

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر تمایل به باروری در بین زنان ۱۸-۴۰ سال شهر ایلام

الهه فرجی^{۱*}، خدیجه سفیری^۲، افسانه کمالی^۳

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۶/۰۹ صص ۳۱۶-۲۸۹ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۵/۰۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی میزان تمایل به باروری زنان همسر دار ۱۸-۴۰ سال شهر ایلام و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن است. روش پژوهش، پیمایش است. پیمایش با نمونه‌ی ۱۹۰ نفری (با توجه به واریانس به‌دست آمده و استفاده از فرمول کوکران)، با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و ابزار پرسش‌نامه و تکنیک مصاحبه انجام شده‌است. سپس، داده‌ها با نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها حاکی از آن است که میزان تمایل به باروری در بین زنان شهر ایلام زیر حد جایگزینی قرار دارد. در تحلیل رگرسیون چند متغیره نیز متغیرهای نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد، نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد، دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان، تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی، ورزش عمومی و سن پاسخگو، ۴۳/۷ درصد از واریانس میزان تمایل به باروری را تبیین می‌کنند. در تحلیل مسیر، شاخص نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد، بیشترین تأثیر (۰/۳۲۳) و شاخص ورزش عمومی کمترین تأثیر (۰/۱۲۴) را بر میزان تمایل به باروری دارند. در مجموع، نظریه‌های یادگیری اجتماعی و مدیریت بدن جهت تبیین رابطه‌ی عوامل اجتماعی با میزان تمایل به باروری مناسب به نظر می‌رسند.

کلید واژه‌ها: تمایل به باروری، عوامل اجتماعی، یادگیری اجتماعی، مدیریت بدن.

^۱ - دانش آموخته‌ی کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

^۲ - دکتری جامعه شناسی، استاد تمام و مدیر گروه دانتشکده علوم اجتماعی و اقتصاد دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

^۳ - دکتری جامعه شناسی، دانشیار گروه دانتشکده علوم اجتماعی و اقتصاد دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

پیشگفتار

خانواده، هسته‌ی اصلی جامعه و یکی از قدیمی‌ترین گروه‌هاست که یکی از کارکردهایش فرزندآوری است. نگاهی گذرا به تاریخ ایران باستان و ایران پس از ورود اسلام، حاکی از اهمیت جایگاه خانواده و تأکید بر این کارکرد مهم است (Ezazi, 2001)، اما امروزه خانواده در ایران به لحاظ ساختاری و کارکردی دستخوش تغییر شده‌است. « این تغییر ناشی از تغییر نظام اجتماعی از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد صنعتی و در پی آن تضعیف خانواده‌ی گسترده و شکل‌گیری خانواده‌ی هسته‌ای است» (Ezazi, 2001). واضح است که امروزه نهاد خانواده نیز پا به پای تحولات اجتماعی دگرگون شده، که نتیجه‌ی آن کاهش فرزندآوری است. در واقع گرایش به داشتن فرزند کمتر، نشانه‌ی آن است که زنان به کشف‌های جدیدی دست یافته‌اند، از جمله آن که از محیط‌های کوچک خانوادگی‌شان بیرون آمده‌اند، تحصیل می‌کنند، در مناسبات اجتماعی شرکت یافته و در همه‌ی عرصه‌ها فعالند و البته قصد دارند تا برای فرزندان کمتر خود، مادران بهتری باشند. بنابراین زنان امروز هویت زنانه‌ی خود را در جاهای دیگری جز خانه و مادر شدن جست و جو می‌کنند. در میان زنان، نوعی تغییر نگرش نسبت به ازدواج و نقش‌های همسری و مادری و حتی کار خانگی به وجود آمده‌است که به نوعی تحقیر این نقش‌ها را به دنبال داشته‌است (Hosseini & Bagi, 2014). کاهش میزان باروری کل^۱ مدرک مستندی دال بر تغییر نگرش و رفتار باروری در جامعه‌ی امروزین ماست. میزان باروری کل که یکی از سنجه‌های مهم نشان دهنده‌ی سطح باروری است، از حاصل جمع باروری ویژه‌ی سنی واقع در سن باروری به دست می‌آید، این میزان عبارتست از میانگین تعداد فرزندان که یک زن در طول دوره‌ی باروری خود (۴۹-۱۵ سال) به دنیا می‌آورد. با استفاده از اطلاعات ثبتی، میزان باروری کل که در سال ۱۳۷۹ به سطح جانشینی (۲/۱) رسیده بود، در سال ۱۳۹۰ به زیر سطح جانشینی (۱/۸) تنزل یافت (Registered office of Iran, 2010)، هم‌چنین اطلاعات آماری نشان می‌دهند که متوسط رشد سالانه‌ی جمعیت ۳/۹ درصدی سال‌های ۶۵-۵۵، بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، به ۱/۲۴ درصد کاهش یافته و به این ترتیب، بعد خانوارها نیز در نتیجه‌ی کاهش باروری در دهه‌های اخیر کاهش یافته‌است (Statistics center of Iran, 1976-2016) که اگر این روند ادامه داشته باشد، رشد جمعیت تا ۱۴۰۰ به کمتر از یک درصد خواهد رسید و با تداوم چنین روندی تا سال ۱۴۳۰ به ۰/۰۳ می‌رسد (Statistics center of Iran, 2016). بنابراین در دوران کنونی، با سیر نزولی تمایل به باروری و فرزندآوری روبرو هستیم که علاوه بر تغییر ساختار جمعیت، آسیب‌های اجتماعی و اقتصادی جبران‌ناپذیری بر پیکر جامعه وارد خواهد شد و البته با نگاهی به آینده و پیش‌بینی‌های

صورت گرفته نیز مشخص می‌شود که جمعیت ایران به سرعت رو به کاهش است و به سمت سالخوردگی پیش می‌رود. شاید با کاهش جمعیت در نگاه اول به نظر برسد که موجب فراهم آمدن رفاه و آسایش بیشتری برای بقیه‌ی جمعیت خواهد شد، اما بی‌گمان در دراز مدت با سیل انسان‌های سالمندی مواجه خواهیم شد که قدرت کار و فعالیت ندارند و به جای مولد بودن، سربار جامعه‌اند. تحقیقات نیز نشانگر این هستند که نگرش و رفتار باروری در همه‌ی گروه‌های سنی و گروه‌های مختلف اجتماعی اعم از روستایی و شهری، باسواد و بی‌سواد به هم نزدیک شده و نوعی همگرایی رفتار باروری را شاهد هستیم (Abbasi-Shavazi, MC Donald, Hosseini-Chavoshi, Kavefirooz, 2002)

طبق اطلاعات به‌دست آمده از سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، جمعیت استان ایلام ۵۵۷۵۹۹ نفر (۲۸۲۴۶۸ نفر مرد، ۲۷۵۱۳۱ نفر زن) و طبق اطلاعات حاصل از سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، جمعیت این استان به ۵۸۰۱۵۸ نفر رسیده که ۲۹۵۱۹۹ نفر آن را مردان (۵۱/۸۸ درصد) و ۲۸۴۹۵۹ نفر آن را زنان (۴۹/۱۲ درصد) تشکیل داده‌اند. آمارها هم‌چنین گواه بر اینند که متوسط میزان رشد سالانه‌ی جمعیت ایلام در سال ۱۳۸۵، ۱/۱ اعلام شده، در حالی که این رقم در سال ۱۳۹۰، ۰/۴۳ درصد برآورد شده که افت زیادی داشته و ایلام بعد از اردبیل که رشد جمعیتی ۰/۳۳ درصدی را تجربه کرده، کمترین میزان رشد جمعیت کشور را داراست (Statistics center of Iran). افزون بر این، مدیر کل ثبت احوال استان ایلام، در همایش جمعیت در سرسرای همایش‌های استانداری اعلام کرد، «میانگین میزان باروری کل در ایلام ۱/۵ فرزند است و این آمار به این معنی است که هر مادر به طور متوسط در استان ایلام دو فرزند نیز به دنیا نمی‌آورد و این جای نگرانی دارد» (Ghobadi, 2013). از آن‌جا که ایلام، جامعه آماری ما محسوب می‌شود، آمارها کاهش تمایل به باروری (به عنوان دومین رتبه در کاهش باروری) در منطقه‌ی فوق‌الذکر را، طی سال‌های اخیر هشدار می‌دهند و با عنایت به این که تحقیقات متعددی نیز همگرایی در کاهش باروری در سطح کشور را گوشزد می‌کنند (Abbasi-Shavazi & Hosseini, 2007; shavazi & MC Donald, 2005)، ایلام می‌تواند به عنوان نمونه‌ای از کل کشور مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین این پژوهش بر آن است که علاوه بر شناسایی و توصیف میزان تمایل به باروری در بین زنان شهر ایلام، عوامل اجتماعی تأثیرگذار بر این تمایل را شناسایی کند.

تحقیقات متعددی در حوزه‌ی باروری انجام شده که هر کدام از زوایای خاصی این موضوع را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. برخی تحقیقات نشان می‌دهند که کوهورت‌های قدیمی‌تر ازدواج، سطح بالاتری نسبت به کوهورت‌های اخیرتر دارند، با این حال در زمان بررسی، شاهد همگرایی نگرش‌ها و افکار زنان در مورد تعداد مطلوب فرزندان و تمایلات فرزندآوری آنان هستیم. در مقایسه، شمار

فرزندان ایده‌آل زوجین و تمایلات فرزندآوری آنان نیز، نگرش زنان و مردان بسیار به هم نزدیک شده و حتی در مناطق شهری، بین نگرش زنان و مردان شکافی وجود ندارد (RahimiNezhad, 2011). برخی نیز ضمن تأکید بر تأثیر نگرش بر تمایلات، در خصوص نگرش به فرزندآوری در خانواده‌های جوان نشان می‌دهند که عوامل اقتصادی بیش از سایر عوامل چون اعتقادی، فرهنگی و هویت شناختی- جسمانی بر نگرش منفی خانواده‌های جوان به فرزندآوری تأثیرگذار بوده‌است (Mosavi & Ghafelebashi, 2013). تحقیقی دیگر ضمن این‌که به این نتیجه می‌رسد که ۶۱/۴ درصد زنان قصد توقف فرزندآوری را دارند، به این نتیجه رهنمون می‌شود که مشخصه‌های فرهنگی به تنهایی نمی‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در پیش‌بینی احتمال تمایل نداشتن به فرزندآوری داشته باشند (Hosseini & Bagi, 2012). برخی نیز توجه خود را معطوف به پدیده‌ی تک فرزندی می‌کنند و آن را مربوط به عوامل غیراقتصادی می‌دانند؛ زیرا در مرفه‌ترین مناطق تهران تک فرزندی بیشتر است. در ایران هرچه به سمت مناطق محروم و فقیر می‌رویم، تعداد بچه‌ها بالاتر است. پس اقتصاد، عامل اصلی نیست. عامل اول، نگرش و بازانندیشی است که در خانواده اتفاق افتاده و ازدواج و فرزندآوری معانی گذشته را ندارند (Labibi, 2015)، اما در تحقیقی ضمن بررسی عوامل تأثیرگذار بر الگوی باروری خانواده‌های تک فرزند و بدون فرزند شهرستان شهرکرد، مشخص شد که ۳ عامل افزایش هزینه‌ها و فشار اقتصادی، عدم وجود حمایت رفاهی از جانب دولت و نگرش غلط «داشتن فرزند بیشتر، نشانه فرهنگ اجتماعی ضعیف‌تر است»، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر فرزندآوری هستند (Mobasheri, Alidoosti, Heidari, Khosravi, Khalafian & Jalilian, 2013). در صورتی که عده‌ای از تحقیقات به این نتیجه رسیده‌اند که با افزایش سن، تمایل به باروری کاهش می‌یابد (Abbasi-shavazi & Khajesalehi, 2013; Rad & Savabi, 2016; Adibi-Sede, 2011). برخی دیگر افزایش میزان تحصیلات را عامل کاهش تمایل به باروری قلمداد می‌کنند (Shiri & Bidarian, 2009; Adibi-sede, Siahpoosh, Darvishzade, 2011). تحقیق دیگری توجه خود را به عوامل مذهبی و اجتماعی، از قبیل مشارکت معطوف داشته و نشان می‌دهد که مشارکت اجتماعی تأثیر کاهنده و متغیر گرایش مذهبی، تأثیر افزایش‌دهنده بر میزان گرایش به فرزندآوری دارد (Kalantari, Abbaszade, Mozaferi, & Rakei-bonab, 2010). برخی تحقیقات نیز با رویکرد کیفی به این نتیجه رهنمون شده‌اند که کم فرزندآوری در این جامعه به عنوان یک کنش اجتماعی معنادار، از رواج و شیوع گسترده‌ای برخوردار است و در قالب نوعی گفتمان، بر نظام معنایی و کنشی افراد خانواده‌ها حاکم است (Rezaee, 2011). اثر دیگری استدلال می‌کند که فرزندآوری در بین زنان، در فضای چند بعدی از مخاطره در حال زیسته‌شدن است، مثلاً اثری نشان می‌دهد که تأثیرات نامناسب بارداری- زایمان و نیز فرزندپروری بر تناسب اندام و زیبایی، سلامت جسمانی، سلامت ذهنی و اجتماعی و ملاحظات اقتصادی و مالی اعم از هزینه‌های

حال و آینده و احساس ضرورت و حتی اجبار برای برآوردن نیازها و توقعات بالای فرزندان از جمله شرایط اصلی کم‌فرزندی است (Aghayarihir, Farokhi-Negarestan, Latifi_Mojere, 2016). برخی نیز زمینه‌های کم‌فرزندی را ارزش شدن کم‌فرزندی، ماهیت محدودیت‌زای فرزندآوری برای والدین و دغدغه‌های اقتصادی و تربیتی قلمداد می‌کنند (Razavizade, Aghafarian, & akhlaghi, 2015).

برینگتون در تحقیق خود نشان می‌دهد که اگر زوجین تمایل داشته باشند که فرزند بیشتری داشته باشند، زمانی است که هردو موافقت و در پیش‌بینی آینده‌ی باروری، تمایلات زنان بدون بچه مهم‌تر از تمایلات همسرانشان است (Berington, 2008). روسیر و برنادردی نیز با بهره‌گیری از چند پیمایش راجع به باروری و تشکیل خانواده سویس، فرانسه و بلغارستان در بررسی تأثیر تعاملات اجتماعی بر تمایلات و رفتار باروری، استدلال می‌کنند که مکانیزم یادگیری اجتماعی نیز به عنوان سرمایه‌ی دانش به افراد کمک می‌کنند و عنصر مهمی برای تبیین عدم تجانس در تحقق موفقیت آمیز نیت باروری در بین افراد است (Rossier & Bernardi, 2009). لینگستاد و پرسکاوتز (Lyngstad & Prskawtetz, 2010) نیز، در بررسی تأثیر تعاملات و یادگیری اجتماعی، به این نتیجه رسیدند که تصمیمات باروری افراد، تنها با ویژگی‌های شخصیتی خودشان شکل نمی‌گیرد، بلکه از طریق تعامل با دیگران شکل می‌گیرد. هم‌چنین بالبو و باربان (Balbo & Barban, 2014) با بهره‌گیری از طرح نظر سنجی و داده‌های بهداشت و مطالعه ملی طولی جوانان ایالت متحده نشان می‌دهند که ریسک فرزندآوری افراد بعد از بچه‌دار شدن دوستانشان افزایش می‌یابد و تا حدود ۲ سال بعد به اوج می‌رسد و پس از آن کاهش می‌یابد، زیرا تجربه‌ی باروری یک دوست، منبع مهم یادگیری است. برناردی و همکاران (Bernardi, Keim, & Vonderlipp, 2007) نیز از طریق مقایسه‌ی دو شهر از شرق و غرب آلمان با استفاده از روش ترکیبی تحلیل کمی شبکه و مصاحبه‌ی کیفی، نشان می‌دهند که رهیافت شبکه‌ی اجتماعی می‌تواند برای تبیین شکل‌گیری تمایلات باروری در یک کشور اروپای غربی به کار رود و ارزیابی ذهنی پاسخگویان از روابط خاص و تجربه‌ها، رفتارها و نگرش‌های طرف مقابل آن‌ها در شبکه، برای درک اثرات ساختارهای شبکه‌ای خاص، بسیار مهم است. در آخر، عباسی شوازی و مک دونالد (Abbasi-Shavazi & MC Donald, 2008) نیز معتقدند که مهم‌ترین تغییر فردی در دهه‌های اخیر، افزایش سطح آموزش بین نسل‌ها، افزایش سن ازدواج برای دختران و تغییر رفتار و نگرش زنان نسبت به باروری بوده‌است. در واقع در برخی از زمینه‌ها، در خانواده‌ی ایرانی، از جمله باروری پایین و تأخیر ازدواج، تغییرات ریشه‌ای اتفاق افتاده‌است. با توجه به تغییر رفتار باروری و همگرایی، کاهش میزان باروری در سطح کشور و علی‌الخصوص کاهش چشمگیر آن در استان ایلام و با مرور اجمالی تحقیقات پیشین، این خلأ به وضوح مشاهده شد که بررسی تأثیر متغیرهای اجتماعی نظیر شبکه‌های اجتماعی و یادگیری اجتماعی بر تمایل به باروری، در تحقیقات داخلی مورد غفلت قرار گرفته، ثالثاً تاکنون تحقیقی با این مضمون

در بین زنان شهر ایلام صورت نگرفته است. لذا تحقیق حاضر به منظور پر کردن این خلأ، علاوه بر شناسایی و توصیف میزان تمایل به باروری در بین زنان شهر ایلام، در صدد بررسی تأثیر عوامل اجتماعی از قبیل شبکه‌های اجتماعی، یادگیری اجتماعی و فشار هنجاری بر این تمایل است. در چارچوب نظری تحقیق حاضر، از تئوری شبکه‌های اجتماعی، تئوری‌های حمایت اجتماعی، تئوری یادگیری اجتماعی بندورا، تئوری کاشت، تئوری فشار اجتماعی و در خصوص جامعه‌شناسی بدن، از تئوری‌های بوردیو و گیدنز استفاده شده است.

رولاند بارت^۱ که به عنوان پیشرو در تئوری شبکه‌های اجتماعی شناخته شده، معتقد است که کنشگران خود را در ساختار اجتماعی محصور می‌بینند و این ساختار اجتماعی است که تفاوت و تشابه کنشگران را مشخص می‌کند و ادراکات آن‌ها را نسبت به امتیازات کنش‌های متفاوت شکل می‌دهد و انتخاب از میان کنش‌ها را برای کنشگران تسهیل می‌بخشد. بنابراین ساختار اجتماعی به اشکال متنوعی بر کنشگران و توانائی آن‌ها برای انجام کنش، اجباری ایجاد می‌کند (Burt, 1982). در واقع، جاسازی اجتماعی عمل انسان، یعنی انجام آن در قلمرو ساختارهای اجتماعی، اصل مسلم و بدیهی مفروضات رویکرد شبکه اجتماعی است (Granovetter, 1985). تحقیقات متعددی نشان می‌دهد که یک شبکه‌ای که شامل افرادی است که حامله هستند یا تمایل به داشتن فرزند دارند، اگر همه‌ی دوستان صمیمی آن‌ها دارای کودک یا نوزاد باشند، پاسخگویان تمایل بیشتری به هم‌نوابی دارند تا زمانی که هنوز دوست صمیمی بدون فرزند وجود داشته باشد (Bernardi, Keim, & Vonderlipp, 2007; keim, Klarner, & Bernardi, 2009). شبکه‌ی اجتماعی از یک طرف به لحاظ پیوندها و روابطی که در عرصه‌های چندگانه افراد را به هم متصل می‌کند، قرابت دارد با تئوری انسجام اجتماعی و از طرف دیگر، به لحاظ منابعی که در طی این پیوندها منتقل می‌شود قرابت دارد با حمایت اجتماعی. با این اوصاف، پیوندها حاوی منابع خاصی چند هستند و این به این معنی است که افراد حمایت شخصی را از نوع پیوندها می‌گیرند (Wellman & Frank, 2000)، که آن‌ها را هم‌چون سپری در برابر مشکلات حفظ می‌کند. از نظر پسکوسولیدو و جورجیانا^۲ (Pescosolido & Gorgiana, 1989) نیز، یک کارکرد بالقوه‌ی شبکه‌های اجتماعی، انسجام یا توانایی تأمین حمایت اجتماعی و عاطفی است. حمایت اجتماعی می‌تواند تصمیم به داشتن فرزند در مراحل اولیه‌ی زندگی یا در شرایط نامطمئن را تسهیل کند. مثلاً زن و شوهری که هنوز در حال تحصیل هستند، اگر به حمایت پدر و مادر تکیه کنند، بیشتر احتمال دارد که یک فرزند داشته باشند؛ زیرا از وجود منبع حمایتی مطمئن هستند (Bernardi & Kelarner, 2014) و این حمایت می‌تواند بر تمایل آن‌ها برای داشتن فرزند اثر مثبتی داشته باشد.

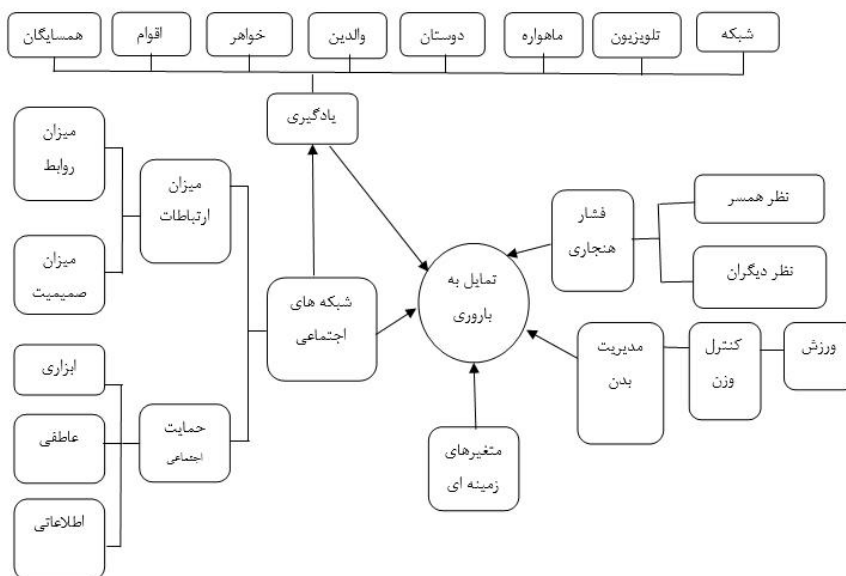
¹ - Burt

² - Pescosolido & Gorgiana

به باور بندورا که نظریه‌پرداز تئوری یادگیری اجتماعی است، اگر مردم برای اطلاع در مورد نحوه‌ی عمل خود، فقط بر اثرات کنش‌های خود متکی بودند، یادگیری عمل بسیار دشواری می‌شد، اما خوشبختانه عمده‌ی رفتارهای آدمی با مشاهده از طریق مدل‌سازی آموخته می‌شود که با مشاهده‌ی دیگران، فرد در مورد نحوه‌ی انجام رفتارهای جدید ایده‌ای کسب می‌کند و در موقعیت‌های آتی، از این اطلاعات رمزگذاری شده به عنوان راهنمای عمل بهره می‌برد (Bandora, 1993). به اعتقاد بندورا، یادگیری نیازی به تقویت ندارد و تنها چیزی که برای یادگیری لازم است، مجاورت بین یادگیری و سرمشق است. به عبارت دیگر، هرگاه یادگیرنده در مجاورت با کسی قرار گیرد و به اعمال او توجه کند، آن اعمال را خواهد آموخت، اما برای این که آموخته‌های خود را به عملکرد تبدیل کند، نیازی به عوامل تشویقی از قبیل تقویت دارد (Seif, 1995).

از آن‌جا که رسانه‌های جمعی از قبیل ماهواره و تلویزیون در این تحقیق از منابع یادگیری اجتماعی به شمار می‌روند، از منظر تئوری کاشت، رسانه‌های جمعی، نگرش‌ها و ارزش‌هایی را که در یک فرهنگ وجود دارند، پرورش داده و تقویت می‌کنند و از این طریق، آن ارزش‌ها را میان اعضای آن فرهنگ حفظ و تبلیغ می‌کنند و اعضای آن را به یکدیگر پیوند می‌زنند (Gerbner, 1994). از سوی دیگر فشارهای هنجاری که در جامعه‌ی در حال گذار، رو به فزونی‌اند، بر تمایلات و رفتارهای افراد بی‌تأثیر نیستند و بر تمایل به باروری زنان تأثیر می‌گذارند. وبر نیز معتقد است که یک رابطه‌ی موجود، تا زمانی موجود خواهد بود که احتمال آن وجود داشته باشد که از یک هنجار رفتاری هم‌چنان پیروی کند. منظور از احتمال این است که انسان‌ها در یک زمینه‌ی اجتماعی مشخص به احتمال زیاد، رفتارشان را بر حسب چشم‌داشت‌های هنجارهای اجتماعی جهت خواهند داد (Kozer, 2009). فشارهای هنجاری نیز که در جامعه‌ی در حال گذار، رو به فزونی است، بر رفتارهای افراد بی‌تأثیر نیستند و به طور مستقیم و غیر مستقیم بر تمایل به باروری زنان تأثیر می‌گذارند. مدیریت بدن نیز یکی از مباحث مهم در حوزه‌ی باروری است به نحوی که با افزایش تعداد باروری، حساسیت زن‌ها نسبت به بدنشان نیز بیشتر می‌شود؛ زیرا با تأکید بیشتر جامعه بر زیبایی و خوش شکلی بدن، نگرانی زنان برای موقعیت خود در جامعه نیز افزایش می‌یابد (Khajenoori & Hashemi, 2011). بوردیو نیز معتقد است که مدیریت بدن، مرکزی برای اکتساب پایگاه و حفظ طبقه و دیگر تمایزات افراد است. هم‌چنین، وی با در نظر گرفتن بدن به عنوان یک سرمایه‌ی فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌داند و این که افراد چه احساس و تصویری از بدن‌های خود دارند، شامل بخشی از هویت و عادت‌واره‌ی آن‌هاست که عبارتست از ارزش‌ها، عقاید، نگرش‌هایی که افراد را از هم متمایز می‌کند (Bordio, 2001; Bordio, 2012). گیدنز نیز بدن را یکی از ارکان عمده‌ی نگاه‌داشت و تحکیم

مفهوم منسجم و یکپارچه‌ای از هویت شخصی می‌داند و تأکید زیادی بر شخص می‌کند که خود شخص به این آگاه است که برای امکان‌پذیر شدن کنش متقابل اجتماعی به دیگران نیاز دارد؛ زیرا از طریق این کنش متقابل اجتماعی است که رفتار افراد، توسط دیگران مورد ارزیابی و تفسیر قرار می‌گیرد (Gidenz, 2008). بنابراین مدل تحلیل پژوهش حاضر بدین صورت قابل طرح است:



نمودار (۱) مدل تحلیلی پژوهش

فرضیه کلی

- بین عوامل اجتماعی و میزان تمایل به باروری در بین زنان ۱۸ - ۴۰ سال، رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی

۱. بین شبکه‌های اجتماعی و میزان تمایل به باروری در بین زنان ۱۸-۴۰ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۲. بین میزان یادگیری اجتماعی و میزان تمایل به باروری در بین زنان ۱۸-۴۰ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۳. بین مدیریت بدن و میزان تمایل به باروری در بین زنان ۴۰-۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۴. بین فشار هنجاری و میزان تمایل به باروری در بین زنان ۴۰-۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۵. بین شبکه‌های اجتماعی (میزان ارتباطات) و میزان یادگیری در بین زنان ۴۰-۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۶. بین متغیرهای زمینه‌ای و میزان تمایل به باروری در بین زنان ۴۰-۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

روش پژوهش و ابزار پژوهش

رویکرد پژوهش حاضر، کمی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش عبارتست از زنان همسر دار ۴۰-۱۸ سال شهر ایلام^۱ که ابتدا با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه مورد بررسی، حاصل شد:

$$(n = 190, q = 0/767, t = 1/96, d = 0/06, N = 23988)$$

$$n = \frac{N \times t^2 \times P \times q}{N \times d^2 \times p \times q} = 189$$

به منظور نمونه‌گیری در این پژوهش از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای^۳ استفاده شده، سپس ۱۹۰ پرسش‌نامه به طور تصادفی بین جامعه آماری و از طریق مراجعه به درب منازل توزیع شد. اعتبار پرسش‌نامه در این تحقیق از طریق اعتبار صوری مورد تأیید قرار گرفت، پایایی تحقیق

^۱ - طبق اطلاعات سرشماری عمومی نفوس و مسکن مرکز آمار ایران سال ۱۳۹۰.

^۲ - از آن جا که در فرمول کوکران، حجم نمونه محاسبه شده بسیار زیاد شد، داده ها را دو شقی کردیم که با توجه به فرمول بالا، به جای S^2 مقدار p و q در هم ضرب می‌شوند. P نسبتی از جمعیت دارای صفت معین است؛ یعنی زنانی که نگرش مثبت به فرزند دارند، q نیز نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین است؛ یعنی زنانی که نگرش مثبتی به فرزند ندارند.

$$P = 0/233$$

$$q(1-p) = 0/767$$

^۳ - ابتدا در نقشه، شهر ایلام را بر مبنای محلات بلوک‌بندی کردیم، سپس در جدول اعداد تصادفی، ۱۹ بلوک مورد انتخاب قرار دادیم و در هر بلوک ۱۰ نفر را جهت تکمیل پرسش‌نامه برگزیدیم. هم‌چنین فاصله‌ی اولین تا دومین منزل مسکونی را ۱۰ واحد قرار دادیم.

نیز از طریق توزیع ۳۰ پرسش‌نامه بین زنان مورد مطالعه به صورت تصادفی و با گرفتن آلفای کرونباخ تأیید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم افزار SPSS استفاده شده‌است. لازم به ذکر است که ابتدا متغیرهای مستقل مورد بررسی، مورد تحلیل عاملی قرار گرفتند و پس از مشخص شدن عامل‌های هر متغیر، به توصیف جداگانه‌ی هر یک از عامل‌ها و بررسی روابط آن‌ها با متغیر وابسته و در نهایت به بررسی تأثیر مجموع متغیرهای مستقل بر وابسته پرداخته شد. برای سنجش متغیر شبکه‌های اجتماعی، از دو بعد میزان ارتباطات و حمایت اجتماعی استفاده شد. میزان ارتباطات نیز خود دارای دو مؤلفه‌ی میزان روابط (با ۷ گویه در خصوص رفت و آمد با والدین، خواهر-برادر و ...) و میزان صمیمیت (با ۷ گویه در خصوص میزان صمیمیت با والدین، خواهر-برادر و ...) است. حمایت اجتماعی نیز شامل ۳ مؤلفه‌ی حمایت ابزاری، عاطفی و اطلاعاتی است که با تجمیع این سه مؤلفه، شاخص حمایت اجتماعی ایجاد شد. با توجه به تحلیل عاملی‌ای که برای متغیر میزان روابط انجام گرفت، مقدار کفایت نمونه‌گیری^۱ که نشانگر کفایت نمونه‌گیری برای این تحلیل است را ۰/۶۹۴ نشان می‌دهد، به این معنی که در سطح نسبتاً خوبی قرار گرفته‌است و این متغیر به دو عامل میزان روابط با دیگران نزدیک و میزان روابط با دیگران دور تفکیک شد. برای متغیر میزان صمیمیت مقدار کفایت نمونه‌گیری، ۰/۷۰۳ شد و این متغیر به دو عامل میزان صمیمیت با دیگران نزدیک و میزان صمیمیت با دیگران دور تجزیه شد. برای سنجش متغیر یادگیری اجتماعی؛ از شبکه‌های مجازی، رسانه‌ها (ماهواره و تلویزیون)، یادگیری از والدین، خواهر-برادر، دوستان، اقوام همسر و همسایگان استفاده شده‌است. برای سنجش شبکه‌های مجازی، سوالاتی در مورد تأثیرات بر تمایل به فرزند یا فرزندآوری و تبلیغاتی در خصوص تقبیح یا ترغیب آن‌ها به فرزندآوری پرسیده شده‌است. سپس بر اساس تحلیل عاملی انجام شده برای متغیر شبکه‌های مجازی، مقدار کفایت نمونه‌گیری، ۰/۶۸۶ شد و دو عامل تبلیغات مثبت و تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی به‌دست آمد.

از آن‌جا که ۱۲ گویه ماهواره و تلویزیون نیز با هم مورد تحلیل عاملی قرار گرفتند، مقدار کفایت نمونه‌گیری، برای متغیر ماهواره و تلویزیون ۰/۸۶۵ شد که سه عامل نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن فرزندان زیاد، نقش مثبت ماهواره بر داشتن فرزندان زیاد و نقش مثبت تلویزیون بر داشتن فرزندان زیاد ایجاد شد. مقدار کفایت نمونه‌گیری، برای تحلیل عاملی انجام شده برای متغیر یادگیری از خانواده و اطرافیان ۰/۹۱۷ شد که در نتیجه‌ی تحلیل عاملی، دو عامل تشویق از طریق خانواده و اطرافیان و دلسردکردن از طریق خانواده و اطرافیان، حاصل شد. متغیر فشار هنجاری که در مدل نیز مطرح شده، از طریق دو بعد نظر همسر و نظر دیگران مورد سنجش قرار

^۱- K.M.O

گرفته‌است. ابتدا گویه‌هایی در خصوص نظر و نگرش همسر در ارتباط با داشتن فرزند پرسیده شد. سپس در بعد نظر دیگران نیز گویه‌هایی در خصوص نظر سایر افراد جامعه در مورد زن باردار، تعداد فرزندان و حتی اعمال فشارهایی از جانب جامعه در خصوص تعداد فرزندان، به تأخیر انداختن یا ترغیب به فرزندآوری مورد پرسش قرار گرفتند. در خصوص متغیر فشار هنجاری (دو بعد مذکور) نیز مقدار کفایت نمونه‌گیری، ۰/۶۵۱ شد و چهار عامل نگرش نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان زیاد، نظر همسر، تأیید و تحسین اجتماعی و عوامل عینی اجتماعی - اقتصادی از تحلیل عاملی برای این متغیر حاصل شد. مقدار کفایت نمونه‌گیری، برای متغیر ورزش که یکی ابعاد مدیریت بدن تلقی می‌شود نیز ۰/۷۱۰ شده و دو عامل ورزش عمومی و ورزش تخصصی از آن به‌دست آمد. مقدار کفایت نمونه‌گیری، برای متغیر نگرش نسبت به فرزند نیز ۰/۷۰۷ درصد شده و دو عامل نگرش مثبت و نگرش منفی نسبت به فرزند از آن منتج شده که در جدول زیر قابل مشاهده‌است:

جدول ۱- میزان K.M.O و Bartlett's متغیره

متغیر	KMO	Bartlett's	
		کای اسکوئر	درجه آزادی
میزان روابط	۰/۶۹۴	۳۰۲/۱۵	۲۱
میزان صمیمیت	۰/۷۰۳	۲۳۹/۱۵	۲۱
شبکه‌های مجازی	۰/۶۸۶	۱۴۳/۲۶	۱۰
رسانه‌ها	۰/۸۶۵	۴۸۶/۹۷	۶۶
یادگیری از طریق خانواده و اطرافیان	۰/۹۱۷	۱/۲۳۶	۶۶
فشار هنجاری	۰/۶۵۱	۷۵۰/۸۱	۱۲۰
ورزش	۰/۷۱۰	۲۶۳/۹۰	۲۱
نگرش نسبت به فرزند	۰/۷۰۷	۳۱۳/۵۰	۲۸

یافته‌ها

نتایج نشان می‌دهد که میانگین سنی پاسخگویان ۳۳/۶۲ سال است، یعنی جامعه آماری ما را بیشتر افراد سنین بالا تشکیل می‌دهند. میانگین درآمد خانواده‌ها ۲۱۶۷۰۰۰ تومان است. بیشترین تعداد پاسخ‌گویان (۳۲/۶) و همسرانشان (۳۱/۶) دارای تحصیلات لیسانس هستند و بیشتر پاسخ‌گویان تا به حال هیچ سقطی نداشته‌اند. هم‌چنین ۴۴/۶ درصد همسران در گروه شغلی^۱ کارمندان

^۱ - گروه‌های شغلی بر حسب تقسیم‌بندی گروه شغلی مرکز آمار ایران آورده شده‌است.

امور دفتری و اداری هستند و تنها ۸/۷ درصد آن‌ها جزو مقامات عالی‌رتبه و مدیران هستند، در خصوص زنان نیز ۲۳/۷ درصد زنان مورد مطالعه شاغل و ۷۶/۳ درصد آن‌ها غیرشاغل هستند. نیمی از زنان پاسخگو، ۲ یا بیشتر از ۲ فرزند دارند (۲۳/۷ درصد پاسخ‌گویان بدون فرزند، ۵۳/۷ درصد دارای ۱ تا ۲ فرزند و ۲۳/۶ درصد دارای ۳ تا ۴ فرزند هستند). میانگین فاصله سنی فرزندان، ۴/۵۰ سال است و نیمی از پاسخ‌گویان تا به حال هیچ سقطی نداشته‌اند.

جدول ۲- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب ویژگی‌های فردی

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	میانۀ	تعداد
سن پاسخ‌گویان	۱۸	۴۰	۳۳/۶۲	۳۵/۰	۱۹۰
سن همسر	۲۰	۵۲	۳۸/۸۵	۳۵/۰	۱۹۰
میزان درآمد ماهیانه	۲۴۰۰۰۰	۶۰۰۰۰۰	۲۱۶۷۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰	۱۹۰
تعداد فرزندان	۰	۴	۱/۶۲	۲	۱۹۰
میانگین فاصله سنی فرزندان	۱	۱۴	۴/۵۰	۴	۱۱۰
تعداد سقطها	۰	۵	۰/۳۷	۰/۰۰	۱۹۰

در بررسی شاخص‌ها نیز، نظر به این که از صفر تا ده استاندارد شده‌اند^۱، از عدد ۵ به عنوان معیار قضاوت استفاده خواهد شد. با توجه به جدول (۳)، نتایج نشان می‌دهد که با توجه به میانگین، پاسخ‌گویان با دیگران نزدیک خود به میزان زیادی رابطه دارند (۶/۹۷) ولی با دیگران دور خود، به میزان کم‌تری رابطه دارند (۴/۲۹) و به میزان خیلی‌زیادی با دیگران نزدیک خود صمیمی هستند (۸/۱۳) ولی با دیگران دور خود کمتر صمیمی هستند (۴/۰۳) و از حمایت اجتماعی به میزان زیادی برخوردارند (۶/۲۰). همچنین ۷۱/۱ درصد پاسخ‌گویان عضو شبکه‌های مجازی (فیس‌بوک، واتس‌آپ و ...) هستند و تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی (۴/۶۹) را بیشتر از تبلیغات مثبت (۳/۲۶) می‌دانند. پاسخ‌گویان مورد مطالعه، در یک روز عادی بیشتر از سایر اوقات به تماشای ماهواره می‌پردازند و در یک روز عادی بیشتر از سایر اوقات تلویزیون تماشا می‌کنند و نقش منفی ماهواره و تلویزیون را (۵/۰۲) بیش از حد متوسط می‌دانند. همچنین نقش مثبت تلویزیون بر

^۱ - استانداردسازی مبنای قضاوت بهتری در خصوص توزیع داده‌ها در اختیار ما قرار می‌دهد. این عمل در نرم‌افزار SPSS و توسط دستور compute قابل اجراست؛ ابتدا حداقل و حداکثر متغیرها را با گرفتن frequencies به دست می‌آوریم، سپس در compute، متغیر موردنظر را منهای میزان حداقل همان متغیر (minimum) می‌کنیم و حاصل این تفاضل، بر تفاضل میزان حداقل و حداکثر همان متغیر (maximum) که تقسیم بر ۱۰ شده، تقسیم می‌شود، که به شرح زیر است:

$$\text{compute} = (10 / \text{حداقل} - \text{حداکثر}) / (\text{حداقل} - \text{متغیر})$$

داشتن تعداد فرزندان زیاد را (۴/۸۴) بیشتر از نقش مثبت ماهواره (۴/۵۵) قلمداد می‌کنند. زنان پاسخگو تشویق از طریق خانواده و اطرافیان (۴/۲۵) را کم‌تر از دلسرد کردن خانواده و اطرافیان (۴/۳۲) می‌دانند. نگرش منفی نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان نیز، نسبتاً کم و نزدیک به حد متوسط است (۴/۷۲)، افزون بر این، پاسخ‌گویان نظر منفی همسر در بچه‌دار شدن را کمی از حد متوسط بیشتر (۵/۴۵) و تأیید و تحسین اجتماعی را در حد متوسط (۵/۰۹) می‌دانند و همچنین عوامل عینی اجتماعی - اقتصادی را نیز زیاد قلمداد کرده‌اند (۸/۰۱). از مقایسه‌ی نگرش مثبت و منفی نسبت به فرزند بر می‌آید که نگرش نسبت به فرزند، بیشتر مثبت (۵/۵۶) است تا منفی (۳/۷۳). هم‌چنین پاسخ‌گویان ورزش عمومی و همگانی (۳/۸۳) را بیشتر از ورزش تخصصی (۱/۷۹) انجام می‌دهند. در خصوص متغیر وابسته، یعنی میزان تمایل به باروری، میانگین برابر ۴/۶۴ است و با توجه به این که از ۵ کمتر است، می‌توان گفت که تمایل به داشتن فرزند یا فرزندان دیگر کم است؛ البته با توجه به این که انحراف معیار ۲/۳۷ است باید بگوییم که پراکندگی و اختلاف نظر آراء میان پاسخ‌گویان زیاد است. به این ترتیب، با وجود این که ایلام شهر کوچکی است، این تمایل بسیار پایین است که همین می‌تواند نشان دهنده‌ی این باشد که ایلام نمونه‌ی کوچکی باشد و این تمایل ممکن است در سطح کشور و در سطوح بالاتر توسعه، حتی پایین‌تر نیز باشد.

جدول ۳- توزیع داده‌های شاخص‌های فوق و آماره‌های آن‌ها به تفکیک

آماره	مراتب					شاخص‌ها	متغیر	شبکه‌های اجتماعی ^۱
	خیلی زیاد	زیاد	تعداد	کمی	اصلاً			
۹ ۶/۷	۱۰ ۳۰	۲ ۳۴/	۹ ۱۸/	۱ ۱۱/	۸ ۵/	۱ ۹۰	میزان روابط با دیگران نزدیک	میزان روابط
۲ ۴/۹	۲/۶	۱ ۱۱/	۵ ۴۰/	۸ ۳۶/	۹ ۸/	۱ ۹۰	میزان روابط با دیگران دور	

۱- با توجه به این که متغیر شبکه‌های اجتماعی به پنج شاخص «میزان روابط با دیگران نزدیک، میزان روابط با دیگران دور، میزان صمیمیت با دیگران نزدیک، میزان صمیمیت با دیگران دور و حمایت اجتماعی» تفکیک شد، هر کدام از این شاخص‌ها، مراتب و آماره‌های آن‌ها در جدول (۳) به صورت جداگانه آورده شده‌اند.

۱	۸/۳	۶۲	۲۵/	۸/	۲/	۰/۵	۹۰	میزان صمیمیت با دیگران نزدیک	میزان صمیمیت		
								میزان صمیمیت با دیگران دور			
۲	۶/۰	۲۰	۳۴/	۳۱/	۱۰/	۳/	۹۰	ابزاری	حمایت اجتماعی	میزان حمایت اجتماعی	
								عاطفی			
								اطلاعاتی			
۲	۳/۶	۴/۴	۴	۱	۵	۶	۱	تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی	یادگیری از طریق شبکه‌های مجازی		
								تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی			
۶	۴/۹	۱۰	۱۷/	۲۱/	۲۷/	۲۳/	۳۵	نقش منفی ماهواره و تلویزیون	یادگیری از طریق رسانه		
								نقش مثبت ماهواره			
۵	۴/۵	۷/۸	۵	۰	۳	۴	۱	نقش مثبت ماهواره	یادگیری اجتماعی ۱		
								نقش مثبت تلویزیون			
۸	۴/۴	۱۲	۲۲/	۱۹/	۳۴/	۱۰/	۸۸	نقش مثبت تلویزیون			

۱- همان‌طور که در بحث روش تحقیق گفته شد، متغیر یادگیری اجتماعی، شامل سه بعد است که پس از تحلیل عاملی، بعد یادگیری از طریق شبکه‌های مجازی به دو شاخص «تبلیغات مثبت و منفی شبکه‌های مجازی» تفکیک شد، یادگیری از طریق رسانه‌ها نیز به سه شاخص «نقش منفی ماهواره و تلویزیون، نقش مثبت ماهواره و نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان» تقسیم شد. در آخر، یادگیری از طریق خانواده و اطرافیان نیز به دو شاخص «دلرسد کردن و تشویق از طریق خانواده و اطرافیان تبدیل شد» که در جدول فوق قابل مشاهده است.

۲	۱۵	۷	۷	۹	۱	۱	دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان	یادگیری از طریق خانواده و اطرافیان	
۴/۵	۱۰	۲۳/	۱۵/	۴۱/	۸/	۹۰			
۳	۴/۹	۰	۲	۱	۸	۱	تشویق کردن از طریق خانواده و اطرافیان	نظر همسر و دیگران	
۴/۲		۱۷/	۳۵/	۳۴/	۸/	۹۰			
۷	۶/۶	۱	۲	۰	۱	۱	نگرش منفی نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان زیاد	فشار هنجاری ^۱	
۴/۲		۱۸/	۴۱/	۳۳/	۱/	۹۰			
۴	۷/۹	۶	۶	۴	۵	۱	نظر منفی همسر		
۵/۵		۳۲/	۳۱/	۱۸/	۹/	۹۰			
۰	۷/۴	۲	۷	۷	۰	۱	تأیید و تحسین اجتماعی	مدیریت ^۲ بدن	
۵/۹		۲۴/	۳۴/	۱۴/	۱۰/	۹۰			
۰	۱/۲	۸	۳	۲	۶	۱	عوامل عینی اجتماعی- اقتصادی		
۸	۳/۷	۶	۹	۷	۱	۱	ورزش عمومی و همگانی	ورزش	کنترل وزن
۳/۳		۱۲/	۲۸/	۳۳/	۲۱/	۹۰			
۷	۱/۶	۰	۳	۱	۵	۱	ورزش تخصصی		
۱/۹		۰/۵	۶/	۲۱/	۷۰/	۹۰			
۵	۱۵	۰	۳	۸	۴	۱	نگرش مثبت نسبت به فرزند	نگرش نسبت به فرزند	
۵/۶	۱۹	۲۰/	۳۶/	۱۵/	۸/	۹۰			
۷	۲/۶	۶	۵	۲	۲	۱	نگرش منفی نسبت به فرزند	متغیر وابسته	
۳/۳		۱۱/	۲۹/	۳۳/	۲۳/	۹۰			
۶	۱۵	۳	۴	۶	۲	۱			

۱- (متغیر فشار هنجاری پس از تحلیل عاملی، به چهار شاخص ((نظر دیگران نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان زیاد، نظر منفی همسر، تأیید و تحسین اجتماعی، عوامل عینی اجتماعی- اقتصادی)) تقسیم شد).

۲- در خصوص متغیر مدیریت بدن، تنها بعد کنترل وزن و مؤلفه‌ی آن، یعنی ورزش استفاده شده است که در تحلیل عاملی به دو شاخص ((ورزش عمومی و همگانی و ورزش تخصصی)) تقسیم شد.

۴/۴	۱۰	۱۵/	۲۸/	۳۱/	۱۴/	۹۰	تمایل به باروری
-----	----	-----	-----	-----	-----	----	-----------------

فرضیاتی که بر اساس مدل نظری تدوین شدند، نیز مورد آزمون قرار گرفتند. بر همین اساس به آزمون روابط دو متغیره و چند متغیره (رگرسیون) پرداخته شد که از این قرارند:

فرضیه‌ی فرعی ۱: بین شبکه‌های اجتماعی و میزان تمایل به باروری رابطه وجود دارد.

جدول ۴- ضریب همبستگی بین میزان روابط با دیگران دور، حمایت اجتماعی و میزان تمایل به باروری

میزان تمایل به باروری			
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۱۹۰	۰/۰۲۰	۰/۱۶۸	میزان صمیمیت با دیگران دور
۱۹۰	۰/۰۰۴	۰/۲۰۶	میزان حمایت اجتماعی

در این فرضیه، تنها دو شاخص با متغیر وابسته رابطه‌ی معنادار دارند: بین شاخص میزان صمیمیت با دیگران دور و میزان تمایل به باروری با ۰/۹۵ اطمینان، معادل (۰/۱۶۸) رابطه‌ی مستقیم و ضعیفی وجود داشته و بین شاخص میزان حمایت و میزان تمایل به باروری با ۰/۹۵ اطمینان، معادل (۰/۲۰۶) رابطه‌ی مستقیم و متوسطی وجود داشته‌است.

فرضیه‌ی فرعی ۲: بین یادگیری اجتماعی (شبکه‌های مجازی، رسانه‌ها و یادگیری از طریق خانواده و اطرافیان) و میزان تمایل به باروری رابطه وجود دارد.

جدول ۵- ضریب همبستگی بین شاخص‌های یادگیری اجتماعی و میزان تمایل به باروری

میزان تمایل به باروری			
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۱۳۵	۰/۰۰۰	۰/۴۹۶	تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی
۱۳۵	۰/۰۰۰	-۰/۳۴۹	تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی

۱- از آن‌جا که هر کدام از متغیرهای مورد بررسی، به چند شاخص تفکیک شده‌اند، نمی‌توان نتایج بررسی همه فرضیات را در یک جدول گنجانده؛ زیرا موجب پیچیدگی فهم مطالب خواهد شد. بنابراین هر جدول به یک فرضیه اختصاص داده شده که به فهم بهتر فرضیات کمک می‌کند.

۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۵۳۸	تأثیر منفی ماهواره و تلویزیون
۱۱۵	۰/۰۰۰	۰/۳۶۰	تأثیر مثبت ماهواره
۱۸۸	۰/۰۰۰	۰/۴۱۶	تأثیر مثبت تلویزیون
۱۹۰	۰/۰۰۰	۰/۶۴۴	تشویق از طریق خانواده و اطرافیان
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۵۰۹	دلسردکردن از طریق خانواده و اطرافیان

با توجه به جدول بالا، بین شاخص تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی و میزان تمایل به باروری با ۰/۹۹ اطمینان، معادل (۰/۴۹۶) رابطه‌ی مستقیم و نسبتاً قوی وجود داشته و همچنین بین شاخص تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۳۴۹-) رابطه‌ی معکوس و متوسطی وجود داشته‌است. علاوه بر این، نتایج آزمون همبستگی بر وجود رابطه‌ی معکوس بین شاخص تأثیر منفی ماهواره و تلویزیون و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (-۰/۵۳۸) دلالت می‌کند و بین شاخص تأثیر مثبت ماهواره و میزان تمایل به باروری با ۰/۹۵ اطمینان، معادل (۰/۳۶۰) همبستگی معنادار معکوس و متوسطی وجود داشته، اما بین شاخص نقش مثبت تلویزیون و میزان تمایل به باروری با ۰/۹۹ اطمینان، معادل (۰/۴۱۶) رابطه‌ی مستقیم و نسبتاً قوی وجود داشته‌است. به علاوه، در این فرضیه، وجود رابطه‌ی مستقیم و متوسط بین شاخص تشویق از طریق خانواده و اطرافیان و میزان تمایل به باروری با ۰/۹۹ اطمینان معادل (۰/۶۴۴) مورد تأیید قرار گرفته، اما با همان فاصله، اطمینان معادل (-۰/۵۰۹) بین شاخص دلسردکردن از طریق خانواده و اطرافیان و میزان تمایل به باروری رابطه‌ی معکوس و بیش از متوسطی وجود داشته‌است.

فرضیه‌ی فرعی ۳: بین مدیریت بدن و میزان تمایل به باروری رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

نتایج نشان می‌دهد که با توجه به سطح معناداری بیش از ۰/۰۵ و پذیرش فرض صفر، هیچ رابطه‌ای بین دو شاخص ورزش عمومی و تخصصی و میزان تمایل به باروری وجود ندارد.

فرضیه فرعی ۴: بین فشار هنجاری و میزان تمایل به باروری رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول ۶- ضریب همبستگی بین شاخص‌های فشار هنجاری و میزان تمایل به باروری

میزان تمایل به باروری		ضریب همبستگی پیرسون		سطح معناداری		تعداد	

نظر دیگران نسبت به زن باردار و تعداد

ضریب همبستگی پیرسون

سطح معناداری

تعداد

۱۹۰	۰/۰۲۳	-۰/۱۶۵	فرزندان زیاد
۱۹۰	۰/۰۰۴	-۰/۴۰۸	نظر منفی همسر
۱۹۰	۰/۰۴۴	۰/۱۴۶	عوامل عینی اجتماعی-اقتصادی

نتایج ضریب همبستگی جدول فوق نشان می‌دهد که بین شاخص نظر دیگران درباره‌ی زن باردار و تعداد فرزندان و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (-۰/۱۶۵) رابطه‌ی معکوس و ضعیفی وجود داشته و بین شاخص نظر منفی همسر و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (-۰/۴۰۸) رابطه‌ی معکوس و نسبتاً قوی وجود داشته‌است. همچنین نتایج وجود رابطه‌ی مستقیم و ضعیف بین شاخص عوامل عینی اجتماعی-اقتصادی و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۱۴۶) را مورد تأیید قرار می‌دهند.

فرضیه فرعی ۵: بین شبکه‌های اجتماعی (میزان ارتباطات) و میزان یادگیری، رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

با رجوع به مدل تحقیق، میزان ارتباطات به عنوان یکی از ابعاد شبکه‌های اجتماعی تلقی شده که دارای دو مؤلفه‌ی میزان ارتباطات و حمایت اجتماعی است که شاخص‌های این متغیر در مباحث پیشین و در جدول (۳)، ذکر شده و نظر به این که یادگیری اجتماعی دارای شاخص‌هایی است که در فرضیات پیشین به تفصیل آمده، این فرضیه به نتایج زیر رهنمون شده‌است:

جدول ۷- ضریب همبستگی بین شاخص‌های میزان ارتباطات و میزان یادگیری اجتماعی به تفکیک

نقش مثبت تلویزیون بر داشتن			دل‌سرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان			میزان روابط با دیگران دور
تعداد فرزندان		میزان	سطح معناداری		ضریب همبستگی پیرسون	
تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	با دیگران نزدیک	تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۱۸۸	۰/۰۰۴	۰/۲۱۲	۱۹۰	۰/۰۳۱	-۰/۱۵۶	
		میزان صمیمیت با دیگران				میزان صمیمیت با دیگران دور
۱۸۸	۰/۰۱۳	۰/۱۸۰	۱۹۰	۰/۰۰۱	-۰/۲۳۸	

دور

نقش منفی ماهواره و تلویزیون

تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی		میزان صمیمیت با دیگران دور
		پیرسون		
۱۹۰	۰/۰۴۷	-۰/۱۴۴		

در این فرضیه بین میزان روابط با دیگران دور و شاخص دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان با اطمینان ۰/۹۵ معادل (-۰/۱۵۶) رابطه‌ی معکوس و ضعیفی وجود دارد. بین شاخص میزان صمیمیت با دیگران دور و شاخص دلسردکردن خانواده و اطرافیان با اطمینان ۰/۹۵ معادل (-۰/۲۳۸) نیز رابطه‌ی معکوس و متوسطی وجود دارد. بین شاخص میزان صمیمیت با دیگران نزدیک و شاخص نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد، با اطمینان ۰/۹۵ معادل (۰/۲۱۲) رابطه مستقیم و نسبتاً متوسطی وجود داشته‌است. نتایج هم‌چنین وجود رابطه‌ی مستقیم و ضعیف بین میزان صمیمیت با دیگران دور و نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد با ۰/۹۵ اطمینان معادل (۰/۱۸۰) را تأیید می‌کند. در نهایت، نتایج گواه این است که بین شاخص میزان صمیمیت با دیگران دور و شاخص نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد با اطمینان ۰/۹۵ معادل (-۰/۱۴۴) رابطه معکوس و ضعیفی وجود دارد.

فرضیه فرعی ۶: بین متغیرهای زمینه‌ای و میزان تمایل به باروری رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول ۸- ضریب همبستگی بین متغیرهای زمینه‌ای و میزان تمایل به باروری

تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی		سن پاسخگو
		پیرسون		
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۲۶۰		
۱۹۰	۰/۰۱۷	-۰/۱۷۴		سن همسر
۱۹۰	۰/۰۳۱	۰/۱۵۶		تحصیلات پاسخگو
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۴۱۲		تعداد فرزندان

در نهایت در خصوص متغیرهای زمینه‌ای، بین سن پاسخگو و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۲۶۰-) رابطه معکوس و متوسطی وجود دارد. بین متغیر سن همسر و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۵ معادل (۰/۱۷۴-) رابطه معکوس و ضعیفی وجود دارد و این به این معنی است که با بالا رفتن سن، میزان تمایل به باروری کاهش می‌یابد. هم‌چنین بین تحصیلات زنان و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۵ معادل (۰/۱۵۶) رابطه مستقیم و ضعیفی وجود دارد. در نهایت بین تعداد فرزندان و میزان تمایل به باروری با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۴۱۲-) رابطه معکوس و نسبتاً قوی وجود دارد.

در بخش‌های پیشین، رابطه بین متغیرها براساس فرضیات تحقیق، به صورت جداول دو بعدی مطرح شد و مورد بررسی قرار گرفت. در اینجا با استفاده از رگرسیون چند متغیره در پی آن هستیم تا تأثیر مجموع متغیرهای مستقل را بر متغیر وابسته، مورد بررسی قرار دهیم. با توجه به جدول زیر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (R^2) برابر با ۰/۴۳۷ است که نشان می‌دهد ۴۳/۷٪ از کل تغییرات متغیر تمایل به باروری در بین زنان شهر ایلام، توسط متغیرهای مذکور قابل پیش‌بینی است.

جدول ۹- نتایج آزمون رگرسیون در گام آخر یا ششم

خطای معیار برآورد	مجذور تعدیل شده	ضریب تعیین خالص (R square)	(R) ضریب تعیین
۱/۷۷۹۷۹	۰/۴۳۷	۰/۴۵۵	۰/۶۷۴

جدول ۱۰- نتایج آزمون F رگرسیون در گام آخر

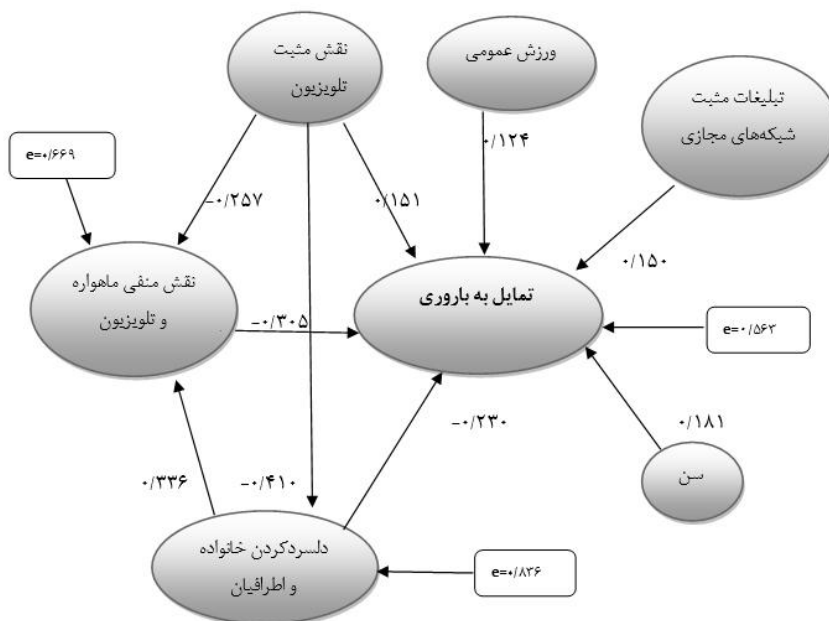
سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۰	۲۵/۴۱۸	۸۰/۵۱۵	۶	۴۸۳/۰۹۱	رگرسیون
		۳/۱۶۸	۱۸۳	۵۷۹/۶۷۹	باقیمانده
			۱۸۹	۱۰۶۲/۷۷۰	مجموع

جدول بالا نشان می‌دهد که معناداری آزمون F (۲۵/۴۱۸) در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ است که می‌توان نتیجه گرفت، مدل رگرسیونی تحقیق حاضر، مدل خوبی بوده و متغیرهای مستقل موجود در آن قادرند تغییرات میزان تمایل به باروری را پیش‌بینی کنند.

جدول ۱۱- نتایج رگرسیون (مقدار B) گام آخر

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب	ضرایب		متغیرهای وارد شده
		استاندارد نشده	استاندارد شده	B	
		Beta	خطای معیار		
۰/۰۰۰	۷/۹۴۵		۱/۰۱۰	۸/۰۲۸	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	-۴/۵۱۴	-۰/۳۰۵	۰/۰۶۷	-۰/۳۰۲	نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد
۰/۰۰۱	۳/۴۴۸	-۰/۲۳۰	۰/۰۰۷	-۰/۲۴۱	دلسردکردن از طریق خانواده و اطرافیان
۰/۰۰۱	-۳/۲۵۳	-۰/۱۸۱	۰/۰۲۴	-۰/۰۷۹	سن پاسخگو
۰/۰۱۵	۲/۴۶۰	۰/۱۵۰	۰/۰۷۴	۰/۱۸۳	تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی
۰/۰۲۰	۲/۳۴۹	۰/۱۵۱	۰/۰۶۳	۰/۱۴۸	نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد
۰/۰۲۶	۲/۲۳۹	۰/۱۲۴	۰/۰۵۹	۰/۱۳۲	ورزش عمومی

نتایج جدول بالا، میزان تأثیر هر متغیر و هم‌چنین همبستگی بین آن‌ها را نشان می‌دهد. در مدل آخر، ضریب بتای متغیر نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن فرزند یا فرزندان زیاد $۰/۳۰۲-$ ، ضریب بتای دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان نیز $۰/۲۴۱-$ ، ضریب بتای سن پاسخگو $۰/۰۷۹-$ ، هم‌چنین ضریب بتای تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی $۰/۱۸۳$ شده و ضریب بتای نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد و ورزش عمومی به ترتیب، $۰/۱۴۸$ و $۰/۱۳۲$ شده‌است. با توجه به جدول آنوا ($f(۱۰)$ نیز معنادار است، به این معنی که تحلیل رگرسیونی برقرار می‌باشد. سپس در تحلیل مسیر با توجه به نتایج رگرسیون متغیرهایی که با متغیر وابسته‌ی تحقیق یعنی میزان تمایل به باروری روابط معنادار داشته‌اند، در معادله رگرسیونی به کار گرفته شدند. بدین ترتیب ابتدا متغیر مستقلی که بیشترین ضریب بتا را با متغیر وابسته داشته، انتخاب می‌شود و آن را به عنوان متغیر وابسته بعدی در نظر می‌گیرند.



نمودار (۲) مسیر تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر میزان تمایل به باروری و ضرایب آن‌ها

جدول ۱۲- تأثیرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

تأثیرات کل	تأثیر غیر مستقیم	تأثیر مستقیم	متغیر
-۰/۳۰۵	-	-۰/۳۰۵	نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد
-۰/۲۶۱	$(۰/۳۳۶ \times -۰/۳۰۵) = -۰/۰۳۱$	-۰/۲۳۰	دلسردکردن خانواده و اطرافیان
-۰/۱۸۱	-	-۰/۱۸۱	سن پاسخگو
۰/۱۵۰	-	۰/۱۵۰	تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی
۰/۳۲۳	$+ (-۰/۲۵۷ \times -۰/۳۰۵) = ۰/۱۷۲$	۰/۱۵۱	نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد

فرزندان	(-۰/۲۳۰ × -۰/۴۱۰)		
ورزش عمومی	۰/۱۲۴	-	۰/۱۲۴

با مروری به مدل تحقیق و توجه به متغیرهایی که در مدل رگرسیونی قرار گرفته‌اند، مشخص می‌شود که در مجموع نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد (۰/۳۲۳) مهم‌ترین و قوی‌ترین پیش‌بینی کننده‌ی میزان تمایل به باروری زنان شهر ایلام است. پس از آن، نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد، مهم‌ترین تأثیر منفی (۰/۳۰۵-) بر میزان تمایل به باروری را به خود اختصاص داده‌است. در مجموع، آن‌چه از مدل تحقیق ما باقی می‌ماند و توانسته ۴۳/۷ درصد از واریانس متغیر میزان تمایل به باروری را تبیین کنند، عبارتند از یادگیری اجتماعی، مدیریت بدن و سن پاسخگو، مابقی متغیرهای موجود در مدل تحقیق کنار گذاشته می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

به این ترتیب، تحقیق حاضر نشان می‌دهد که تمایل به باروری در بین زنان شهر ایلام از حد متوسط نیز کمتر است و زنان مورد مطالعه تمایل چندانی به بچه‌دار شدن نشان نمی‌دهند که تحقیق عباسی شوازی و مک دونالد (Abbasi-Shavazi & MC Donald, 2008) نیز به این امر رهنمون شده‌اند که نگرش و رفتار زنان نسبت به باروری تغییر کرده و خانواده‌های ایرانی با کاهش باروری مواجه هستند. این مسئله‌ی مهمی است که اگر دولت در صدد ایجاد این تمایل است، باید این موضوع به طور جدی و عمیق توسط کارشناسان خبره و حاذق مورد بررسی قرار گیرد. در تحلیل رگرسیونی، یافته‌ها نشان می‌دهد که ۴۳/۷ درصد از تغییرات میزان تمایل به باروری توسط متغیرهای نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن فرزند یا فرزندان زیاد، دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان، سن پاسخگو و تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی، نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد و ورزش عمومی تبیین می‌شوند. در مجموع، از بین متغیرهای مستقل که وارد مدل شدند، نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد مهم‌ترین تأثیر مثبت (۰/۳۲۳) و نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن فرزند یا فرزندان زیاد، مهم‌ترین تأثیر منفی (۰/۳۰۵-) را بر تمایل به باروری دارند. به این ترتیب می‌توان گفت که برنامه‌های تلویزیون داخل، داشتن فرزند را تبلیغ می‌کنند و در راستای سیاست‌های جمعیتی گام بر می‌دارند و با توجه به نظریه‌ی یادگیری اجتماعی، تلویزیون یکی از منابع یادگیری اجتماعی محسوب می‌شود که می‌تواند بر تمایلات زنان تأثیر بگذارد. هم‌چنین هرچقدر نقش منفی ماهواره و تلویزیون در خصوص تمایل به باروری افزایش یابد، میزان تمایل به باروری کاهش می‌یابد و بالعکس. به این ترتیب با توجه به

چارچوب نظری، این رسانه یکی دیگر از ابعاد یادگیری اجتماعی محسوب می‌شود و طبق تئوری کاشت، رسانه ارزش‌ها و نگرش‌هایی که در فرهنگ وجود دارند را تقویت می‌کند و آن را به مخاطبان القاء می‌کند. با توجه به تئوری گرینر، شبکه‌های ماهواره‌ای نگرش منفی به فرزند یا فرزندان زیاد که جزء مؤلفه‌های فرهنگی کشورهای غربی است را به مخاطبین خود تزریق می‌کنند و به همین دلیل با میزان تمایل به باروری رابطه منفی دارند. دلسردکردن از طریق خانواده و اطرافیان نیز مهم‌ترین متغیر اثرگذار منفی است که ضریب تأثیر آن $-0/261$ شده، با توجه به نظریات یادگیری اجتماعی، خانواده و اطرافیان نیز یکی دیگر از منابع یادگیری اجتماعی افراد محسوب می‌شوند و طبق استدلال برناردی و کلارنر، دیگران مهم از قبیل اعضای خانواده، دوستان صمیمی یا همسالانی که افراد با آن‌ها ارتباط منظم دارند، الگوی یادگیری افراد محسوب می‌شوند (Bernardi & Kelarner, 2014). در تحقیق حاضر نیز مشخص شده که هرچقدر خانواده و اطرافیان، زنان مورد مطالعه را نسبت به داشتن فرزند دلسرد کنند، تمایل آن‌ها به فرزندآوری کمتر می‌شود. بنابراین یادگیری اجتماعی یکی از متغیرهایی است که بیشترین تأثیر را بر تمایل به باروری داشته که تحقیقات برناردی و کلارنر (Bernardi & Kelarner, 2014)، بالبو و باربان (Balbo & Barban, 2014)، روسیر و برناردی (Rossier & Bernardi, 2009) و لینگستاد و پرسکاوتز (Lyngstad & Prskawtetz, 2010) نیز مؤید تأثیر متغیر یادگیری بر تمایل به باروری‌اند و باروری را تنها متأثر از نظر و تصمیم شخصی نمی‌دانند، بلکه تمایل به باروری نیز مانند تمایلات یا رفتارهای دیگر، متأثر از دیگران و ابعاد متعدد یادگیری تلقی می‌شود. بر اساس نظریه یادگیری بندورا، افراد هرچه بیشتر در معرض مدل رفتاری خاصی قرار بگیرند احتمال بیشتری دارد با آن مدل رفتاری هماهنگ شوند؛ به این معنی اگر کسی الگوهای مشابهی در مورد باروری ببیند، احتمال بیشتری دارد که رفتارهایی که به شکل قابل قبول آن رفتار در دنیای واقعی است، بپذیرد. ورزش نیز دیگر متغیر اثرگذار بر میزان تمایل به باروری است که می‌توان این‌گونه تعبیر کرد که درگیر شدن زنان در فعالیت‌های اجتماعی از قبیل ورزش کردن، تأثیر منفی بر تمایلشان به بچه‌دار شدن ندارد و زنان انجام فعالیت‌های اجتماعی مثل ورزش کردن را منافی تمایل به باروری نمی‌دانند و حتی یکی از فاکتورهای سلامت جسمانی تلقی می‌شود که لازمه‌ی بچه‌دار شدن زنان محسوب می‌شود. در بین متغیرهای زمینه‌ای نیز، تنها متغیر سن پاسخگو، بر متغیر تمایل به باروری تأثیر داشته که این تأثیر به صورت منفی است، یعنی با بالا رفتن سن، تمایل به باروری کاهش می‌یابد که به وضوح می‌بینیم که هرچقدر سن زنان افزایش می‌یابد، تمایلشان به داشتن تعداد فرزندان دیگر یا بیشتر کم‌تر می‌شود، این یافته با نتایج تحقیقات مختلفی که معتقد به اثر معکوس سن پاسخگو بر تمایل به باروری هستند، هم‌راستا می‌باشد (Adibi-Sede, Siahpoosh & Darvishzade, 2011; Rad & Savabi, 2016; Abbasi-Shavazi & Khajesalehi, 2013).

References

- Abbasi –Shavazi, M.J., & Hosseini, H. (2007). Race differences of childbearing in Iran: Trend and factors Affecting it. Magazine of sociology of Iran, 8 (4):3-36. (Persian)
- Abbasi –Shavazi, M.J., & Khajesalehi, Z. (2013). An assessment on the impact of women's autonomy, Education and social participation on childbearing intention in Sirjan city, Woman in development and Politics (Women's research), 11(1):45-64. (Persian)
- Abbasi –Shavazi, M.J., & Mc Donald, P. (2008). Family change in Iran: Religion, revolution, and the state International family change: ideational perspectives, edited by Rukmalie Jayacody, Arland Thornton, and William Axinn, Taylor & Francis group, 270 Madison Avenue, New York, NY 10016.
- Abassi- Shavazi, M .J. & MC Donald, P. (2005). "National and provincial level fertility trend in Iran, 1972 – 2000", working papers in demography, No 94, Canberra: Australian national university.
- Abbasi –Shavazi, M.J., MC Donald, P., Hosseini-Shavazi, M., & Kavafirooz, Z. (2002). Considering the Women viewpoint towards the childbearing behavior in Yazd province. Letter of social science. 20:169- 203. (Persian)
- Adibi-Sede, M., Siahpoosh, E., & Darvishzade, Z. (2011). The investigation of fertility increase and effective factors on it among the Kurd clan in Andimeshk. Journal of Iranian social development studies (JISDS), 4(1):81-98. (Persian)
- Aghayarihir, T., Farokhi-Negarestan, M., Latifi-Mojere, S. (2016). Childbearing as a danger qualitative study of the contexts of having few children in Tabriz city), quarterly periodical of strategic study of women, 19 (37):7-33. (Persian)
- Balbo, Na., & Barban, N. (2014). Dose fertility behavior spread among fertility? , American Sociological Review, 79 (3):412-431.
- Bandora, A. (1993). Theory of social learning. Translated by Maher, F. Rahgosha publication. (Persian)
- Bernardi, L., Keim, S & vonder lipp, H. (2007). Social influences on fertility: A comparative mixed method study in eastern and western Germany. Journal of mixed method research, 1(1):23- 47. (Persian)
- Bernardi, L., Klarner, a (2014). Social networks and fertility, demographic research, 30 (22):641-670.
- Berington, A. (2008). Perpetual postpones? Women, men, and couples, fertility intention and subsequent fertility behavior, population trends, 117:9-19.
- Bordio, P. (2001). Theory of action: practical reasons and intellectual selection. Translated by Mardiha, first edition, Tehran: Naghshonegar publications. (Persian)
- Bordio, P. (2012). Differentiation: social criticism of subjective judgments. Translated by Chavoshian, H. vol (2). Tehran: sales publication. (Persian)
- Burt, R.S. (1982). Toward a structural theory of action: Network models and D. Bushell (eds), Behavioral Sociology. New York: Academic press.
- Ezazi, Sh. (2001). Sociology of family: with emphasis on role, structure, and function of family in contemporary era. Tehran: publication of intellectuals and study of women. (Persian)
- Gidenz, A. (2008). Modernity and personification in new era. Translated by Movafghian, N. Tehran: Ney publication. (Persian)

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signoriell, N., & Sanahan, J, edited by Bryant, J and Zillman, D. (1994). *Media effects in Theory and Research*. New Jersey: Erlbaum.
- Ghobadi, A. (2012). *Fars news*, Wednesday, 26th shahrivar, recorded on 17/04/1393. (Persian)
- Granovetter, M.S. (1985). "Economic action and social structure: the problem of embeddedness". *American Journal of sociology*. 91(3):481-510.
- Hosseini, H., & Bagi, B. (2012). Independence of women and actions of fertility of Kurd women of Mahabad Township. *Quarterly of women in development and politics*. 1(4):57-79. (Persian)
- Hosseini, H. & Bagi, B. (2014). Economical, social, and cultural determination of condition of tendency to childbearing of married women referring to health and treatment centers of Hamadan. *Scientific – research monthly of research center of university of medical sciences in Kermanshah*, year 18(1):35- 43. (Persian)
- Kalantari, S., Abbaszade, M., Mozafari, F., & Rakei-Bonab, N. (2010). Sociological consideration of tendency to fertility and some factors related to it (The case of young married people of Tabriz city), *practical sociology*, Year 21th, 77 (1):83-104. (Persian)
- Khajenoori, B., & Hashemi, S. (2011). Relationship between lifestyle and conception of body: case study: women of Shirazcity. *Quarterly of cultural research*. 4(1):79- 103. (Persian)
- Keim, S., Klarner, A., & Bernardi, L. (2009). Fertility – relevant social networks: composition, structure, and meaning of personal relationships for fertility intentions. *Mpidr working*. 2009- 2028.
- Kozer, L. (2006). *Life and thoughts of the great men of sociology*. Translated by salasi, M. first edition. Tehran: scientific publication. (Persian)
- Labibi, M.M. (2015). Analytical database of family news, 11th of Bahman. News code 24184. www.megrkhane.com. (Persian)
- Lyngstad, T.H., Prskawetz, A. (2010). Do sibling's fertility decisions influence each other? *Demography*. 47(4):923- 934.
- Mobasheri, M., Alidoosti, M., Heidary Sur Shajani, S., Khosravi, F., Khalafian, P., & Jalilian, M. (2013). Specifying the most important factors affecting the patterns of fertility of only-child families of Shahrekord Township in 1392. *Scientific- research magazine of the University of Medical Science of Ilam*, 27 (6):63-70. (Persian)
- Mosavi, S.F & Ghafelebashi, M. (2013). Consideration the status and attitude toward childbearing in young families of Ghazvin Township, *Quarterly of study of women and family*. 1(2):111-134. (Persian)
- Pescosolido, B. A., Georgianna, S. (1989). "Durkheim, suicide and religion: toward a network theory of suicide". *American sociological review*.
- Rahiminezhad, N. (2011). Consideration of fertility behavior and tendency to childbearing of couples in Ravansar Township, unpublished MA thesis of demography. Faculty of social science of Allame Tabatabaee University. (Persian)
- Rad, F., & Savabi, H. (2015). Investigation on tendency to fertility and its related social factor: a case study of married women age 15 to 50 in Tabriz. *Journal of woman and family studies*, 3(1):127-155. (Persian)
- Razavizade. N., Ghafarin, E., & Akhlaghi, A. (2015). Contexts of tendency to having few childbearing and delay in childbearing. *Quarterly of Strategy of culture*, 31:73- 98. (Persian)

- Registered office of Iran. Collection of demographic statistics of faculty including: analyzing demographic indexes. (Birth, death, marriage, divorce), Khordad (2010). No (4). www.sabteahval.ir. (Persian)
- Rezaee, M. (2011). Contents of childbearing in Kurdistan of Iran: case study of Saghez city. PHD dissertation of demography. Faculty of social science of Tehran University. (Persian)
- Ritzer, J. (2004). Theories of sociology. Translated by Ghafarizad, AR. First edition. Jahad Danneshgahi publication. (Persian)
- Rossier, C., & Bernardi, L. (2009). Social interaction effects on fertility intentions and behavior. Europe Journal population. 25:467- 482.
- Statistics center of Iran. (2016). population census and housing. (Persian)
- Seif, A. (1995). Behavior change and Behavior therapy: theories and methods. Tehran: Dana publication. (Persian)
- Shiri, T., Bidarian, S. (2009). A study of the effective economic demographic factors on the fertility of employed women aged 15-49 in education organization- Tehran's 22nd district, Journal Social science, 3(3): 93-107. (Persian)
- Wellman, B., & Frank, K. (2000). Network Capital in a Multi – level world: Getting support from personal Communities. In social Capital: Theory and research. Edited by Lin, N., Cook, K., & Burt, R. Chicago: Aldine de Gruyter.

