

مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری

حلیمه عنایت^۱ و لیلا پرنیان^{۲*}

چکیده

این مطالعه به بررسی ارتباط جهانی شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری زنان جوانان شهر شیراز پرداخته است. این پژوهش با استفاده از ابزار پرسش‌نامه و شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای چند مرحله‌ای انجام گرفته است. جامعه‌ی آماری آن تمامی زنان و دختران جوان شهر شیراز است. حجم نمونه بر اساس جدول لین با ۹۵ درصد اطمینان و خطای ۴ درصد ۶۰۰ نفر برآورد گردید. نتایج این پژوهش بیانگر آن بود که تقریباً ۲۹ درصد از زنان دارای گرایش به فرزندآوری می‌باشند. بر اساس نتایج آزمون همبستگی نیز، بین تمامی مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی شامل: فناوری نوین داده‌ای و ارتباطاتی، نگرش نقش جنسیتی، آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری، استفاده از موبایل و مشتقات آن و فردگرایی ارتباط معنی‌دار و منفی با متغیر گرایش به فرزندآوری وجود دارد. یافته‌های مستخرج از مدل رگرسیون چند متغیره نیز نشان داد که چهار متغیر: فناوری نوین داده‌ای و ارتباطاتی، فردگرایی، نگرش نقش جنسیتی و استفاده از موبایل و مشتقات آن در مجموع توانستند ۲۶/۳ درصد از تغییرات متغیر گرایش به فرزندآوری را تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن فرهنگی، گرایش به فرزندآوری، فردگرایی، فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی، آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری.

۱- دانشیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز: Henayat@rose.shirazu.ac.ir

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز و مشاور مرکز مشاوره همراز وابسته به دانشگاه علوم پزشکی شیراز.

*- نویسنده مسئول مقاله: parnian.leila@gmail.com

پیشگفتار

امروزه جهانی‌شدن^۱ با مختصات نوپای خود پدیده‌ای می‌باشد که جهان معاصر را با چالش روبه‌رو کرده است. به تعبیر واترز و رابرتسون (Waters, 2001 & Robertson, 2006) جهانی‌شدن موجب یک زلزله در جغرافیای سیاسی شده است که تمامی ساختارهای کلان فرهنگی و اجتماعی در جهان را تحت الشعاع خود قرار داده است و از جمله پیامدهای ژرف آن می‌توان به تأثیرات آن بر ساحت فرهنگ اشاره کرد (Nobakht, 2007). در حقیقت جنبه کاملاً بنیادی‌تر جهانی‌شدن که در پشت هر یک از بُعدهای نهادی شده‌ی آن قرار دارد را می‌توان جهانی‌شدن فرهنگی^۲ نامید (Termer, 2001) که با اشاعه‌ی مؤلفه‌های فرهنگ لیبرالیسم و پیشرفت در حوزه‌ی فناوری داده‌ها و بویژه عمومیت استفاده از وسایل ارتباط جمعی و فناوری داده‌ای و ارتباطاتی نوین^۳، جوانب گوناگون زندگی فرهنگی افراد را دچار دگرگونی و تحول کرده است. این امر به طور اجتناب‌ناپذیری منجر به رشد دنیاگرایی و عقل‌گرایی و کاهش نفوذ نیروهای سنتی شده است (Giddens, 2001). لذا، امروزه نظریه‌پردازی در حوزه تأثیرات جهانی‌شدن بر تغییر فرهنگ جوامع و زندگی افراد مورد توجه قرار گرفته است.

در نتیجه‌ی این تغییر و تحولات، می‌توان گفت، نگرش و گرایش به فرزندآوری نیز (به عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگی) دچار تحول می‌شود. در حقیقت می‌توان گفت، جهان در آستانه دگرگونی‌های شگفت‌انگیزی قرار گرفته و ساختار جمعیت جهان نیز به تبع آن در حال تغییر شکل است (Kalantari et al, 2006). برای مثال، در سال ۲۰۰۱ حدود ۸۵ درصد کشورهای در حال توسعه خواستار کاهش باروری بوده‌اند (United Nations, 2004). بنابراین، پیش‌بینی می‌شود در آینده‌ی گوی باروری پایین، جهانی‌شدن (Abbasi shavazi & Hosseini, 2007).

به بیان دیگر، با آغاز عصر شتابان ارتباطات و داده‌ها، سیستم‌های اطلاع‌رسانی نفوذ بسیار زیادی در خانواده‌ها پیدا کرده و آگاهی و شناخت مصرف‌کنندگان رسانه‌ای را ارتقاء داده‌اند. این رشد آگاهی منجر به بالا رفتن توقعات افراد و انتظار رفاه بیشتر شده است. در نتیجه خانواده‌ها تمایل کم‌تری به داشتن فرزند پیدا کرده و تعداد بیشتر کودک را مانعی در رسیدن به سطح بالاتر رفاه می‌دانند (Kalantari et al, 2006).

این در حالی است که تمایل و اشتیاق عمومی به داشتن فرزند، امری است که در تمام جوامع

^۱ - Globalization .

^۲ - Cultural globalization

^۳ - The new communication and information technologies

بشری وجود داشته و خواهد داشت. این امر نیز بدیهی است که مردم تا هر اندازه و تعداد که توان زیستی آن‌ها اجازه دهد، فرزند نمی‌خواهند. به همین دلیل در همه جا از وسایل پیشگیری از بارداری و سقط جنین استفاده می‌کنند و هیچ‌گاه بُعد خانواده‌ها به بیش‌ترین حد ممکن از لحاظ زیست‌شناختی نمی‌رسد، اما آنچه که این موضوع را امروزه تبدیل به یک مسئله اجتماعی نموده است این است که در عصر جهانی شدن، عوامل نوسازی فیزیکی، بازسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، از راه دگرگون کردن روش اندیشه مردمان، خانواده‌گرایی و گرایش به فرزند را کم ارزش و آینده‌نگری فردی و گرایش به زندگی مادی را که در آن آسایش و شادکامی از برتری بیش‌تری برخوردار است، نیرومند و پر توان ساخته است (Ashofte Tehrani, 1993).

بنابراین امروزه کاهش گرایش به فرزندآوری نیز مانند تأخیر در ازدواج و خیلی از مسایل دیگر، به فهرست مسائل اجتماعی پیوسته است که می‌بایست مورد بررسی قرار گرفته و راه‌حلی برای آن پیدا شود زیرا با عنایت به تغییرات گسترده‌ی جمعیتی در طی سه دهه‌ی گذشته و مسائل و چالش‌های جمعیتی ناشی از آن، کاهش سطح باروری تأثیر قاطعی بر میزان رشد، ترکیب و ساختار جمعیتی و تعدیل شتاب افزایش تعداد جمعیت خواهد داشت. در نتیجه، توجه به این پدیده و اندازه‌گیری و تبیین آن بیش از پیش از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. هم‌چنین، مطالعه تأثیرات جهانی شدن فرهنگی و مؤلفه‌های آن، درک و بینش ما را از تجربه‌ی باروری افزایش داده و ما را در پیش‌بینی روندهای آینده‌ی باروری و در نهایت، اتخاذ سیاست‌های مشخص و معین جمعیتی کمک خواهد کرد.

ایران نیز جامعه‌ای است که در دهه‌های گذشته و بویژه در دو دهه گذشته، با رشد روزافزونی تحت تأثیر فرآیند جهانی شدن و تحولات پُر شتاب فناوری‌های نوین آن قرار گرفته است (Khajenoori, 2006 & Sahabi, 2010 & Internet world stats, 2005). در جریان این تأثیرگذاری‌ها، دگرگونی‌هایی در سبک‌های زندگی مردم و سایر ابعاد زندگی آنان بوجود آمده است (Khajenoori, 2006; Moghadas & Khajenoori, 2008; Khajenoori, 2010). به علاوه در نیم قرن اخیر، تغییرات بنیادی در شکل و ویژگی‌های خانواده، انتقال از خانواده گسترده به هسته‌ای و به تبع آن کاهش سطح زاد و ولد و باروری در کشور محسوس بوده است (Kalantari et al, 2010). از جمله در طول سه دهه گذشته، بویژه دوره ۱۳۷۵ - ۱۳۶۵ باروری به گونه‌ای بی‌سابقه کاهش یافت و طی سال‌های ۱۳۸۵ - ۱۳۸۲ ایران به جرگه کشورهایی پیوست که دارای باروری در سطح یا زیر سطح جایگزینی بودند (Abbasi Shavazi & Hosseini, 2007). هرم سنی جمعیت که در طول تاریخ همواره قاعده‌ای گسترده داشته و به لحاظ تمرکز بیش از ۴۰ درصد از کل جمعیت در سنین کم‌تر از ۱۵ سال از ساختاری

جوان برخوردار بود، در طول دو دهه‌ی اخیر به سبب کاهش باروری تغییر شکل داده و نوعی فرورفتگی در قاعده‌ی هرم سنی ایجاد شده است (Zanjani, 2004). این کاهش باروری به گونه هم‌زمان در تمام مناطق جغرافیایی و گروه‌های سنی تولید مثل صورت گرفت. ایران کشوری است که جمعیت جوان آن، حدود ۶۰ درصد جامعه را تشکیل می‌دهند (Kalantari & Hasani, 2008). در این بین به نظر می‌رسد چون جوانان در مقایسه با گروه‌ها و قشرهای دیگر، با مظاهر و وسایل تجدد و نوسازی، جهانی شدن و هم‌چنین اندیشه‌های جدید، آشنایی و برخورد بیشتری دارند، بیش از دیگران در معرض تغییرات قرار گرفته‌اند. بنابراین، مطالعه پیرامون چگونگی مسایل اجتماعی و فرهنگی آنان و از جمله گرایش به فرزندآوری بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

شهر شیراز نیز به عنوان یکی از کلان‌شهرهای کشور، در معرض جهانی شدن و تغییرات حاصل از مدرنیته و در مواجهه با رسانه‌هایی چون ماهواره و دیگر رسانه‌ها بوده است (Khajenoori, 2006). بنابراین این شهر ممکن است دستخوش دگرگونی‌های ارزشی و رفتاری شده باشد. لذا، هم‌زمانی روند کاهش باروری در طول دهه‌های اخیر با روند جهانی شدن فرهنگی در کشور، ضرورت انجام مطالعه‌ی در زمینه‌ی ارتباط جهانی شدن فرهنگی با گرایش به فرزندآوری را نمایان می‌سازد و این سؤال اساسی در اینجا مطرح می‌شود که آیا بین جهانی شدن فرهنگی و مؤلفه‌های گوناگون آن با گرایش به فرزندآوری در بین زنان و دختران جوان شهر شیراز ارتباط وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

کلانتری و همکاران (Kalantari et al, 2010) در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی گرایش به فرزندآوری و برخی عوامل مرتبط با آن در بین جوانان متأهل شهر تبریز» به این نتیجه رسیدند که متغیر گرایش دینی بالاترین تأثیر را بر گرایش به فرزندآوری در بین جوانان این شهر داشته است. در نهایت، در این پژوهش متغیرهای: گرایش دینی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی و منافع اقتصادی به میزان ۲۲ درصد متغیر وابسته‌ی گرایش به فرزندآوری را تبیین نمودند.

عباسی شوازی و عسکری ندوشن (Abbasi Shavazi & Askari Nodoshan, 2005) در پژوهشی به بررسی «تغییرات خانواده و کاهش باروری در ایران» پرداخته‌اند. در این پژوهش نتایج نشان داد که طی چند دهه اخیر تغییرات سریعی در رفتارها و نگرش‌های باروری رخ داده است. بافت سنتی خانواده نیز آینده‌ای از تداوم و تغییر را تجربه کرده است. بر اساس تحلیل‌های این پژوهش سرعت شدید کاهش باروری را نمی‌توان به تغییر شکل سنتی خانواده ارتباط دارد زیرا

کاهش سریع باروری ملازم با تحولات سریع در عناصر سنتی حیات خانواده نبوده است. کلانتری و همکاران نیز (Kalantari et al, 2006) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تأثیرگذار بر میزان باروری با تأکید بر نقش تنظیم خانواده در شهر اصفهان» نشان دادند که رسانه‌های ارتباط جمعی، میزان نفوذ خانواده‌ی زن و شوهر، دیدگاه زنان نسبت به تنظیم خانواده، سطح تحصیلات طن و مرد و ... عوامل مهم و تأثیرگذار بر تعیین میزان باروری خانواده‌ها می‌باشند.

کلانتری و همکاران (Kalantari et al, 2004)، در پژوهشی دیگر با عنوان «عوامل جمعیتی مؤثر بر رفتار باروری زنان یزد» نشان دادند که ۶۳٪ از پاسخگویان از راه مراکز آموزشی و رسانه‌های جمعی با وسایل جلوگیری از بارداری آشنا شده‌اند و ۷۴٪ از آنان در حال حاضر از یکی از روش‌های جلوگیری از بارداری استفاده می‌کنند و این دو عامل بر رفتار باروری زنان شهر یزد تأثیرگذار بوده است.

مظلومی و همکاران (Mazlumi et al, 2006) در پژوهشی با عنوان «بررسی آگاهی، نگرش و رفتارهای زنان در مورد بهداشت باروری در هفت شهر مرکزی ایران» نشان دادند که ۶۲٪ زنان با اصطلاح بهداشت باروری آشنایی داشته و ۶۶/۴ درصد آنان روش‌های مؤثر پیشگیری از بارداری را بکار می‌برده‌اند. روی هم رفته، بر اساس یافته‌های این پژوهش نگرش زنان در خصوص بهداشت باروری در سطح مطلوبی قرار دارد و در پیشگیری از بارداری تأثیرگذار است.

اکتابی (Ektabi, 2005) نیز در پژوهشی با عنوان «کاهش باروری در ایران و عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر آن با تأکید بر نقش تنظیم خانواده بین سال‌های ۱۳۷۵-۱۳۶۵ در شهر اصفهان» نشان داد که بین متغیرهای: پایبندی به فرهنگ سنتی، استفاده از وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌های نوین و استفاده از وسایل پیشگیری از بارداری با کاهش باروری رابطه معناداری وجود دارد.

امین شکروی (Amin Shokravi, 2004) در پژوهشی با عنوان «مطالعه عوامل مؤثر در بارداری‌های ناخواسته در گروهی از زنان باردار شهر تهران» نشان داد که ۴۹٪ از بارداری‌های ناخواسته حاصل شکست روش‌های پیشگیری از بارداری یا عدم استفاده‌ی صحیح از وسایل پیشگیری از بارداری بوده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش آگاهی و دانش در رابطه با وسایل پیشگیری از بارداری از تولد فرزندان ناخواسته جلوگیری کرده و رقم باروری را تا اندازه‌ای کاهش خواهد داد.

کلند (Cleland, 2010)، در پژوهشی اسنادی با عنوان «تنوع سطوح باروری و استنباط‌هایی برای آینده» بیان می‌دارد که در کشورهای اروپایی در طی چهل سال گذشته، تجارب زیادی در کاهش

بچه‌آوری زنان کسب شده است. این تجارب اساساً با استفاده از وسایل مدرن پیشگیری از بارداری و ترویج ایده‌ی خانواده کوچک بدست آمده است.

اکرت جف و استیر (Ekert-Jeffe & stier, 2009)، نیز در پژوهشی با عنوان «رفتار اصولی و اقتصادی، باروری و اشتغال زنان در اسرائیل» نشان می‌دهد که متغیرهای فرهنگی تصمیم‌های باروری و گرایش به فرزندآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهند، اما متغیرهای اقتصادی تصمیم‌های باروری را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد.

کرزر و وایت (Kerzer & White, 2008)، در پژوهشی با عنوان «مسیر ایتالیا به سوی باروری خیلی پایین: تناسب اقتصادی و تئوری‌های دومین تحول جمعیتی» با روش تحلیل طولی، عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را که باعث افت شدید باروری در این کشور بوده مورد بررسی قرار داده است. وی دلایل کاهش باروری در این کشور را روی آوردن به شیوه‌های زندگی مدرن دنیوی می‌داند. این نتیجه بر اساس نظریه‌های ISDT بوده که به جابجایی ارزش‌ها و فرهنگ از دو جهت اشاره می‌کند، یک: حرکت خانواده از خانواده‌گرایی به فردگرایی و دوم: حرکت از وابستگی مذهبی به سکولاریزم (دنیاگرایی).

کولا و همکاران (Kola. et al, 2006) ، نیز در پژوهشی با عنوان «تعاملات بین همسران در زمینه‌ی باروری و برنامه‌ی خانواده در نیجریه» نشان دادند که برنامه‌های رادیو و تلویزیون بر نظرات زوجین در زمینه‌ی فرزندآوری و استفاده از وسایل پیشگیری از بارداری اثر گذار است. هم‌چنین بر اساس نتایج این پژوهش، مانع عمده در زمینه‌ی موضوع‌های باروری، موقعیت فرهنگی و ناآگاهی در مورد هنجارها و ارزش‌های مدرن است.

مانسکی و می شار (Manski & Mayshar, 2003) در پژوهشی با عنوان «انگیزه‌های شخصی و تأثیرات متقابل اجتماعی: معمای باروری در اسرائیل» به این نتیجه رسیدند که فردگرایی و منافع شخصی رابطه مستقیمی با باروری دارد.

مورتی (Murthi, 2002) نیز در پژوهش «تغییرات باروری در آسیا و آفریقا» بیان می‌کند که در دو تا سه دهه گذشته، تغییراتی شدید در میزان باروری در آسیا و آفریقا دیده شده است. وی علل این امر را دسترسی به اطلاعات جدید، امکان ارزیابی نتایج و منافع باروری، شهرنشینی، گسترش وسایل ارتباط جهانی و فرهنگ مدرن مصرف‌گرایی می‌داند.

مبانی نظری پژوهش

تئوری اجتماعی، فرهنگی باروری^۱: منظور از نظریه‌های اجتماعی و فرهنگی آن دسته از نظریه‌های است که بر محوریت فرهنگ و اجتماع رفتار باروری را تبیین کرده‌اند. برای نمونه، تأکید بر باورها و آداب و رسوم اجتماعی، هنجارها و ارزش‌ها و روی هم رفته، مؤلفه‌های فرهنگ، در زمره نظریه‌های اجتماعی و فرهنگ قرار می‌گیرد (Farahani, 2010). در ابتدا گمان بر این بود که انتقال جمعیت به علت توسعه اقتصادی و اجتماعی است و عامل فرهنگ در نظریه سنتی انتقال جمعیت مطرح نبود. با مطالعات متعددی که در کشورها با عنوان بازنگری جمعیتی صورت گرفت، مسلم شد که ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی سهم به‌سزایی در انتقال جمعیت در کشورها دارند و فرهنگ می‌تواند عامل تعیین کننده و هدایت کننده انتقال جمعیت بشمار آید. برخی نظریه‌پردازان نیز بر این باورند که متغیر تعیین کننده سطوح باروری نکاحی، بر خلاف آنچه تاکنون بیش‌تر به وسیله کلاسیک‌ها و نئوکلاسیک‌ها گفته شده، متغیرهای فرهنگی است (Weeks, 1992). در این راستا پیشنهادهایی برای رسیدن به آستانه‌ی غیر قابل بازگشت باروری از جانب نظریه‌پردازان ارائه شده است:

۱. باروری همراه با یک حسابگری و انتخاب آگاهانه باشد. به بیان دیگر، باید سود و زیان برای عرضه فرزند، به عنوان یک عنصر معتبر در باروری در نظر گرفته شود.
۲. کاهش باروری باید سودمند باشد. به بیان دیگر در شرایط اقتصادی و اجتماعی مشخص، بایستی روند کاهش باروری به عنوان یک روند سودمند برای زوجین درک شده باشد.
۳. روش‌های مؤثر بر کاهش باروری باید در دسترس باشند. در حقیقت لازم است روش‌هایی که به جلوگیری از بارداری می‌پردازند شناخته شوند؛ ارتباطات مؤثر و کافی بین زوجین برقرار و از پایداری کافی برخوردار باشد تا اینکه آن‌ها بتوانند به گونه موفقیت آمیزی آن روش‌ها را بکار گیرند (Treitelbaum, 1975).

نظریه فرهنگ در جمعیت‌شناسی^۲: هامل (Hammel, 2009) از دیگر نظریه‌پردازانی است که به بیان تأثیر فرهنگ، خصوصاً با رویکرد ساختاری و عملکردی بر جمعیت‌شناسی پرداخته است. او با توصیفی متحول از فرهنگ، به استفاده از این مفهوم در شکل دادن باروری‌ها می‌پردازد. به نظر کالدول (Caldwell, 1976) نیز در هر جامعه‌ای شرایط اجتماعی خاصی وجود دارند که با تعیین کمینه‌ها و بیشینه‌های مطلوب، رفتار باروری را تنظیم می‌کنند. هم‌چنین شرایط اجتماعی با طرح

^۱- Socio-Cultural Theories

^۲- Cultural theory demographic

یک کمینه، می‌تواند مانع کاهش باروری در سطوح پایین‌تر از آن کف مشخص شده شود (Farahani, 2010). همچنین، در این دیدگاه تقاضای اقتصادی برای بچه، با انتقال فرهنگی باورها و ارزش‌های غربی که در نهایت، به کاهش تقاضا منجر می‌شود، پیوند می‌خورد. در کل، فرض اساسی کالدول این است که جوامع در هر سطحی از فرآیند توسعه با توجه به ملاحظات اقتصادی و غیر اقتصادی، رفتار باروری آنان عقلانی است (Kalantari et al, 2006).

نظریه نوگرایی^۱: بر اساس این نظریه، نوسازی و مدرن شدن سبک زندگی و تفکرات افراد، باعث رشد تفکرات آینده‌نگر و داشتن زندگی مرفه‌تر می‌شود، که باعث می‌گردد توجه انسان به خانواده ضعیف‌تر گردد. پدیده نوگرایی عبارت است از مجموعه‌ای از نظام ارزش‌ها و رفتارها که در جوامع کنونی، گسترش فراوان یافته است. نظریه‌پردازان در این گروه بر این باورند که مطالعات باید دربرگیرنده آن دسته از ویژگی‌های فرد باشد که جزئی از نوسازی را شکل می‌دهد. آن‌ها در طی مطالعاتی که انجام داده‌اند، نتیجه می‌گیرند که آن دسته از افراد که شهرنشین بوده و عمدتاً از وسایل ارتباط جمعی بیش‌تری برخوردار هستند، مصرف‌گراتر بوده و از وسایل مدرن پیشگیری از بارداری آگاه هستند و در نهایت، فردگراتر هستند. نوتشتاین (Notestein, 1953) در این رابطه باور دارد که باروری نسبت به فرآیند مدرنیزه شدن خیلی آهسته واکنش نشان داد. اما در نهایت، کاهش باروری از راه گسترش استفاده از وسایل جلوگیری از باروری شروع شد که این امر تحت تأثیر عوامل فردگرایی و افزایش سطح خواسته‌ها و زندگی صنعتی و شهری بود. به عبارت دیگر شهرنشینی و صنعتی شدن باعث ایجاد سبکی از زندگی می‌شود که پرورش بچه‌ها را هزینه‌آور می‌سازد و به تدریج ارزش‌های مربوط به داشتن فرزند زیاد را از بین می‌برد. شرط اساسی این نظریه این است که باروری پایین نتیجه مستقیم نوسازی و صنعتی شدن است (United Nation, 1990).

نظریه تغییر و پاسخ^۲ (رویکرد ابداع‌ها): بر اساس این نظریه آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری و استفاده از وسایل ارتباط جمعی در کنترل رفتار باروری و شکل‌دهی ویژه به نوبت زایمان‌ها مؤثر است. فرآیند کنترل باروری به شدت به صنعت ارتباطات وابسته است. سیر تاریخی استفاده از این فرآیند تابع این اصل است: وقتی یک گروه رفتار نوینی اخذ می‌کنند یا ابزار جدیدی را بکار می‌برند اگر با موفقیت همراه شد، دیگران نیز به گونه فزاینده و سریع مطابق با آن گروه عمل می‌کنند و این فرآیند تبعیت و تکرار به حدی ادامه می‌یابد که یک موقعیت اشباع در

^۱ -Modernism theory

^۲ -Theory of change and response

جامعه ملاحظه شود. بنابراین، بر اساس این نظریه، فناوری پیشرفته کنترل باروری در قالب: سقط جنین، عقیم سازی و ... در جامعه انتشار یافته و مورد استقبال همگان قرار می‌گیرد و بدین صورت در جلوگیری از تولد فرزندان ناخواسته نقش دارد (Khoshnevis, 2001).

نظریه‌های روان‌شناختی و ذهنی^۱: لستاقه (Lesthaghe, 1986) بر این باور است که دستیابی فرد به اهداف فردی، رفتار باروری را تبیین می‌کند. منظور لستاقه از این مفهوم، حق فرد و آزادی او برای تعریف اهدافش و هم چنین، تعیین و انتخاب روش‌های مورد نظر برای رسیدن به اهداف، مثلاً رفتار باروری است. لیبنشتاین (Leibenstein, 1975) نیز بر اساس مسئله هزینه و منفعت بر این باور است که والدین سبک - سنگین می‌کنند که داشتن فرزند چقدر هزینه و یا منفعت می‌تواند داشته باشد. در نهایت، او بر این باور است که در یک جامعه رفتارهای باروری ناشی از یک رفتار اقتصادی - عقلانی است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اگر منافع اقتصادی حاصل از فرزند بیش‌تر از هزینه‌های دوگانه‌ی آن باشد، خانوار و مادر انگیزه پیدا می‌کند که فرزندان بیش‌تری داشته باشد (Behenda, 1989). در نتیجه تقاضا برای فرزند تابعی از میزان نفع شخصی حاصل از فرزندآوری، سلیق و علایق خانواده و فرد (مادر) است.

تئوری ارتقاء اجتماعی^۲: بر اساس این نظریه رفتار باروری مبتنی بر انگیزه‌های فردی - روانی زوجین است و فرآیندهای شناختی کنترل شده، رابط بین گرایش - رفتار می‌باشند (Urry, 2000). یکی از زیربنایی‌ترین مباحث این نظریه این است که افزایش جمعیت در یک ملت نسبت معکوس با پیشرفت فردگرایی دارد. این تئوری که «شعور اجتماعی^۳» نامیده می‌شود، بیان می‌کند که علت مهم باروری بالا، دوری از مراکز شهری است. در حقیقت در مراکز شهری و مدرن باروری، به خاطر شعور اجتماعی بالا در سطح پایینی است زیرا ثروت، زندگی تجملاتی و رقابت روزافزون باعث شده است که والدین احساس مسئولیت کمتری در رابطه با فرزندان داشته باشند (Shirastova, 1994).

چارچوب نظری

جهانی شدن فرهنگی به واسطه‌ی وسایل ارتباط جمعی نوینی که در اختیار دارد، نظام‌های ارزشی، نظام‌های معنایی و شیوه‌ها و سبک‌های زندگی جوامع را دگرگون کرده است که از جمله آن می‌توان به تغییر نوع نگاه به فرزندآوری اشاره کرد. اشتباه خواهد بود که درباره‌ی جهانی شدن صرفاً به عنوان یک فرآیند رشد و وحدت جهانی

^۱- Mental & psychological theory

^۲- Theory of social promotion

^۳- Social sense

بیاندیشیم. به سخن دیگر، زندگی ما بیش از پیش از فعالیت‌ها و رویدادهایی تأثیر می‌پذیرد که کاملاً دور از زمینه‌های اجتماعی‌ای که در آن فعالیت‌های هر روزه‌ی خود را انجام می‌دهیم رخ می‌دهند (Giddens, 2006). در حقیقت، در اوضاع و احوال کنونی گرایش‌های جهانی‌ساز نهادهای مدرن پا به پای تحولات و دگرگونی‌های متعدد در حوزه‌های گوناگون زندگی روزمره اجتماعی حرکت کرده و در نهایت، حتی بر حوزه فعالیت‌های شخصی و خصوصی افراد نیز تأثیر عمیقی برجای می‌گذارند (Giddens, 1991). بنابراین، گستره تأثیرگذاری و تأثیرپذیری اجتماعی هم بسیار فراخ‌تر شده، جامعه‌ای شکل می‌گیرد و جهانی‌شدن معطوف به انواع پیوند و رابطه‌ی فرد با این جامعه‌ی جهانی است (Golmohammadi, 2004). برای مثال، در گذشته مردم در جوامع کشاورزی، فرزند زیاد و فامیل گسترده را افتخاری برای خود می‌دانستند، اما در جهان مدرن امروزی که عصر ارتباطات و داده‌ها نام گرفته است؛ زنان با کسب آگاهی در زمینه‌های تنظیم خانواده و شیوه‌های پیشگیری از بارداری، به دنبال ایده‌آل‌های زندگی رفاه‌بیش‌تر و در نتیجه فرزند کم‌تر هستند. این فرآیند کسب آگاهی، از راه فناوری‌های جدید داده‌ای و ارتباطاتی که ساختار روابط اجتماعی را در راستای پهنه‌های نامحدود زمانی – مکانی گسترش می‌دهند رخ می‌دهد (Giddens, 2001). گیدنز در این رابطه از اصطلاح «تجربه‌ی واسطه‌ای» استفاده می‌کند که منظور از آن فناوری‌های مدرن پیام‌رسانی مانند تلفن و رایانه شبکه‌دار شده و «رسانه‌های جمعی»^۱ چون روزنامه، سینما، رادیو، تلویزیون و نظایر آن‌ها است (Tamlinson, 2002). در سایه سپهر اطلاعاتی یاد شده ارزش‌هایی چون: رفاه فردگرایانه، سودجویی، طمع و آسایش خودخواهانه در بین زنان و دختران سرتاسر جهان تبلیغ می‌شود. در نتیجه این امر نوعی گفتگو بین فرهنگ‌ها شکل گرفته و در نهایت، با استفاده از همین آگاهی مشترک، زنان دارای ایده‌ها، الگوهای رفتاری و شیوه‌های واحد پیشگیری از باروری نیز می‌شوند.

گیدنز (Giddens, 2001) در این راستا بر این باور است که خانواده، امروزه دچار دگرگونی‌هایی شده است که در کشورهای غربی و صنعتی این دگرگونی‌ها پیشروی کرده‌اند و به مرور زمان در حال جهانی شدن هستند؛ وی باور دارد که امروزه داشتن فرزند، یک هزینه بزرگ اقتصادی است. به همین دلیل تعداد فرزندان هر خانواده به طور میانگین به ۱/۲ کاهش یافته که کم‌ترین میانگین در طول تاریخ بشری است (Tofler, 1993). از نظر وی امروزه داشتن فرزند نسبت به گذشته، بیش‌تر تصمیمی عاطفی است و ما در عصری زندگی می‌کنیم که می‌توان آن را «عصر طلایی فرزند» یا «عصر فرزند عزیز» نامید. این در حالی است که در گذشته، فرزندان به عنوان اعضای

^۱ - Mass media

اصلی اقتصاد خانواده مطرح بودند و فرزند زیاد، بویژه داشتن فرزند پسر، بمنظور کسب درآمد بیشتر و یا دفاع از خانواده در تعارضات و تنازعات قدیمی و قبیله‌ای یک ارزش بشمار می‌رفت (Sheikhi, 2001).

هم‌چنین نگرش نقش جنسیتی زن و مرد که به ترتیب خانه‌داری و نان‌آوری بوده تغییر کرده است و زن بودن و مرد بودن، از نظر وظایف و هویت‌هایی که ایجاب می‌کند، معنای روشن و مشخص ندارد و امروزه زنان و مردان در چارچوب سرنوشتی که به واسطه‌ی نقش آن‌ها از پیش تعیین شده است زندگی نمی‌کنند. هم‌چنین، موقعیت زنان و روابط میان دو جنس هر چه بیش‌تر مساوات طلب‌تر شده است (Giddens, 2001). به بیان دیگر، در دوران مدرن، ارزش‌هایی چون: وفاداری و هم‌دردی زن و مرد نسبت به هم، تولید مثل و تولد فرزندان و نگرش‌های نقش جنسیتی مانند: نان‌آور بودن مرد و خانه‌دار بودن زن، وظیفه‌ی تربیت فرزند و غیره نیز به شدت زیر سؤال رفته و بسیار کم رنگ گردیده‌اند و نهاد خانواده، به هیچ وجه آن قداست خاص دوران ما قبل صنعتی و مدرن را ندارد. در نتیجه امروزه زنان چندان خود را ملکف به فرزندآوری و تربیت آن نمی‌بینند و برای خود نقش‌ها و وظائف جدیدی قایل هستند که در راستای توسعه و پیشرفت فردی آنان می‌باشد. به بیان دیگر، امروزه زنان فراتر از حوزه خصوصی و نقش مادری و همسری نقش بر عهده می‌گیرند و منابع هویت‌ساز آنان گوناگون و زیاد شده است.

بنابراین، روی هم رفته، می‌توان گفت کاهش باروری بطور عمده، بازتابی از نظم اخلاقی در حال تغییر در جامعه است. امروزه شمار زیادی از افراد، تصمیم‌های باروری فردی خود را برحسب باورها و دیدگاه‌های خود اخذ می‌کنند، یعنی تغییر در رفتار باروری ارتباط نزدیکی با تغییر در نظام‌های ارزشی افراد دارد. در حقیقت امروزه مفاهیمی چون: فردگرایی و خود شکوفایی، آزادی انتخاب، پیشرفت فردی و سبک زندگی متغیرهایی هستند که رفتار باروری را تبیین می‌کنند. فرض اساسی این است که زوجها و افراد تنها به این دلیل دارای بچه می‌شوند یا نمی‌شوند که نیازهای خصوصی و شخصی خود را برآورده سازند (Khoshnevis, 2001). روی هم رفته، زندگی مدرن و جدید امروزی، افزایش نیازهای مادی و اجتماعی افراد را باعث می‌گردد و تمایل به فردگرایی و ارتقاء سطح زندگی و داشتن رفاه بیش‌تر، با داشتن فرزند زیاد سازگاری ندارد. این ارزش‌های فرهنگی از راه تحولات فناوری و رسانه‌ای، در عرصه جهانی انتشار می‌یابند و به واسطه آن نوعی آگاهی جهانی در حوزه وسایل پیشگیری از بارداری، فردگرایی و نگرش جدید نقش جنسیتی ایجاد می‌شود. بر این اساس می‌توان پیش‌بینی نمود زمانی که زنان و مادران احساس کنند که با حضور فرزند، هویت و فردیت و آرزوها و امیال شخصی‌شان به خطر می‌افتد، گرایش به فرزندآوری در آنان کاهش می‌یابد.

فرضیه‌ها

۱. به نظر می‌رسد بین جهانی‌شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری در بین زنان و دختران جوان ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد بین فردگرایی و گرایش به فرزندآوری در بین زنان و دختران جوان ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد بین وسایل ارتباط جمعی سنتی و گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۴. به نظر می‌رسد بین فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی و گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۵. به نظر می‌رسد بین استفاده از موبایل و مشتقات آن و گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۶. به نظر می‌رسد بین نگرش نقش جنسیتی جدید و گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۷. به نظر می‌رسد بین آگاهی از وسایل پیشگیری از باروری و گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش کمی و پیمایشی استفاده شده و داده‌های مورد نیاز از راه پرسش‌نامه بدست آمده است. جامعه آماری، تمامی زنان و دختران ۲۹ - ۱۴ ساله ساکن در شهر شیراز، در سال ۱۳۹۱ می‌باشند. حجم نمونه آماری بر اساس جدول لین (Lin, 1976) با سطح معناداری ۹۵ درصد و خطای ۴ درصد برابر با ۶۰۰ نفر برآورد گردید. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این پیمایش، تصادفی سهمیه‌ای چند مرحله‌ای می‌باشد. بدین ترتیب که ابتدا جمعیت مناطق نه‌گانه شهر شیراز بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ به تفکیک استخراج، سپس متناسب با جمعیت هر منطقه و نسبت آن با جمعیت کل، تعداد پرسش‌نامه مورد نظر برای هر منطقه مشخص شد. سپس در هر منطقه به صورت تصادفی تعدادی بلوک (به تناسب تعداد پرسش‌نامه آن منطقه) و در درون هر بلوک نیز به صورت تصادفی تعدادی کوچه تعیین شدند. در نهایت، در هر کوچه نیز به صورت تصادفی تعدادی خانوار مشخص گردیده که در هر خانوار، فقط یک زن یا دختر جوان جهت پاسخ‌گویی تعیین گردید.

از میان ابعاد گوناگون فرهنگ، بحث جهانی‌شدن و فرهنگ در این پژوهش در قالب مفاهیم زیر

عملیاتی شده است: فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی، وسایل ارتباط جمعی، نگرش نقش جنسیتی جدید و آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری، که در ادامه به تعریف نظری و عملیاتی هر یک از این متغیرها می‌پردازیم:

جهانی شدن فرهنگی: اگر چه واژه جهانی شدن مدت‌ها پیش وجود داشت (و مفهوم سراسر جهان از آن مستفاد می‌شد)، اما معمول شدن واژه «جهانی شدن» نشانگر دل‌مشغولی امروزی ما به مسایل جهان است و به همین دلیل است که لغت‌نامه واژه‌های جدید آکسفورد واژه جهانی شدن را در زمره واژه جدید معرفی می‌کند که به گونه ویژه، اما نادرست در واژگونه‌های مربوط به محیط زیست رواج یافته است (Robertson, 2006).

به باور هلد و مک‌گرو (Held & Mc Grew, 2007) جهانی شدن افزایش شمار پیوندها و ارتباطات متقابلی است که از دولت‌ها (و در نتیجه فراتر از جوامع) دامن می‌گسترند و نظام جدید جهانی را می‌سازند. جهانی شدن به فرآیندی اطلاق می‌شود که از طریق آن حوادث و تصمیمات یک بخش از جهان می‌تواند نتایج مهمی را برای افراد و جوامع در بخش‌های بسیار دور کره‌ی زمین در بر داشته باشد (Kia, 2008).

فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی^۱: فناوری‌های داده‌ای و ارتباطاتی ICT مجموعه‌ای گسترده و متنوع از فناوری‌هاست (اینترنت، ماهواره، موبایل، چت و...) که برای برقراری ارتباط میان انسان‌ها به کار می‌روند. صنایع جهانی ICT با اتصال دستگاه‌های ارسال و دریافت به یکدیگر، جوامع و کل جهان را به شبکه‌های فرامرزی و در هم تنیده از تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان داده‌ها و محتواهای ارتباطی تبدیل می‌کنند (Gaem & NooriNejad, 2010). این متغیر ترکیبی با استفاده از گویه‌های: چت یا تویتر، اینترنت، ایمیل، ماهواره، ... عملیاتی شده است.

آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری: این متغیر با استفاده از ۶ گویه‌ی محقق ساخته در زمینه شناخت راه‌های گوناگون کنترل موالید، تنظیم خانواده، فاصله بین زایمان‌ها و ... عملیاتی شده است.

نگرش نقش جنسیتی: به موضع‌گیری فرد نسبت به جایگاه، نقش، وظایف و امتیازات مردان و زنان در جامعه، نگرش جنسیتی اطلاق می‌شود (Riyahi, 2007). نگرش نقش جنسیتی مقوله‌ای است معطوف به دو جنس مرد و زن که در طول زمان پدید می‌آید که بی‌پیرایه و خالص نمی‌باشد، بلکه نگرش‌ها از تصورات قالبی سرچشمه می‌گیرند. تصورات قالبی جنسیتی به عنوان باورهای

^۱ - New information and communication technologies

مبتنی بر رضایت درباره ویژگی‌های مردان و زنان در نظر گرفته شده است. به لحاظ اجتماعی این باورها درباره ویژگی‌های مردان و زنان بر ادراکات مشاهده‌گر از مردان و زنان اثر می‌گذارد (Mokhtari & Enayat, 2011). گویه‌های اگر زن به فعالیت اقتصادی درآمدزا بپردازد اشکالی ندارد، وظیفه اصلی زنان فرزندآوری و مراقبت از فرزندان است، زنان توانایی اشتغال در مشاغل مهم سیاسی (نماینده مجلس، وزارت ...) را دارند، انجام کارهایی چون جاروب کردن و آشپزی برای مردان ناپسند است، ... که پرسش درباره‌ی وظائف زن و مرد و نقش‌های آن‌ها می‌باشد، این متغیر را به صورت عملیاتی می‌سنجند. روش کدگذاری این گویه‌ها به صورتی می‌باشد که کسانی که در این گویه نمره بالاتری کسب کرده‌اند، با نگرش‌های سنتی در زمینه نقش زنان مخالفند.

فردگرایی (متغیر مداخله‌گر): فردگرایی به استقلال رأی و تکیه بر عقلانیت تعریف شده است و موضوع‌های اصلی آن عبارتند از: خوداتکایی، رقابت، فاصله‌ی عاطفی، احساس دوری از گروه، لذت‌طلبی، خلاقیت و پذیرش نافرمانی. فردگرایی با تأکید بیشتر بر ثبات شخصی و ارتقای خود فردی همراه است (Triandis, 2001). گویه‌های این متغیر با بهره‌گیری از نظریه تریاندیس طراحی شدند که عبارتند از: هر کس باید به فکر خودش باشد نه دیگران، آنچه برای من اهمیت دارد رفاه و آسایش امروز من است، هر کس باید برای آینده‌اش، خودش تصمیم بگیرد، برای رسیدن به موفقیت به هر قیمتی تلاش می‌کنم، هنگام تصمیم‌های مهم خودم را در نظر می‌گیرم، رقابت قانون طبیعت است، این روزها وضع به گونه‌ای شده است که هر کس باید به خودش فکر کند، ... می‌باشند.

گرایش: ترکیب شناخت‌ها، احساس‌ها و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معین را گرایش شخص نسبت به آن چیز می‌گویند (Karimi, 2006). گرایش به فرزندآوری (متغیر وابسته): منظور گرایش و تمایل به داشتن فرزند از نظر اجتماعی و بیولوژیکی در بین خانواده‌ها است (Kalantari & etal, 2010)

در این پژوهش با مرور منابع و پژوهش‌های داخلی و خارجی، جهت سنجش گرایش به فرزندآوری گویه‌هایی در قالب طیف لیکرت در نظر گرفته شد. این متغیر با گویه‌های: خوشبختی خانواده در گرو وجود بچه، دور ماندن از فعالیت‌های اجتماعی بخاطر بچه، دوری از محیط‌های پر از بچه، افزایش فشارها و طیفی از بیماری‌ها با حضور فرزند، تمایل به بچه‌دار شدن تحت هر شرایطی (با عمل جراحی، ...)، بهتر شدن رابطه متقابل همسران با وجود بچه، تنها هدف از ازدواج تولید نسل، عصای دست بودن بچه برای والدین در دوران پیری، گرما بخش بودن بچه در زندگی، شروع مشکلات با تولد فرزند، ضروری بودن فرزند برای تأمین و نگهداری والدین در سنین کهولت، نشانه زندگی وجود و حضور بچه است، ... سنجیده شده‌اند. کسب نمره بالا در این گویه‌ها بیانگر

گرایش به فرزندآوری در سطح بالا است.

اعتبار و روایی پرسش‌نامه

در این پژوهش جهت تعیین جهت تعیین اعتبار گویه‌ها از دو روش اعتبار صوری و اعتبار سازه استفاده شده است. بدین ترتیب که ابتدا بعد از بررسی مطالعات و منابع گوناگون داخلی و خارجی، برای هر یک از مفاهیم تعدادی گویه مشخص شد و در اختیار اساتید حوزه علوم اجتماعی قرار گرفت و از آنان خواسته شد تا مناسب‌ترین گویه‌ها را به ترتیب اولویت انتخاب کنند. سپس برای مشخص کردن اعتبار سازه، از روش تحلیل عاملی استفاده شد. در پرتوی تحلیل عاملی گویه‌هایی که دارای بار عاملی پایینی بودند حذف شدند تا گویه‌های نهایی بدست آمد. پایایی گویه‌های متغیرهای پژوهش به وسیله ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است. افزون بر این، بمنظور بالا بردن پایایی ابزار سنجش، آزمون مقدماتی نیز انجام شده و پرسش‌نامه بین ۵۰ نفر از جامعه آماری، به صورت تصادفی توزیع گردید. سپس با استفاده از آزمون‌های تحلیل عاملی و سنجش پایایی به بررسی گویه‌های مقدماتی پرداخته و در نهایت، با جرح و تعدیل گویه‌ها پرسش‌نامه‌ی نهایی استخراج گردید. جدول ۲ نیز نشان دهنده نتایج تحلیل عاملی وسایل ارتباط جمعی است.

جدول ۱- نتیجه آزمون پایایی هر متغیر به روش آلفای کرونباخ

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
گرایش به فرزندپروری	۱۲	۰/۸۲۳
فردگرایی	۱۳	۰/۸۲۶
نگرش جنسیتی	۸	۰/۷۰۷
آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری	۶	۰/۷۱۲

جدول ۲- نتایج تحلیل عاملی وسایل ارتباط جمعی در بین زنان و دختران جوان شهر شیراز

اجزای وسایل ارتباط جمعی		عامل‌های رسانه‌های ارتباط جمعی ابعاد رسانه‌های جمعی		
		عامل نخست	عامل دوم	عامل سوم
داده‌ای و ارتباطی فناوری‌های نوین	برنامه‌های تلویزیون خارجی (ماهواره)	۰/۷۰۶		
	اینترنت	۰/۶۶۸		
	چت یا فیس بوک (تویتر)	۰/۵۹۶		
	ایمیل (پست الکترونیکی)	۰/۵۶۵		
وسایل ارتباط جمعی سنتی	تلویزیون داخلی	۰/۵۵۱		
	روزنامه‌ها و مجلات داخلی	۰/۵۳۲		
	فیلم و سی دی	۰/۴۱۰		
	رادیوهای داخلی	۰/۳۴۹		
استفاده از موبایل و مشتقات آن	مکالمه با موبایل			
	پیام کوتاه (SMS)	۰/۴۸۷		
	تماس تلفنی با خارج از کشور	۰/۴۷۳		۰/۴۰۰

با توجه به جدول ۲ برای بررسی و یافتن عوامل طیف وسایل ارتباط جمعی از روش تحلیل عاملی استفاده شده است. بر پایه نتایج این روش، سه عامل بدست آمد که به ترتیب، فناوری‌های ارتباط جمعی نوین (چهار گویه)، وسایل ارتباط جمعی سنتی (چهار گویه) و استفاده از موبایل و مشتقات آن (سه گویه) نام‌گذاری شدند. بر اساس نتایج جدول ۲ و با توجه به آماره K.M.O در تمام ابعاد، می‌توان گفت داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند. در واقع با سطح معناداری ($sig = 0/00$) و سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد می‌توان گفت که تمامی عناصر بکار رفته برای هر بعد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته‌اند.

یافته‌های پژوهش

در این بخش (جدول ۳) به بررسی یافته‌های پژوهش با استفاده از آماره‌های توصیفی میانگین و انحراف استاندارد می‌پردازیم.

جدول ۳- داده های توصیفی مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی زنان و دختران جوان شهر شیراز

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
گرایش به فرزندآوری	۲۸/۲۴۱	۶/۵۷۹
فردگرایی	۴۰/۲۸۳	۹/۷۸۷
آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری	۹/۸۳۳	۴/۹۸۰
نگرش نقش جنسیتی	۱۵/۰۳۸	۶/۴۸۸
فناوری‌های نوین داده ای و ارتباطاتی	۷/۳۰	۴/۹۲۹
استفاده از موبایل و مشتقات آن	۸/۴۴	۳/۰۸۶
وسایل ارتباط جمعی سنتی	۱۰/۶۷	۴/۲۴۷

این جدول شامل تمامی متغیرهای پژوهش است که بر روی هم میزان جهانی شدن فرهنگی نمونه مورد مطالعه شهر شیراز را می‌سنجند. با توجه به مقادیر موجود در جدول، بیش‌ترین میانگین متعلق به متغیر فردگرایی با مقدار ۴۰/۲۸۳ و انحراف استاندارد ۹/۷۸۷ است. متغیر نگرش نقش جنسیتی نیز با مقدار میانگین ۱۵/۰۳۸ و انحراف استاندارد ۶/۴۸۸ در مرتبه دوم قرار دارد. هم‌چنین، گفتنی است که میانگین متغیر وابسته (گرایش به فرزندآوری) نیز ۲۸/۲۴۱ و انحراف استاندارد آن ۶/۵۷۹ است.

برای آزمون فرضیه‌های دوم تا هفتم رابطه مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی با گرایش به فرزندآوری؛ ضریب همبستگی پیرسون بکار گرفته و نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است:

جدول ۴- آزمون رابطه همبستگی مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی با گرایش به فرزندآوری زنان

و دختران جوان

متغیرهای مستقل	گرایش به فرزندآوری	سطح معناداری
فردگرایی	۰/۳۳۹**	۰/۰۰۱
آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری	۰/۱۳۶**	۰/۰۰۰
نگرش نقش جنسیتی	۰/۱۳۴**	۰/۰۰۰
فناوری‌های نوین داده ای و ارتباطاتی	۰/۴۴۹**	۰/۰۰۰
استفاده از موبایل و مشتقات آن	۰/۳۱۸**	۰/۰۰۰
وسایل ارتباط جمعی سنتی	۰/۰۳۳	۰/۴۳۰

نتایج بررسی فرضیه‌ها در جدول ۴ نشان می‌دهد که رابطه‌ی بین فردگرایی و گرایش به فرزندآوری در سطح معناداری ۹۹ درصد تأیید شده است (فرضیه دوم). هم‌چنین رابطه بین

فناوری‌های نوین داده ای و ارتباطی و موبایل و مشتقات آن با گرایش به فرزندآوری معنادار و منفی است. بنابراین، به ترتیب فرضیه چهارم و پنجم نیز در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید شدند. این در حالی است که وسایل ارتباط جمعی سنتی هیچ تأثیر منفی یا مثبتی بر گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان ندارد (فرضیه سوم). در مورد ارتباط بین نگرش نقش جنسیتی و گرایش به فرزندآوری ملاحظه می‌شود که هرچه نگرش نقش جنسیتی زنان نمره بیشتری را به خود اختصاص دهد (مدرن تر باشد)، گرایش به فرزندآوری به گونه معناداری کاهش می‌یابد (فرضیه ششم). در نهایت، بین آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری با گرایش به فرزندآوری نیز ارتباط معنادار و منفی برقرار است و هرچه آگاهی زنان جوان از این وسایل بیشتر شود گرایش به فرزندآوری در آنان کاهش می‌یابد (فرضیه هفتم). بنابراین، نتایج بررسی فرضیات دو تا هفت حاکی از ارتباط معنادار و منفی بین تمامی مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری است و بدین صورت فرضیه اصلی پژوهش (فرضیه نخست) تأیید می‌گردد. بر اساس منطبق روش رگرسیون چند متغیره، متغیرهای مستقلی که در تبیین واریانس سهم قابل توجهی داشتند برای متغیر وابسته، طی چهار مرحله وارد معادله شدند که در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵- تحلیل رگرسیون چند متغیره متغیر گرایش به فرزندآوری زنان و دختران جوان شهر

شیراز

متغیر وارد شده	R	R ²	F	Sig F	B	Beta	معناداری
فناوری‌های نوین داده ای	۰/۴۵۱	۰/۲۰۴	۱۴۳/۵۳	۰/۰۰۰	-۰/۳۹۷	-۰/۳۰۲	۰/۰۰۰
فردگرایی	۰/۴۸۷	۰/۲۳۷	۸۶/۸۷	۰/۰۰۰	-۰/۱۱۶	-۰/۱۷۵	۰/۰۰۰
نگرش نقش جنسیتی	۰/۵۰۷	۰/۲۵۷	۶۴/۳۰	۰/۰۰۰	-۰/۱۲۲	-۰/۱۲۲	۰/۰۰۴
استفاده از موبایل و مشتقات آن	۰/۵۱۳	۰/۲۶۳	۴۹/۸۲	۰/۰۰۰	-۰/۱۹۹	-۰/۰۹۴	۰/۰۲۶

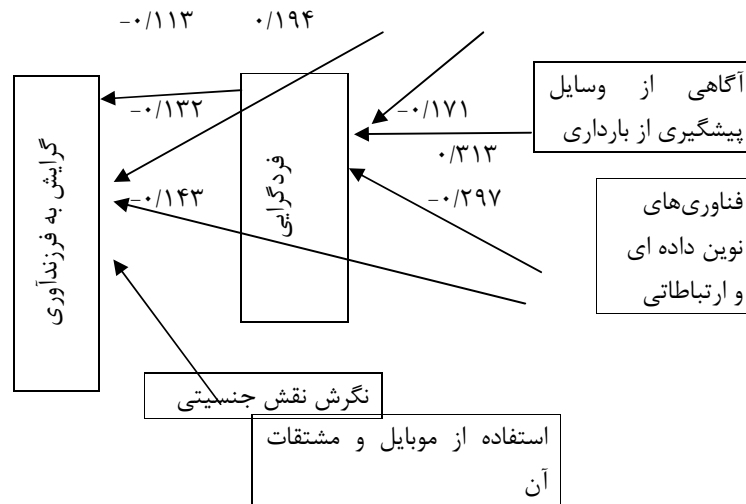
همان‌گونه که مشاهده می‌شود، تمامی متغیرهای وارد شده با سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. بر اساس این نتایج می‌توان گفت که مهم‌ترین متغیری که گرایش به فرزندآوری را تبیین می‌کند، فناوری‌های نوین داده ای و ارتباطاتی است که تأثیر منفی روی گرایش به فرزندآوری دارد. توان پیش‌بینی مدل در این مرحله ۲۰/۴ درصد است. دومین متغیر وارد در معادله فردگرایی است. با ورود این متغیر به معادله توان تبیین مدل ۲۳/۷ درصد می‌رسد. سومین متغیر نگرش نقش جنسیتی است که با ورود آن ۲ درصد توان تبیین مدل افزایش می‌یابد. هم‌چنین، با ورود متغیر استفاده از موبایل و مشتقات آن به مقدار ۰/۰۰۶ قدرت تبیین افزایش می‌یابد و در نهایت، مجموع توان تبیین مدل به ۲۶/۳ درصد می‌رسد. ($R^2=0/263$).

در رگرسیون چند متغیره ما نمی‌توانیم تأثیرات غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را بررسی کنیم. جدول ۶ بیانگر تأثیرهای مستقیم و غیر مستقیم و مجموع این تأثیرات بر گرایش به فرزندآوری می‌باشد:

جدول ۶- محاسبه اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر گرایش به فرزندآوری

نام متغیر	تأثیر مستقیم	تأثیر غیر مستقیم	مجموع اثر مستقیم و غیر مستقیم
فناوری‌های نوین داده ای و ارتباطاتی	-۰/۲۹۷	-۰/۰۵۳	-۰/۰۳۵
وسایل ارتباط جمعی سنتی	—	—	—
استفاده از موبایل و مشتقات آن	-۰/۱۱۳	-۰/۰۳۳	-۰/۱۴۶
نگرش نقش جنسیتی	-۰/۱۴۳	—	-۰/۱۴۳
آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری	—	-۰/۰۲۲	-۰/۰۲۲
فردگرایی	-۰/۱۷۱	—	-۰/۱۷۱

همان گونه که مشاهده می‌شود، متغیرهای نگرش نقش جنسیتی و فردگرایی تنها اثر مستقیم و متغیر آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری نیز فقط تأثیر غیرمستقیم بر گرایش به فرزندآوری دارد. هم‌چنین، از میان این متغیرها، متغیر فناوری‌های نوین داده ای و ارتباطاتی بیش‌ترین اثر و متغیر آگاهی از وسایل پیشگیری از وسایل بارداری کم‌ترین اثر را داشته است. در ادامه با استفاده از نمودار تحلیل مسیر (نمودار ۱) سعی شده است چگونگی اثرگذاری مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل و متغیر مداخله‌گر بر گرایش به فرزندآوری شرح داده شود. مهم‌ترین مزیتی که استفاده از روش تحلیل مسیر نسبت به روش تحلیل رگرسیون دارد، این است که در روش تحلیل مسیر افزون بر تأثیر مستقیم، امکان شناسایی اثرات غیر مستقیم هر یک از متغیرهای مستقل بر بر متغیر وابسته نیز وجود دارد (Habibpoor & Safarishali, 2009).



نمودار ۱- بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر گرایش به فرزندآوری

بحث و نتیجه‌گیری

کشور ایران در چند دهه اخیر، تحولات چشمگیر جمعیت‌شناختی را تجربه کرده است. کاهش باروری از حدود هفت فرزند در سال ۱۳۵۸ به حدود ۲/۱ فرزند در سال ۱۳۷۹ بیانگر همین مطلب است (Abbasi shavazi et al, 2004). دلایل متعددی برای تبیین انتقال باروری ایران بیان شده است: کاهش مرگ و میر کودکان، افزایش شهرنشینی، توسعه و بهبود نظام شبکه‌ی بهداشتی - درمانی و ... از این موارد هستند (Abbasi Shavazi & Alimand Negari, 2010). هر چند در سال‌های اخیر کاهش گرایش به باروری و عوامل مؤثر بر آن در کانون بررسی‌های جامعه‌شناختی و جمعیت‌شناختی قرار گرفته‌اند، اما تأثیر جهانی‌شدن فرهنگی و مؤلفه‌های آن چون: وسایل ارتباط جمعی، آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری، نگرش نقش جنسیتی و فردگرایی تاکنون مورد مطالعه قرار نگرفته است. در حالی که جهانی‌شدن فرهنگی می‌تواند وضعیتی را ایجاد کند که در آن شرایط متغیرهای دیگر به گونه‌ای قوی‌تر بر باروری تأثیر بگذارند و در پی آن، بهبود در سایر متغیرها سبب ایجاد شرایطی شود که جهانی‌شدن فرهنگی بیش‌ترین تأثیر را روی گرایش

فرزندآوری داشته باشد. از این رو، این پژوهش با هدف مطالعه تجربی ارتباط جهانی شدن فرهنگی با گرایش به فرزندآوری در بین زنان و دختران جوان شهر شیراز صورت گرفت. بر اساس نتایج بدست آمده از آمارهای توصیفی پژوهش، میانگین گرایش به فرزندآوری در زنان و دختران جوان شهر شیراز تقریباً ۲۸ درصد و پایین بود. این امر با نتایج پژوهش‌های کللند (Cleland, 2010)، کرتز و وایت (Kerzer & White, 2008)، مورتی (Murthi, 2002) و نتایج پژوهش‌های عباسی شوازی (Abbasi Shavazi, 2001) که روند کاهش باروری را در دنیا و استان‌های گوناگون ایران نشان داده است هم‌سو است.

نتایج آزمون همبستگی برای فرضیه‌های دو تا هفت بدین قرار است:

به جز فرضیه سوم، فرضیه‌های دوم تا هفتم تأیید شدند. به بیان دیگر، بین متغیر گرایش به فرزندآوری با همه‌ی متغیرهای مستقل پژوهش بجز وسایل ارتباط جمعی سنتی، همبستگی منفی و معنی داری وجود داشت و این تأییدی بر چارچوب نظری مستخرج از آراء گیدنز و فرضیه‌های پژوهش مبنی بر ارتباط بین جهانی شدن فرهنگی با کاهش گرایش به فرزندآوری بود. متغیر فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی بیش‌ترین میزان همبستگی را با متغیر وابسته داشت (تأیید فرضیه چهارم). به همین صورت ارتباط بین استفاده از موبایل و مشتقات آن با گرایش به فرزندآوری نیز معنادار و منفی بود (تأیید فرضیه پنجم). نتایج پژوهش‌های اکتابی (Ektabi, 2005)، کولا و همکاران (Kola. et al, 2006) و کلانتری و همکاران (Kalantari et al, 2004) نیز ارتباط بین رسانه‌ها با میزان باروری را تأیید کرده است. در این باره، شاید بتوان گفت که فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی بیش‌ترین داده‌ها و ارزش‌ها در حوزه‌های عقلانی، لیبرالیسم، فردگرایی، دنیاگرایی، سکولاریسم و ... را در خود دارند که این مفاهیم، رعایت حسابگری و عقلانی در فرزندآوری، نگهداشت آزادی و حفظ منافع خود، توجه به امر خودشکوفایی، محاسبه هزینه و منفعت در تولید مثل و ... را تبلیغ می‌کنند و در نتیجه گرایش به فرزندآوری را کاهش می‌دهند. افزون بر این، امروزه در این رسانه‌ها بیشتر از آنکه زنان در حال ایفای نقش مادری و تربیت فرزند باشند، در نقش‌های اجتماعی و غیر خانوادگی نمایش داده می‌شوند. در حقیقت فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی به صورتی جهت‌دار، زنان شاغل، مجرد تحصیل کرده، هنرمند، ورزشکار و ... را به عنوان الگوی زن موفق به جامعه معرفی می‌کنند و ناخودآگاه این پیام را به مخاطب خود منتقل می‌کنند که ایفای نقش مادری امتیاز تلقی نمی‌گردد. افزون بر آن به نظر می‌رسد هم اکنون ساخت و نمایش فیلم‌ها و سریال‌هایی با محوریت خانواده‌های کوچک با یک یا دو فرزند، زندگی مشترک افراد مجرد با یک‌دیگر، خانواده‌های تک نفره، زندگی فرزندان جدا از خانواده، ... در کاهش گرایش جوانان به ازدواج و فرزندآوری تأثیرگذار باشد.

دومین متغیری که بیشترین میزان همبستگی را با گرایش به فرزندآوری زنان جوان داشت، فردگرایی بود (تأیید فرضیه دوم). فردگرایی در ارتباط با کنار رفتن سنت‌ها و رسوم از زندگی افراد است. این پدیده نیز با فرآیند جهانی‌شدن در مفهوم گسترده آن در ارتباط است. در حقیقت، در عصر جهانی‌شدن فرهنگی، مراجعی که همه مدعی صلاحیت هستند و سنت که مهم‌ترین مرجع و مأخذی بوده که بشر به آن رجوع می‌کرده، اهمیت کلی خود را از دست داده و در عرض سایر مراجع موجود در جهان مدرن واقع شده است. در نتیجه بازاندیشی زندگی اجتماعی مدرن که مغایرت مستقیم با سنت دارد، هم سنت و هم دین را تضعیف کرده است (Giddens, 2001). بنابراین، آداب ویژه‌ای هم که در فرهنگ سنتی و اسلامی ایران دارای ارزش و جایگاه قابل ملاحظه‌ای است مانند: صلح‌رحم، جمع‌گرایی، داشتن فرزند زیاد، خویشتاوند گسترده و ... به موازات نفوذ ارزش‌ها و گفتمان‌های جهانی، مورد بازاندیشی قرار می‌گیرند و ارزش‌هایی چون فردگرایی جایگزین آن می‌شوند. تحت تأثیر این گفتمان‌های جهانی، افراد بیش‌تر به دنبال آزادی و استقلال و پیشرفت خود در عرصه‌های گوناگون هستند و داشتن فرزند زیاد را مانعی بر سر راه تحقق پیشرفت فردی تلقی می‌کنند. در چنین شرایطی هر گونه کنش اجتماعی (مثلاً گرایش به فرزندآوری) بر مبنای احتساب سود و زیان مترتب بر آن برای فرد انجام می‌گیرد و اگر زنان احساس کنند که با تولد فرزند، منافع فردی و مصلحت شخصی آنان به خطر می‌افتد، از اقدام به آن صرف‌نظر خواهند کرد. زیرا تصور می‌شود که بار مسئولیت فرزند، امکان رشد فردی و دستیابی به آرزوها را از آنان می‌گیرد. بطور کلی می‌توان گفت تقاضا برای فرزند تابعی از میزان نفع شخصی حاصل از فرزندآوری و تطابق آن با سلايق و علايق زنان است. نتایج پژوهش مانسکی و می‌شار (Manski & Mayshar, 2003) نیز این رابطه را تأیید کرده است.

متغیر دیگر که ارتباط معنی‌دار و منفی با گرایش به فرزندآوری دارد، آگاهی از وسایل پیشگیری از بارداری است (تأیید فرضیه هفتم). نتایج پژوهش‌های فراهانی (Farahani, 2010)، مظلومی و همکاران (Mazlumi et al, 2006) و کلانتری و همکاران (Kalantari et al, 2004) نیز ارتباط معنی‌دار بین شناخت وسایل پیشگیری از بارداری با کاهش باروری را تأیید کرده است. در این مورد به نظر می‌رسد، آگاهی از دانش کنترل باروری، عقیم‌سازی، سقط جنین و سایر موارد، عامل مهمی در اقدام به پیشگیری و کنترل بارداری است و زنانی که این دانش را نمی‌دانند ناگزیر هم‌چنان باروری بالایی دارند.

بر اساس آزمون‌های همبستگی، متغیر نگرش نقش جنسیتی نیز رابطه معنی‌دار و منفی با متغیر وابسته داشته است (تأیید فرضیه ششم). در جوامع سنتی نقش‌های زنان بیش‌تر محدود به خانواده و فرزندان بوده است و محور اصلی هویت آن‌ها را تشکیل می‌داد، اما در جوامع مدرن موازنه قدرت

بین زنان و مردان در درون خانواده‌ها؛ به واسطه آگاهی از جنبش‌های و پیام‌های جهانی چون فمینیسم و حقوق بشر؛ تغییر یافته و برابرگرایانه‌تر شده است. روی هم رفته، جهانی شدن فرهنگی، از راه وسایل ارتباط جمعی نوینی که در اختیار دارد، عامل توانمندسازی و بازنمایی زنان در نقش‌هایی غیر از مادری و همسری و اصلاح نگرش نقش جنسیتی موجود در جامعه بوده است. در نتیجه این اطلاع‌رسانی‌ها و کسب آگاهی از این روند جهانی، زنان حقوقی غیر از مادری و همسری برای خود قابل هستند که این امر موجب مشارکت بیشتر، افزایش سطح تحصیلات، اشتغال، گسترش تعلقات و روابط گروهی و تعدد و تکثر منابع هویت‌ساز آنان شده است. بنابراین، زنان هویت‌شان را بیش‌تر به واسطه‌ی نقش‌های اجتماعی که ایفاء می‌کنند می‌سازند و نه صرفاً نقش‌های خانگی و خانوادگی (Giddens, 2001:74). در نتیجه آنان برای ایفای نقش‌های جدید در عرصه‌های گوناگون (اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، شغلی، ورزشی، هنری ...) تمایل دارند که فرزند کم‌تر و در نتیجه اوقات فراغت بیش‌تری داشته باشند و گرایش به فرزندآوری در آنان کاهش می‌یابد.

در مجموع می‌توان گفت، افزایش آگاهی در عصر جهانی شدن فرهنگی، باعث تغییر نگرش‌ها در زنان نسبت به نقش‌های جنسیتی، رشد فردگرایی و شناخت از روش‌های پیشگیری از بارداری و افزایش توقعات شده است که این امر با تعداد فرزند زیاد در تضاد است (Kalantari et al., 2006). بنابراین، روی هم رفته، می‌توان گفت به جز ارتباط متغیر وسایل ارتباط جمعی سنتی با گرایش به فرزندآوری که رد شده است، ارتباط سایر متغیرهای پژوهش که از مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی می‌باشند با گرایش به فرزندآوری تأیید شده است. هم‌چنین، روابط بین متغیرهای مستقل با گرایش به فرزندآوری با استفاده از تکنیک آماری رگرسیون چند متغیری نیز مورد بررسی قرار گرفت و نتایج بدست آمده نشان داد که از میان متغیرهای موجود در معادله، به ترتیب چهار متغیر فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطاتی، فردگرایی، نگرش نقش جنسیتی و استفاده از موبایل و مشتقات آن برای متغیر وابسته وارد معادله شدند و در مجموع ۲۶/۳ درصد از تغییرات گرایش به فرزندآوری را تبیین کردند.

References

- 1- Abbasi Shavazi, M.J. & Hosseini, H. (2007). "The ethnical differences of fertility in Iran: the effective factors and processes on it", Iran Sociology Magazine, 8th Series, NO. 4, 3-36. (In Persian).
- 2- Abbasi Shavazi, M.J. & Askari Nodoshan, A. (2005). Family changes and fertility decline in Iran, case study: Yazd province, Social Sciences Letters, No.25, 25-75. (In Persian).

- 3- Abbasi Shavazi, M.J. et al. (2004). "The evolutions of fertility in Iran, the evidences of four selected provinces", The Health Assistant of Sanitary, Treatment and Medical Training Ministry. (In Persian).
- 4- Abbasi Shavazi, M.J. (2001). "Convergence of fertility behavior in Iran, fertility measure, process and age pattern in the country's provinces from 1972 to 1996", Social Sciences Letters, No.18, 201-231. (In Persian).
- 5- Abbasi Shavazi, M.J. & Alimand Negari, M. (2010), "The effect of different aspects of women's freedom on their fertility behavior in Iran", Women in Development and Politics, 8th Series, No.4, 31-51. (In Persian).
- 6- Amin Shokravi, F. (2004). "The study of effective factors on inadvertent pregnancy of some gravid women in Tehran", The Quarterly of Fertility and Infertility, No.3, 5th Series, Serial Number-19, 249-259. (In Persian).
- 7- Ashofte Tehrani, A. (1993). The population sociology, Isfahan: Jihad Daneshgahi Publication. (In Persian).
- 8- Behenda, A. (1989). Principles of population studies, Himalaya, Publishing house, Bombay.
- 9- Caldwell, J.C. (1976). Toward a restatement of demographic transition theory, Population and development review, 2(3-4), 321-367.
- 10- Cleland, J. G. (2010). Diversity of fertility levels and implications for the future, Procedia social and behavioral sciences, 2, pp: 6920 - 6927.
- 11- Ekert-Jeffe, O. & H. stier (2009). Normative or economic behavior? Fertility and women's employment in Israel, Social science research, 38, pp: 644-655.
- 12- Ektabi, R. (2005). The Reduction of fertility in Iran and its effective social, cultural and economic factors by emphasizing the family regulation role from 1986 to 1996, Case Study: Isfahan City), MA thesis of Sociology Discipline, Isfahan University. (In Persian).
- 13- Farmahini Farahani, F. (2010). Study of the relationship between cultural factors and fertility behavior: subject of study: women in Shiraz, Shiraz University, MA Thesis of Demographic Discipline. (In Persian).
- 14- Ghaem, M. & Noori Nejad, M. (2010). "The qualitative study of internet role in faculty member and specialist women's individual and professional life in Tehran University", Women in development and politics, 8 Series, No.3, 31-55. (In Persian).

- 15- Giddens, A. (2006). Sociology, Translator: Saboori, M, Tehran: Nei Publication. (In Persian).
- 16- Giddens, A. (2001). The consequences of modernization, Translated by M. Salasi, Tehran: Markaz Publication. (In Persian).
- 17- Giddens, A. (1991), Modernity, and self-identity, self and society in the late modern age, Cambridge, polity press.
- 18- Golmohammadi, A. (2004). Cultural globalization, identity, Tehran: Nei Publication. (In Persian).
- 19- Habibpoor Ketabi, K. & Safarishali, R. (2009). The comprehensive guideline of SPSS function in survey researches (the analysis of quantity data), Tehran: Lavie Motafakeran. (In Persian).
- 20- Hammel, E.A. (2009). A theory of culture for demography, population council, Vol.16, No.3, PP: 455- 485.
- 21- Held, D. & McGrew, A. (2007). Globalization theories, Translated by M. Karbasian, First edition, Tehran: Cheshme Publication. (In Persian).
- 22- Internet World Stats (2005). "Internet Usage In The Middle East, (Online).[http:// \(www.internet world stats.com/stats5.htm](http://www.internetworldstats.com/stats5.htm). [17sept2005].
- 23- Kalantari, A. & Hasani, H. (2008). "The new media and ordinary life, the effect of mobile phone on identity and the youth's lifestyle", Media, 19th year, No.4, 119-135. (In Persian).
- 24- Kalantari, S. & Rabani, R. & Ektabi, R. (2006). "The study of effective social, cultural and economic factors on the amount of fertility by emphasizing the family regulation role in Isfahan city", Islamic Azad University's Research-Sciences Quarterly, Shoshtar University, First Year, 1st Pre number, 107-150. (In Persian).
- 25- Kalantari, S. et.al. (2010). "The sociology investigation of tendency to children delivery and some factors related to that subject of study: married youth of Tabriz city", Applied Sociology, 21st year, Serial number, 37, 1st number, 88-104. (In Persian).
- 26- Kalantari, S. & Big Mohamadi, H. & Zare Sahabadi, A. (2004). "The effective demographic factors on the Women's fertility in the Yazd city, Women's Research, 3 Series, No.2, 137-156. (In Persian).
- 27- Karimi, Y. (2006). Social Psychology, Tehran: Arasbaran. (In Persian).
- 28- Kerzer, D. & I. White, J.M. (2008). Italy's path to very low fertility: The adequacy of economic and second demographic transition theories, European journal of population, 27.

- 29- Khajenoori, B. (2010). "The Relationship between ICT's and Adolescents' Delinquencies Case Study: Students in Abadeh county, Journal of Applied Sociology University of Isfahan, Vol. 39, No. 3, 113-134.
- 30- Khajenoori, B. & Moghadas, A. (2008). "Globalization and women's social capital", Social Sciences Magazine of Human Sciences and Literature Colleges of Mashhad Ferdosi University, 131-154. (In Persian).
- 31- Khajenoori, B. (2006). The study of globalization process components relationship with woman's social participation, Case Study: Tehran, Shiraz, Estahban, PHD thesis of Sociology, Shiraz University. (In Persian).
- 32- Khajenoori, B. & Hashemi, S. & Rohani, A. (2010). "Lifestyle and national identity (Case Study: The high school students of Shiraz city", National Studies Quarterly, 11 (4), 127-153. (In Persian).
- 33- Khoshnevis, A. (2001). Sexual preferences and married woman's tendency to fertility behavior in Tehran city, MA thesis of Demographic Discipline, Shiraz University. (In Persian).
- 34- Kia, A.A. (2008). "The youth, media and globalization", The Month Book of Social Sciences, No.3, 6-14. (In Persian).
- 35- Kola, O. unch. Isiugo- Abonibe, Akinrinola, B. (2006). Correlates of spousal communication on fertility and family planning among the Yoruba of Nigeria, Journal of comparative family studies, Academic research library, Vol.37, Issue 3, PP: 441.
- 36- Leibenstion, H.M. (1975). The economic theory of fertility decline, Quarterly journal of economics, No 89:1-31.
- 37- Lesthaghe, R. (1986). Modes of production, Secularization and the pace of the fertility decline in Western Europe, 1979-1990, A.J. coale and S.C. Wathins university press, 1986, p:290.
- 38- Lin, N. (1976). Foundation of Social Research. New York: McGraw Hill.
- 39- Manski, C.F. & Mayshar, G. (2003). Private incentives and social interactions: fertility puzzles in Israel, Journal of the European economic association, Vol.4, No.2.
- 40- Mazlumi, S. & et al. (2006). "The study of women's awareness, attitudes and behaviors about the health of fertility in the seven central cities of Iran", Fertility and infertility quarterly, Social and Human Sciences Magazine of Shiraz University, No.2, 24 Series. (In Persian).

- 41- Mokhtari, M. & Enayat, H. (2011). "The role of sexual attitudes on the advent of women's physical imagination", *Women in Development and Politics*, 9th Series, No.3, 67-87. (In Persian).
- 42- Murthi, M. (2002). Fertility change in Asia and Africa, *World development*, Vol.30, Issue 10, pp: 1769-1778.
- 43- Nobakht, A. (2007). Study of the relationship between globalization and religiosity among Pars energy especial regions personals, Shiraz University, Economic and Social Sciences College, MA thesis of Sociology Discipline. (In Persian).
- 44- Notestein, F. (1953). Economic problems of population change in proceedings of the Eighth international conference of agricultural economists. London: Oxford University press, PP: 13-31.
- 45- Riyahi, M.S. (2007). "The effective social factors on the measure of sexual clichés acceptance, Case Study of trainee youth in techniques and professional centers of Mazandaran province", *Women's Research*, 5 Series, No.1, 109-136. (In Persian).
- 46- Robertson, R. (2006). *Globalization: Social theories and global culture*, Translated by K. Pooladi, Tehran: Sales Publication. (In Persian).
- 47- Sahabi, G. (2010). "Study of the effect of globalizations cultural dimension on ethnical identity, Case Study: of youth between 15 to 29 years old of Bokan town", *National Studies*, No. 11, 1-41. (In Persian).
- 48- Sheikhi, M.T. (2001). *Family and women's sociology*, Tehran: Enteshar Joint-Stock Company. (In Persian).
- 49- Shirastova, O.S. (1994). *Demography and population studies*, Vikas publishing house, PRT, LTD, New Delhi.
- 50- Tamlinson, J. (2002). *Globalization and culture*, Translated by M. Hakimi, Tehran: Cultural Research's Office. (In Persian).
- 51- Turner, B. (2001). *Orientalism of postmodernism and globalization*, Translated by G.R. Kiani, Tehran: Discourse Culture. President, Strategic Investigations Center. (In Persian).
- 52- Tofler, A. (1993). *The third wave*, Translated by S. Kharazmi, Tehran: Nov Publication. (In Persian).
- 53- Treitelbaum, M. S. (1975). *Relevance of demographic transition theory for developing countries, population growth and decline in history*, population council, New York.
- 54-Triandis, H.C., (2001) *Individualism-Collectivism and Personality*, *Journal of Personality*, 69(6): 907-924.

(In Persian).

55- United Nations (2004). World Fertility Report: 2003. Department of Economic and Social Affairs, Population Division, New York.

56- United nation (1990). Socio – economic development and fertility, Vol.102, PP: 3-8.

57- Urry, John (2000). Sociology beyond societies, Mobilization for twenty first century, London & New York.

58- Waters, M. (2001). Globalization. London: Rutledge.

59- Weeks, J.R. (1992). Population: An introduction to concepts and issues, Fifth edition, New York ads, worth publishing company

60- Zanjani, H. (2004). The analysis of demography, Tehran: Samt. (In Persian).