جدّی شدن زمینه‌ی رسیدگی به وظایف ناشی از نقش‌های خانوادگی همراه با ایفای تعهدات شغلی برای فرد است» (اعزازی، ۱۳۷۶: ۱۴۷).

تبدیل اشتغال درآمدزا در نظام تولید کارخانه‌ای به یک ارزش اجتماعی و کم اهمیت تلقی کردن فعالیت‌های مربوط به انجام وظایف خانوادگی و کار در خانه، تا بدانجا پیش رفت که «اهمیت و اولویت نقش‌های خانگی در جامعه‌ی قدیمی جای خود را به برتری نقش‌های حرفه‌ای در جامعه جدید سپرد و این امر سبب شد که نقش‌های خانوادگی جایگاه خود را به نفع نقش‌های شغلی در تعیین هویت فردی و موقعیت اجتماعی شخص از دست بدهند» (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۷۶). چنین تحولاتی در پایگاه ساختاری نقش‌های شغلی و خانوادگی در جامعه‌ی نو در کنار تغییرات ناشی از نوسازی اقتصادی- اجتماعی در سایر نهادهای اجتماعی نظیر آموزش و پرورش، ارتباطات جمعی، شهرنشینی، قوانین کار و خانواده «باعث شد تا زمینه‌ی مساعدی برای مشارکت مستقل زنان در فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی جامعه و به ویژه اشتغال درآمدزا در خارج از خانه فراهم گردد» (رستگارخالد، ۱۳۸۳: ۵۶ و ۵۷).

با جدایی کارگاه از خانه در اثر توسعه صنایع امروزی، وضعیت مشاغل تا اندازه زیادی تغییر کرد. انتقال تولید به کارخانه‌های ماشینی شده احتمالاً مهمترین عاملی است که به این امر کمک کرده است. کار با سرعت ماشین توسط افرادی که مخصوصاً برای وظایف موردنظر استخدام می‌گردیدند، انجام می‌شد.

از دیدگاه اوکلی[۱۱] «کار خانگی به صورت کنونی آن با جدایی خانه و کارگاه به وجود آمد (اوکلی، ۱۹۷۴). در این روند، خانه به جای اینکه جایگاه تولید کالاها باشد جایگاهی برای مصرف شد. به تدریج که کار واقعی بیش از پیش به عنوان کاری که فرد به طور مستقیم مزد دریافت می‌کند تعریف گردید، کار خانگی نامرئی شد. یک مسئله بسیار مرتبط، و مسئله‌ای که فمنیست‌ها متوجه‌اش بوده‌اند مربوط به کار بدون دستمزد در خانه می‌شود. «بسیاری از فمنیست‌ها کار رایگان و بدون مزد را محصول نظام تولید مردسالاری و سرمایه‌داری می‌دانند که از طریق یک تقسیم جنسی کار مردان را در اختیار دار زنان می‌کند» (فریدمن، ۱۳۸۱: ۸۳). جسی یکی دانستن سپهر زنان با زندگی خانوادگی و خانه‌داری، دنیای آن را تنگ و محدود ساخته و آنان را ضعیف و ناتوان جلوه می‌دهد. این طرز تلقی، به قول توکویل دنیای زنان را به سان فضای محصور و محدود راهبان می‌نمود. (برنارد، ۱۳۸۴: ۹۳ و ۹۴).

امروزه زنان گرایش بسیار زیادی به اشتغال بیرون از خانه دارند. البته، لازم به ذکر است که «کار زنان را نباید با اشتغال زنان یکسان دانست. در واقع، کار زن در تمامی تاریخ وجود داشته است، در حالی که اشتغال زن پدیده‌ای جدید است. «کار زن دستمزد مشخصی ندارد، در حالی‌که اشتغال زنان با انتظام زمانی و دستمزد مشخصی همراه است» (ساروخانی، ۱۳۷۴: ۱۷۴).

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

در چند دهه اخیر آموزش زنان فرصت‌های شغلی بیرون از خانه و با درآمد بیشتر را برای زنان فراهم آورده است. این امر «انگیزه‌ای برای حضور زنان آموزش دیده در بازار کار است. آموزش، انتظار زنان از خود و ارزش وقت آنان را افزایش می‌دهد و آنان را وارد عرصه فعالیت اقتصادی می‌کند»(علمی، ۱۳۸۳: ۲۶).

در زمینه اشتغال زنان دیدگاه‌های متفاوتی از سوی صاحبنظران ارایه گردیده است. در چارچوب نظریه تفکیک نقش‌های زن و مرد، پارسونز[۱۲] «با این تصور که اشتغا زن نظام خانواده را در معرض خطر قرار می‌دهد اشتغال زنان را مورد نکوهش قرار می‌دهد.» (میشل، ۱۳۵۴). برخی از صاحبنظران به تضاد و تعارض نقش‌های خانوادگی و شغلی زنان تأکید نموده و معتقدند تجمع این نقش‌ها «ممکن است به تضاد نقش‌ها یا فشار بار اضافی منجر شود و سلامت زنان را در مخاطره جدی قرار دهد»(هیبارد و پوپ، ۱۹۹۱).

علیرغم مخاطرات خانوادگی و اجتماعی اشتغال زنان در بیرون از خانه، بسیاری از صاحبنظران به نتایج مثبت اشتغال زنان در جامعه تأکید ورزیده‌اند «در زمره پیامدهای مثبت و امتیازات نقش شغلی برای زنان می‌توان از عزت نفس بالاتر زنان شاغل، برخورداری پیوسته آنها از حمایت‌های اجتماعی، احساس و تجربه مثبت ناشی از تحقق قابلیت‌ها و استعدادهای فردی، کسب درآمد و ارتقای مالی و کسب پاداش‌های عاطفی و روانی حاصل از گسترش دامنه فعالیت‌های اجتماعی و مشارکت بیشتر در صحنه اجتماعی نام برد»(احمدنیا، ۱۳۸۳: ۳۵۶).

شرمن وود[۱۳]، «مهم‌ترین معرف پایگاه زن در هر مکانی را میزان مشارکت او در زندگی اقتصادی و کنترل او بر دارایی و محصولاتی که تولید می‌کند» (۱۳۶۸: ۱۴۱) بیان نموده است. بر این مبنا، آبوت و والاس معتقدند «برای بسیاری از زنانی که در بیرون از خانه به کارهای فردی اشتغال دارند فرضیه «جای زن در خانه است»بسیار دور از واقعیت جلوه می‌کند» (آبوت و والاس، ۱۳۸۵: ۱۷۳).

در زمینه حضور زنان در بازار کار، آمار منتشر شده نشان دهنده‌ی آن است که زنان تنها در یک کشور، ۵۰ درصد بازار کار را دارا هستند و در ۲۳ کشور دیگر، بین ۴۵ تا ۴۹ درصد را تشکیل می‌دهند. در ایران «اشتغال زنان شهری بیشتر از نوع اشتغال مزد و حقوق بگیری است که قسمت اعظم آن در بخش عمومی تکوین یافته است»(کار، ۱۳۸۱: ۵۵۸).

روش تحقیق

این تحقیق از نوع پژوهش پیمایشی[۱۴] بوده و برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از تکنیک پرسشنامه توأم با مصاحبه استفاده شده است. با توجه به متغیرها و شاخص‌های تحقیق، پرسش‌نامه تحقیق تدوین و از طریق مراجعه حضوری به افراد نمونه، پرسش‌نامه‌ها تکمیل و داده‌های تحقیق جمع‌آوری شده‌اند. با استفاده از کدبوک، پاسخ‌های پرسشنامه کدگذاری و پس از ورود داده‌ها به کامپیوتر با بهره‌گیری از برنامه SPSS فعالیت‌های آماری مربوط صورت گرفته است.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری[۱۵] و حجم نمونه

منطقه قالی‌بافی کاشان در منابع، شامل موارد ذیل ذکر

گلجام
فصلنامه
علمی پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره شش و هفت
بهار و تابستان ۱۳۸۶

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

شده است: «به طورکلی شهرها، شهرک‌ها و روستاهای منطقه جغرافیایی فرش‌بافی کاشان عبارت از: کاشان، آران و بیدگل، نطنز، بادرود، جوشقان کامو، جوشقان استرک، قمصر، نیاسر، برزک و سده، ابوزید آباد، نوش آباد...» (عدالتی، ۱۳۷۸: ۳۸). جامعه آماری در این مطالعه کلیه خانوارهای منطقه کاشان شامل شهر کاشان، شهر آران و بیدگل، مناطق قمصر، نیاسر، بادرود، ابوزیدآباد، نوش‌آباد، استرک، جوشقان و روستاهای مناطق مربوطه که در مجموع در حوزه اجتماعی و فرهنگی کاشان قرار دارند، می‌باشند.

روش نمونه‌گیری در این تحقیق با استفاده از روش سهمیه‌ای تصادفی صورت گرفته و با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران برای مناطق مختلف جامعه آماری در مجموع، تعداد ۹۲۶ نفر از مناطق مختلف کاشان انتخاب و به عنوان نمونه تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش در سه بخش ویژگی‌های فردی پاسخ‌گویان، وضعیت قالی‌بافی به عنوان متغیر وابسته تحقیق و اثرات تغییر ارزش‌های اشتغال و گرایش به کار بیرون از خانه در وضعیت قالی‌بافی ارایه گردیده‌اند.

الف) مشخصات فردی پاسخ‌گویان:

از مجموع ۹۲۱ نفر به عنوان پاسخ‌گویان تحقیق، ۷۸/۹ درصد مؤنث و ۲۰/۱ درصد مذکر می‌باشند. از نظر گروه سنی پاسخ‌گویان، ۲۳/۸ درصد کمتر از ۲۰ سال، ۴۷/۲ درصد در گروه سنی ۳۵ـ۲۰ سال، ۲۰/۵ درصد در گروه سنی ۴۹ـ۳۶ سال و ۸/۳ درصد ۵۰ سال به بالا داشته‌اند. ۳۶/۸ درصد پاسخ‌گویان مجرد و ۶۱/۸ درصد متأهل می‌باشند. از نظر سطح تحصیلات: ۲۷ درصد بیسواد و ابتدایی، ۴۰/۵ درصد سیکل و دیپلم و ۲۲/۵ درصد بالاتر از دیپلم می‌باشند. همچنین ۳۳/۶ درصد پاسخ‌گویان از شهرستان کاشان، ۳۰/۱ درصد از شهرستان آران و بیدگل و ۶۶/۳ درصد از شهرها و روستاهای مجاور منطقه کاشان می‌باشند.

ب) وضعیت قالی‌بافی

وضعیت قالی‌بافی در جامعه با استفاده از دو شاخص عینی و ذهنی مورد مطالعه قرار گرفته است. سابقه قالی‌بافی در خانواده و میزان مهارت قالی‌بافی افراد به عنوان شاخص‌های عینی و میزان علاقه به قالی‌بافی و ارزیابی آنان از میزان رونق قالی‌بافی در جامعه به عنوان شاخص‌های ذهنی وضعیت قالی‌بافی بررسی شده‌اند.

سابقه قالی‌بافی خانواده	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی
قبلاً وجود نداشته و فعلاً وجود ندارد	۱۱۷	۱۲/۷	۱۲/۷
قبلاً وجود داشته و فعلاً وجود ندارد	۳۵۸	۳۸/۷	۵۱/۵
قبلاً وجود داشته و تا حدی ادامه دارد	۱۶۰	۱۷/۳	۶۸/۸
قبلاً وجود داشته و فعلاً نیز وجود دارد	۲۹۱	۳۱/۴	۱۰۰
جمع	۹۲۶	۱۰۰	-

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی و درصدی سابقه قالی‌بافی در خانواده پاسخگویان

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

جدول فوق نشان می‌دهد ۳۸/۸ درصد خانواده‌هایی که قبلاً به قالی‌بافی اشتغال داشته‌اند در شرایط فعلی قالی‌بافی را ترک نموده و در عین ۸/۴ درصد خانواده‌هایی که قبلاً به قالی‌بافی اشتغال داشته‌اند تا حدی قالی‌بافی وجود دارد. همچنین در ۳۱/۴ درصد خانواده‌ها قبلاً قالیبافی وجود داشته و فعلاً نیز به قالیبافی می‌پردازند.

میزان مهارت	فراوانی	درصد
بسیار کم	۲۱۵	۲۳/۲
کم	۳۷۸	۴۱
متوسط	۱۷۳	۱۹/۳
زیاد	۶۵	۷/۱
بسیار زیاد	۸۶	۹/۳
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی و درصدی میزان آشنایی و مهارت پاسخ‌گویان با بافت‌قالی

جدول فوق نشان می‌دهد ۶۴/۲ درصد پاسخ‌گویان مهارت خاصی در قالیبافی نداشته و یا میزان مهارت آنان کم و بسیار کم می‌باشد. ۱۹/۳ درصد متوسط و تنها ۱۶/۴ درصد در حد زیاد و یا بسیار زیاد می‌باشد.

میزان علاقه	فراوانی	درصد
بسیار زیاد	۲۲۹	۲۴/۷
زیاد	۲۳۹	۲۵/۸
متوسط	۲۴۲	۲۶/۲
کم	۱۳۶	۱۴/۷
بسیار کم	۷۵	۸/۱
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی و درصدی میزان علاقه پاسخ‌گویان به قالی‌بافی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

جدول فوق بیانگر این امر است که ۵۰/۵ درصد پاسخ‌گویان به قالی‌بافی علاقمند بوده‌اند. ۲۶/۲ درصد بی‌نظر و ۲۲/۸ درصد به قالی‌بافی علاقمند نبوده‌اند.

موارد	فراوانی	درصد
رونق دارد	۴۰۹	۴۴/۵
تا حدی رونق دارد	۱۴۰	۱۵/۱
بی‌نظر	۱۱۰	۱۲
رکود پیدا کرده است	۱۶۱	۱۷/۵
بسیار وخیم است	۱۰۲	۱۱
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزیابی پاسخ‌گویان از وضعیت رونق فرش دستباف

جدول فوق نشان می‌دهد، ۴۴/۵ درصد پاسخ‌گویان فرش کاشان را دارای رونق، ۱۵/۱ درصد تا حدی رونق و ۲۸/۵ درصد در وضعیت رکود ارزیابی نموده‌اند.

مقایسه داده‌های مربوط به شاخص‌های عینی و ذهنی مربوط به وضعیت قالی‌بافی بیانگر این امر است که در جامعه مورد مطالعه میزان علاقه به قالی‌بافی در حد نسبتاً بالایی قرار دارد، لیکن در بعد عینی و واقعیت آن در جامعه، امکان قالی‌بافی با مشکلاتی مواجه و در وضعیت نامساعدی می‌باشد.

با توجه به داده‌های مربوط به اندازه‌گیری شاخص‌های عینی و ذهنی وضعیت قالی‌بافی، مجموع نمره‌های طیف برابر ۱۹ و دامنه تغییر آن در جامعه مورد مطالعه ۱۴ می‌باشد. پس از تقسیم مجموع نمره‌های طیف به تعداد گویه‌ها و تقسیم آن به سه مقوله با فواصل برابر، داده‌های جدول توزیع زیر حاصل گردیده است.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

وضعیت قالی‌بافی	فراوانی	درصد
رکود شدید	۱۰۹	۱۱/۸
تا حدی رکود	۴۹۲	۵۳/۱
رونق	۳۲۵	۳۵/۱
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی و درصدی وضعیت قالی‌بافی در جامعه مورد مطالعه

یافته‌های تحقیق در جدول بیانگر این امر است که رونق قالیبافی در منطقه مورد مطالعه به میزان ۳۵/۱ درصد، ۵۳/۱ درصد، تا حدی رکود و به میزان ۱۱/۸ درصد رکود شدید داشته است.

ج) گرایش به فرهنگ اشتغال و کار بیرون از خانه و نقش آن در وضعیت قالی‌بافی

نقش فرهنگ و گرایش مردم به کار بیرون از خانه و گرایش افراد به مشاغل اداری و فرهنگی در وضعیت قالیبافی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. در این مورد میزان گرایش پاسخ‌گویان به کار بیرون از خانه و ترجیح دادن کار بیرون از خانه به قالیبافی، میزان گرایش آنان به کار و مشاغل اداری و فرهنگی و ترجیح دادن آن به قالیبافی، میزان رغبت و گرایش آنان به قالی‌بافی با وجود مشاغل اداری و ارزش قالی‌بافی با وجود زیاد بودن مشاغل در جامعه مورد بررسی قرار گرفته است همچنین ارزیابی پاسخ‌گویان در مورد سپری شدن دوره در خانه ماندن و قالی بافتن، میزان وجود فرهنگ در خانه ماندن و قالی‌بافی و میزان رغبت مردم به قالی‌بافی با وجود مشاغل بیرون خانه مطالعه و داده‌های مربوطه ارایه گردیده است.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۳۱۶	۳۴/۱
موافق	۲۳۶	۲۵/۵
بی‌نظر	۱۵۶	۱۶/۸
مخالف	۱۴۴	۱۵/۶
کاملاً مخالف	۶۹	۷/۵
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره۶: توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌گویان بر مبنای ارزیابی آنان در مورد «کار بیرون ز خانه را به قالی‌بافی ترجیح می‌دهم»

جدول فوق میزان ترجیح گرایش کار بیرون از خانه به قالی‌بافی نزد پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. همانگونه که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند از مجموع ۹۲۱ پاسخ‌گو اکثریت آنان یعنی ۵۵۲ نفر (۵۹/۶ درصد) در حد زیاد و یا بسیار زیاد کار بیرون از خانه را به قالی‌بافی ترجیح می‌دهند. ۱۶/۸ درصد در این مورد بی‌نظر و ۲۱۰ نفر (۲۳/۱ درصد) با این نظر در حد زیاد و بسیار زیاد نظر مخالف داشته‌اند.

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۳۴۲	۳۶/۹
موافق	۲۴۵	۲۶/۵
تا حدودی	۱۵۸	۱۷
مخالف	۱۱۵	۱۲/۸
کاملاً مخالف	۶۱	۶/۶
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۷: توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌گویان بر مبنای ارزیابی آنان در مورد «کار اداری و فرهنگی را به قالی‌بافی ترجیح می‌دهم»

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

همانطور که یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهند اکثریت پاسخ‌گویان یعنی ۵۸۷ نفر (۶۳/۴ درصد) با این بیان که کار اداری و فرهنگی و یا کار بیرون از خانه را به قالیبافی ترجیح می‌دهم نظر موافق و یا کاملاً موافق داشته‌اند. ۱۷ درصد بی‌نظیر و ۱۷۶ نفر (۱۹/۴ درصد) در این مورد نظر مخالف و یا کاملاً مخالف ابراز داشته‌اند.

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۲۷۱	۲۹/۳
موافق	۲۷۴	۲۹/۶
تا حدودی	۲۶۱	۲۸
مخالف	۸۶	۱۵/۶
کاملاً مخالف	۲۹	۹/۳
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۸: توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌گویان بر مبنای ارزیابی آنان در مورد «دوره فرهنگ در خانه ماندن و قالی بافتن سپری شده است»

جدول فوق نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌گویان یعنی ۵۹ درصد آنان در حد زیاد و بسیار زیاد معتقدند امروزه فرهنگ در خانه ماندن و قالی‌بافی از بین رفته است. ۲۷/۴ درصد در این مورد نظر خاصی نداشته و ۱۲/۴ درصد با این نظر در حد زیاد و بسیار زیاد مخالف می‌باشند.

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۱۶۰	۱۷/۳
موافق	۲۲۰	۲۳/۸
تا حدودی	۳۰۲	۳۲/۷
مخالف	۱۹۷	۲۱/۲
کاملاً مخالف	۴۳	۴/۶
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۹: توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌گویان بر مبنای ارزیابی آنان در مورد «آنقدر شغل زیاد شده که دیگر به قالی‌بافی نمی‌رسد»

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

جدول فوق نشان می‌دهد ۴۱/۱ درصد پاسخ‌گویان در حد زیاد و بسیار زیاد با این نظر که آنقدر شغل زیاد شده که دیگر به قالی‌بافی نمی‌رسد، موافق بوده‌اند. ۳۲/۷ درصد در این مورد بی‌نظر و ۲۵/۹ درصد در این مورد نظر مخالف و یا کاملاً مخالف ابراز داشته‌اند.

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۲۰۵	۲۲/۱
موافق	۲۳۱	۲۴/۹
تا حدودی	۲۵۹	۲۸
مخالف	۱۸۲	۱۹/۷
کاملاً مخالف	۳۳	۱/۱
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌گویان بر مبنای ارزیابی آنان در مورد دوره کار اقتصادی در خانه تمام شده است»

جدول فوق نشان می‌دهد ۴۷ درصد افراد مورد بررسی با این بیان که دوره کار در خانه و قالی بافتن تمام شده است در حد زیاد و بسیار زیاد موافق می‌باشند، ۲۸ درصد پاسخ‌گویان در این موردنظر خاصی نداشته و ۲۳/۳ درصد با این بیان مخالف و یا کاملاً مخالف می‌باشند.

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۲۷۸	۳۰
موافق	۳۰۵	۳۳
تا حدودی	۱۹۲	۲۰/۸
مخالف	۱۱۸	۱۲/۸
کاملاً مخالف	۲۹	۳/۱
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۱۱: ارزیابی پاسخ‌گویان در مورد «امروزه آنقدر شغل زیاد شده که کسی رغبتی به قالی‌بافی ندارد»

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌گویان یعنی ۶۳ درصد در حد زیاد با این نظر که امروزه آنقدر شغل زیاد شده که کسی رغبتی به قالی‌بافی ندارد، نظر موافق داشته‌اند. ۲۰/۸ درصد آنان در این مورد نظر خاصی ابراز داشته و ۱۵/۹ درصد آنان با این بیان نظر مخالف و یا کاملاً مخالف داشته‌اند.

موارد	فراوانی	درصد
کاملاً موافق	۲۴۱	۲۶/۱
موافق	۲۸۵	۳۰/۹
تا حدودی	۲۵۸	۲۸
مخالف	۱۰۵	۱۱/۴
کاملاً مخالف	۳۲	۳/۴
جمع	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۱۲: توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌گویان بر مبنای ارزیابی آنان در مورد «با وجود مشاغل اداری به قالی‌بافی رغبتی ندارم»

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهند ۵۷ درصد پاسخ‌گویان با این بیان که با وجود مشاغل اداری به قالیبافی تمایلی ندارم نظر موافق و کاملاً موافق ابراز داشته‌اند. ۲۸ درصد آنان در این مورد بی‌نظر و حدود ۱۵ درصد با این بیان مخالف و یا کاملاً مخالف بوده‌اند.

با توجه به جداول فوق، گرایش به کار بیرون از خانه و نقش آن در قالیبافی با استفاده از هفت گویه در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است. خلاصه نظرات و ارزیابی پاسخگویان از گویه‌های مربوط به گرایش کار بیرون از خانه و میزان رغبت به قالیبافی با وجود مشاغل بیرون از خانه در جدول زیر ارایه گردیده است.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

ردیف	گویه‌ها	موافق		تا حدودی		مخالف		جمع	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱	امروزه فرهنگ در خانه ماندن و قالی‌بافتن از بین رفته است	۵۴۵	۵۸/۹	۲۵۴	۲۷/۴	۱۱۵	۱۲/۴	۹۲۱	۱۰۰
۲	کار بیرون از خانه را به قالی‌بافی ترجیح می‌دهم	۵۵۲	۵۹/۶	۱۵۲	۱۶/۴	۲۱۳	۲۳/۱	۹۲۱	۱۰۰
۳	دوره در خانه نشستن و قالی بافتن سپری شده است	۴۲۶	۴۷	۲۵۹	۲۸	۲۱۵	۲۳/۳	۹۲۱	۱۰۰
۴	کار اداری و فرهنگی و کار بیرون از خانه را به قالی‌بافی ترجیح می‌دهم	۵۸۷	۶۳/۴	۱۵۶	۱۶/۸	۱۷۶	۱۹/۴	۹۲۱	۱۰۰
۵	امروزه آنقدر شغل زیاد شده که کسی رغبتی به قالی‌بافی ندارد	۵۸۱	۶۳	۱۹۰	۲۰/۸	۱۴۵	۱۵/۹	۹۲۱	۱۰۰
۶	با وجود مشاغل اداری به قالیبافی رغبتی ندارم	۵۲۶	۵۷	۲۵۸	۲۸	۱۳۷	۱۴/۸	۹۲۱	۱۰۰
۷	آنقدر شغل زیاد شده که دیگر به قالی‌بافی نمی‌رسد	۳۸۰	۴۱/۱	۳۰۲	۳۲/۷	۲۴۰	۲۵/۹	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۱۳: توزیع فراوانی مطلق و درصدی پاسخ‌های افراد به گویه‌های نگرش نسبت به فرهنگ کار بیرون از خانه و ترجیح آن به قالی‌بافی

مجموع نمره‌های این طیف برابر با ۳۵ و دامنه تغییر آن در جامعه مورد مطالعه ۱۸ می‌باشد، پس از تقسیم مجموع نمره‌های طیف به تعداد گویه‌ها و تقسیم آن به سه مقوله با فواصل برابر، داده‌های جدول توزیع فراوانی زیر به دست آمده است.

موارد	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی
کم	۴۹	۴/۳	۵/۳
متوسط	۴۴۸	۴۸/۴	۵۳/۷
زیاد	۴۲۹	۴۶/۳	۱۰۰
جمع	۹۲۶	۱۰۰	-

جدول شماره ۱۴: جدول توزیع فراوانی و درصد میزان گرایش به کار بیرون از خانه و ترجیح مشاغل اداری و کار بیرون از خانه به قالی‌بافی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

داده‌های جدول فوق بیانگر گرایش بالای افراد جامعه به مشاغل اداری و فرهنگی و ترجیح فعالیت‌های بیرون از خانه به قالی‌بافی در بین پاسخ‌گویان می‌باشد. برای مطالعه تأثیر میزان گرایش به کار بیرون از خانه و مشاغل اداری بر قالی‌بافی از آزمون کالموگرف- اسمیرنف استفاده شده است. همچنانکه نتایج آزمون نشان می‌دهند با توجه به بزرگتر بودن DOP از DCr، تفاوت فراوانی‌ها در سطح معنی‌دار ۹۹ درصد تأیید می‌شود. بنابراین یافته‌های فوق حاکی از این امر است که فرهنگ کار بیرون از خانه و گرایش به مشاغل اداری و فرهنگی در جامعه در کاهش رغبت به قالی‌بافی و رکود وضعیت قالی‌بافی مؤثر بوده است.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این تحقیق، تغییر ارزش‌های فرهنگی جامعه نسبت به کار و گرایش به مشاغل اداری و فرهنگی و نیز گرایش به فرهنگ کار بیرون از خانه و اثرات آن بر وضعیت قالی‌بافی در جامعه مورد مطالعه را نشان می‌دهد. یافته‌های جدول زیر رابطه بین تغییر فرهنگ کار و گرایش به کار بیرون از خانه با وضعیت قالی‌بافی را نشان می‌دهد.

یافته‌های تحقیق در جدول فوق نشان می‌دهند در بین افرادی که گرایش به مشاغل بیرون از خانه در پایین‌ترین سطح قرار داشته‌اند، قالیبافی در بین آنان تا حد زیادی رونق داشته و به ۵۲/۱ درصد می‌رسد، در حالی‌که میزان رکود قالیبافی در بین این گروه در کمترین میزان خود یعنی ۸/۳ درصد می‌باشد. مقایسه میزان رونق قالیبافی در بین افراد با گرایش‌های مختلف نسبت به کار بیرون از خانه بیانگر این امر است که هرچه گرایش افراد به کارهای بیرون از خانه بیشتر شده است، متقابلاً میزان رونق قالیبافی کاهش یافته است. به گونه‌ای که میزان رونق قالیبافی در بین افراد با گرایش به کار بیرون از خانه در حد کم ۵۲/۱ درصد، در بین افراد با گرایش به کار بیرون از خانه در حد متوسط ۳۶/۸ درصد و در بین افراد با گرایش زیاد به کار بیرون از خانه به۳۱/۲ درصد کاهش یافته است. مقایسه وضعیت رکود قالیبافی در بین افراد با میزان‌های مختلف گرایش به کار بیرون از خانه نشان می‌دهد هر چه بر میزان گرایش به مشاغل بیرون از خانه

وضعیت قالی‌بافی / گرایش به مشاغل بیرون	رکود		تا حدی رکود		رونق		جمع	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
کم	۴	۸/۳	۱۹	۳۹/۶	۲۵	۵۲/۱	۴۹	۱۰۰
متوسط	۵۰	۱۱/۲	۲۳۳	۵۲	۱۶۵	۳۶/۸	۴۴۸	۱۰۰
زیاد	۵۵	۱۲/۸	۲۴۰	۵۵/۹	۱۳۴	۳۱/۲	۴۲۹	۱۰۰
جمع	۱۰۹	-	۴۹۲	-	۳۲۵	-	۹۲۱	۱۰۰

جدول شماره ۱۵: رابطه گرایش به کار بیرون از خانه و وضعیت قالی‌بافی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

در بین افراد افزوده شده است، متقابلاً میزان رکود قالیبافی در بین آنان افزایش یافته است.

با توجه به یافته‌های تحقیق، وجود ارتباط بین تغییر نگرش نسبت به کار و گرایش افراد به کار بیرون از خانه و وضعیت قالیبافی در جامعه مورد مطالعه مشاهده می‌شود. فعالیت‌های آماری مربوطه، ضریب همبستگی پیرسون ۰/۲۸۷= r مؤید قابل قبول بودن رابطه دو متغیر از نظر آماری در سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌باشد. نوع رابطه دو متغیر منفی است و بیانگر رابطه معکوس بین دو متغیر است، به گونه‌ای که هر چه بر میزان گرایش به کار بیرون از خانه افزوده می‌شود شاهد کاهش رونق قالیبافی در خانواده می‌باشیم.

همانگونه که در مباحث نظری بحث گردیده است در گذشته «کارگاه‌ها معمولاً در خانه بودند و اعضای خانواده بر جنبه‌های مختلف فرایند کار کمک می‌کردند» (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۸۸). این فعالیت‌ها که تحت عنوان تولید خانگی نامیده می‌شدند عبارت از «فعالیت‌های پرداخت نشده‌ای که توسط فرد و برای اعضای خانواده انجام می‌گیرد»بودند (جزنی، ۱۳۸۳: ۲۰). اما با تحولات عمده‌ای که در نهاد کار و جدایی کارگاه از خانه در اثر توسعه صنایع امروزی پیش آمد، نهاد خانواده کارکرد تولیدی خود را تا حد زیادی از دست داده و به نهاد مصرفی تبدیل گردید. تبدیل اشتغال درآمدزا در نظام تولید کارخانه‌ای و کار بیرون از خانه به ارزش اجتماعی تبدیل گردیده و فعالیت‌های خانگی کم‌اهمیت تلقی گردید و به تدریج «نقش‌های خانوادگی جایگاه خود را به نفع نقش‌های شغلی در تعیین هویت فردی و موقعیت اجتماعی شخص از دست رفت»(چلبی، ۱۳۷۵: ۲۷۶).

در این ارتباط، با افزایش تعداد و نیز اعتبار اجتماعی و اقتصادی کارهای اداری و فرهنگی و مشاغل بیرون از خانه، افزایش سطح تحصیلات و تخصص و عواملی مانند آنها، شامل روند افزایش گرایش به مشاغل بیرون از خانه هستیم. متقابلاً وضعیت قالیبافی به صورت سنتی و کار در خانه باقی مانده و با توجه به مشکلات بسیاری که در ارتباط با کار قالیبافی وجود دارد (مانند سختی کار، عدم وجود حقوق مشخص و ماهیانه، گران شدن قیمت مواد)، به تدریج افراد شغل قالیبافی را رها نموده و در مشاغل اداری و فرهنگی و سایر مشاغل در جامعه جذب شدند.

یادداشت‌ها:

1- Carpet weaving
2- Carpet
3- Kashan
4- Social and cultural factors
5- culture
6- Social system
7- needs
8- Firestone
9- beauvoir,de
10- Giddense
11- Okley
12- Parsons, T
13- Wood, S
14- Survey study
15 -sampling

منابع:

- آبوت، پاملا و والاس، کلر (۱۳۸۵)، **جامعه‌شناسی زنان**، ترجمه منیژه نجم عراقی، نشر نی، چاپ چهارم، تهران
- آذرپاد، حسن و حشمتی رضوی، فضل‌اللّه (۱۳۷۲)، **فرش‌نامه ایران**، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی،تهران.
- احزازی، شهلا (۱۳۸۵)، **موقعیت زنان در بازار کار**، انتشارات

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]

روشنگران و مطالعات زنان، چاپ اول
- باستانی،سوسن (۱۳۸۳)، توسعه، برابری، جنسیت: جایگاه زن ایرانی در بین کشورهای جهان، **مطالعات زنان**، شماره ۴، انتشارات دانشگاه الزهرا
- برنارد، جسی (۱۳۸۳)، دنیای زنان، ترجمه شهرزاد ذوفن، نشر اختران، چاپ اول، تهران
- جزنی، نسرین (۱۳۸۱)، **ارزش کار خانگی زن**، انتشارات سوره مهر، چاپ اول
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، **جامعه‌شناسی نظم**، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، نشر نی، تهران، چاپ اول
- دستگار خالد (۱۳۸۳)، رابطه کار- خانواده: تفاوت‌های جنسیتی در برخورداری از حمایت اجتماعی، **پژوهش زنان**، شماره ۲۷، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات زنان، دانشگاه تهران
- رضائیان، علی (۱۳۷۲)، **مدیریت رفتار سازمانی**، انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، جلد اول، تهران
- عدالتی، حسین (۱۳۷۸)، شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بازاریابی بر فروش فرش دستباف کاشان در بازار مسقف سنتی کاشان، **پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
- عمید، حسن (۱۳۶۲)، **فرهنگ عمید**، نشر امیرکبیر، تهران
- غفاری، غلامرضا (۱۳۸۱)، زنان و توسعه اجتماعی، **فصلنامه فرهنگی ریحانه**، انتشارات مرکز امور مشارکت زنان، شماره ۱
- فریدمن، جین (۱۳۸۱)، فمنیسم، ترجمه فیروزه مهاجر،نشر آشتیان، چاپ اول، تهران
- کار، مهرانگیز(۱۳۸۱)، پژوهشی **درباره خشونت علیه زنان در ایران**، انتشارات روشنگران، مطالعات زنان
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، انتشارات مهاجر، تهران
- علمی، زهرا (۱۳۸۳)، سیاست‌های اقتصادی کلان و بازار کار زنان در ایران، **پژوهش زنان**،انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات زنان دانشگاه تهران، شماره ۲.
- ساروخانی، باقر(۱۳۷۰)، مقدمه‌ای بر **جامعه‌شناسی خانواده**، انتشارات علمی، تهران، چاپ اول
- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۳)، بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی مؤثر بر مشارکت محدود زنان، **مسایل اجتماعی ایران**، نشر آگه، تهران چاپ اول.
- پاک‌نیا، محمود (۱۳۸۳)، فمینیسم و سیاست، **فصلنامه زنان**، پژوهشکده زنان دانشگاه الزهرا، سال دوم، شماره ۴.
- وود، شرمن (۱۳۶۸)، **دیدگاه‌های نوین در جامعه‌شناسی**، ترجمه مصطفی از کیا، انتشارات کیهان، تهران.
- ساروخانی، باقر و مریم رفعت‌پناه (۱۳۸۳)، نگاه سنتی به زن،فصلنامه **پژوهش زنان**، دوره۲، شماره ۱، انتشارات بهار.
- احزازی، شهلا (۱۳۸۵)، **موقعیت زنان در بازار کار**، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان، چاپ اول، تهران.
- میشل، آندره (۱۳۵۴)، **جامعه‌شناسی خانواده و ازدواج**، ترجمه فرنگیس اردلان، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

- Oakley, Ann (1974). The sociology of Hosework, oxford:martin Robertson
- Nefr, N. Levin, A.D. (1997), where women stand: An International Refort on the status of women in 140 countries, 1997-1998. New york, Random House
- Firestone, shulamith (1971), The Dialectic of sex, London: paladin
- Beauvoir, Simone de (1972), the second sex (Harmonds worth: Penguin)

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1386.3.6.7.5]