

بررسی جامعه‌شناختی نگرش مثبت به فرزند (مطالعه‌ی زنان شهر ایلام)

خدیجه سفیری * افسانه کمالی ** الهه فرجی ***

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان نگرش مثبت به فرزند در بین زنان همسرदार ۴۰-۱۸ سال شهر ایلام و شناسایی عوامل اجتماعی مؤثر در نگرش این جمعیت با روش پیمایش انجام شده است. نمونه‌ی پژوهش ۱۹۰ نفر از زنان همسرदार ۱۸ تا ۴۰ سال شهر ایلام است که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انجام شده است. یافته‌های پژوهش حاکی است، نگرش مثبت به فرزند در بین زنان شهر ایلام در حد متوسطی قرار دارد. در تحلیل رگرسیون چند متغیره نیز ۳۸/۷ درصد از واریانس میزان نگرش مثبت به فرزند توسط متغیرهای نقش منفی ماهواره در داشتن تعداد فرزندان زیاد، نقش مثبت تلویزیون در داشتن تعداد فرزندان زیاد، نظر دیگران نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان زیاد، دل‌سرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان، وضعیت اشتغال پاسخ‌گو و میزان صمیمیت با دیگران نزدیک تبیین می‌شود. در تحلیل مسیر، شاخص دل‌سرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان بیشترین تأثیر (۰/۳۳۶-) و متغیر وضعیت اشتغال کمترین تأثیر (۰/۱۴۰) را در نگرش مثبت به فرزند دارد. در نهایت می‌توان نظریه‌های یادگیری اجتماعی، فشار هنجاری و شبکه‌های اجتماعی را برای تبیین رابطه‌ی عوامل اجتماعی با میزان نگرش مثبت به فرزند مناسب دانست.

واژگان کلیدی

نگرش مثبت به فرزند، عوامل اجتماعی، یادگیری اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، فشار هنجاری.

*- استناد دانشگاه الزهراء (kh.safiri@alzahra.ac.ir)

** - دانشیار دانشگاه الزهراء (afsane_kamali@yahoo.com)

*** - کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه الزهراء (نویسنده مسئول) (elahefaraji78@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۱۰ تاریخ پذیرش: ۹۶/۲/۲۵

۱. مقدمه و بیان مسئله

از دیرباز، فرزند و فرزندآوری از مهم‌ترین ارزش‌های خانواده در ایران به شمار می‌رفته است، به نحوی که در گذشته اهمیت تعداد فرزند از علل تشکیل خانواده محسوب می‌شد. خانواده به عنوان بنیادی‌ترین نهاد اجتماعی در همهٔ جوامع و در همه‌ی زمان‌ها می‌باشد (حقیقی‌مهر، ۱۳۸۴: ۱)، که با وجود تغییرات گسترده‌ای که در آن انجام شده، هنوز جایگاه و منزلت خود را حفظ کرده است. فرآیند صنعتی شدن که کارکردهای اقتصادی خانواده سنتی را دگرگون ساخت، تأثیر عمده‌ای بر کاهش میزان تولید مثل ایفا کرده است؛ اما عوامل دیگری مانند بالا بودن هزینه‌های تشکیل و اداره خانواده که به افزایش سن ازدواج و تأخیر زمان باروری انجامیده است، گسترش وسایل و فنون جدید ضد بارداری، بی‌ثباتی خانواده‌ها، ایدئولوژی‌های جدید راجع به خانواده‌ها، حیات زنان و تلاش زنان برای دستیابی به اشتغال و آزادی بیشتر نیز در وقوع این امر دخیل بوده‌اند (بستان و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۸). به عبارت دیگر، خانواده در ایران به لحاظ ساختاری و کارکردی دستخوش تغییر شده است. 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 (اعزازی، ۱۳۸۰: ۴۵). این دگرگونی به کاهش سطح زادوولد منجر شد که نه تنها در رشد جمعیت تأثیر منفی داشته، بلکه ساختار سنی جمعیت را از حالت جوانی به سالخوردگی متمایل کرده است.

بنابراین واضح است که امروزه نهاد خانواده پایه‌ی تحولات اجتماعی دگرگون شده است. بر این اساس تغییرات نظام خویشاوندی و تغییرات باروری نتیجه‌ی اجتناب‌ناپذیر دگرگونی‌های ایدئولوژیکی است که این امر باعث کاهش تعداد فرزند ایده‌آل می‌شود و در کل سیستم جامعه و ساختار جمعیت اثر می‌گذارد. مطالعات نشان می‌دهد، تغییرات باروری طی دهه‌های اخیر با ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و جمعیتی ارتباط دارد (عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۸۱: ۲۰۳-۱۶۹؛ قدرتی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۴-۷۹؛ هزارجریبی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۳-۱۳۹). مطالعات حاکی است که بخشی از دگرگونی فرهنگی ایران محصول تغییر نگرش بوده است. این تغییر نگرش، بین زنان و دختران بیشتر بوده و باعث شده تا با پافشاری بر برخی زمینه‌هایی که امکان حضور و مشارکت بیشتری دارند، به خواسته‌ی خود جامه‌ی عمل ببوشانند (ایمان و سرور، ۱۳۹۲: ۵۱۰). یکی از این تغییرات، تغییر ارزش فرزند و فرزندآوری است. با وجود کمتر شدن ارزش فرزند در خانواده‌ها و تمایل به فرزند کمتر، همچنان فرزند در خانواده‌ی ایرانی یک ارزش تلقی می‌شود، اما متأثر از عوامل بیرونی و درونی، تمایل به فرزندآوری و داشتن فرزندان بیشتر نزد خانواده‌های ایرانی بسیار ضعیف شده است (اجاقلو و سرایی، ۱۳۹۳: ۲۶۲)، به گونه‌ای که باروری و فرزندآوری در ایران به زیر سطح جانشینی رسیده است (سرایی، ۱۳۸۵: ۵۷). البته باروری به عنوان پدیده‌ای زیستی ابعاد

مختلفی دارد که بعد اجتماعی آن در برگیرنده‌ی عوامل متعددی از جمله خود زنان، خانواده، همسران آنها و حتی جامعه و ترجیحات و نگرش‌های حاکم بر فرزندآوری و به خصوص تفسیر زوج‌ها از باروری است.

طبق اطلاعات آماری، 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 است. بعد خانوارها نیز در نتیجه‌ی کاهش باروری در دهه‌های اخیر کاهش یافته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). آمارها همچنین نشان می‌دهند که باروری در سال ۱۳۷۹ به سطح جانشینی (۲/۱ فرزند) رسیده و در سال ۱۳۹۰ به زیر سطح جانشینی (۱/۸ فرزند) کاهش یافته است (عرفانی، ۱۳۹۱). از آنجا که زنان شهر ایلام جامعه‌ی آماری این تحقیق را تشکیل می‌دهند، طبق اطلاعات به دست آمده از سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ جمعیت استان ایلام ۵۷۷,۵۹۹ نفر (۲۸۲,۴۶۸ نفر مرد، ۱۳۱ و ۲۷۵ نفر زن) و طبق اطلاعات حاصل از سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ جمعیت این استان به ۵۸۰,۱۵۸ نفر رسیده که ۲۹۵,۱۹۹ نفر آن را مردان (۵۱/۸۸ درصد) و ۲۸۴,۹۵۹ نفر آن را زنان (۴۹/۱۲ درصد) تشکیل داده‌اند. گفتنی است، رشد جمعیت ایلام طی سال‌های اخیر سیر نزولی داشته، به طوری که متوسط رشد سالانه‌ی جمعیت از ۱/۱ در سال ۱۳۸۵ به ۰/۴۳ در سال ۱۳۹۰ کاهش یافته که با افت زیادی همراه بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰). علاوه بر این مدیر کل ثبت احوال استان ایلام در همایش جمعیت اعلام کرد، میانگین میزان کل باروری 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 (قبادی، ۱۳۹۲). هر چند نوعی همگرایی در کاهش باروری در سطح کشور مشاهده می‌شود و تحقیقات متعدد گویای این قضیه است (عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۸۱؛ سرایی، ۱۳۸۵)، اما آمارها کاهش تمایل به باروری در منطقه فوق‌الذکر را طی سال‌های اخیر هشدار می‌دهند. با توجه به اینکه نگرش‌ها و ارزش‌ها در تمایلات و رفتار باروری اثرگذارند، این پژوهش بر آن است که علاوه بر شناسایی و توصیف میزان نگرش مثبت به فرزند در بین زنان شهر ایلام، عوامل اجتماعی تأثیرگذار در این نگرش را شناسایی کند.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

تحقیقات متعددی در حوزه‌ی نگرش و رفتار باروری انجام شده است که هر کدام از زوایای خاصی این موضوع را ارزیابی کرده‌اند که در اینجا تنها برخی از آنها آمده است. برخی پدیده‌ی تک‌فرزندی را ناشی از عوامل غیراقتصادی می‌دانند، زیرا در مرفه‌ترین مناطق تهران تک‌فرزندی بیشتر است. در ایران هر چه به سمت مناطق محروم و فقیر می‌رویم تعداد بچه‌ها بالاتر است. پس

اقتصاد عامل اصلی نیست. عامل اول، نگرش و بازنندیشی است که در خانواده اتفاق افتاده و ازدواج و فرزندآوری معانی گذشته را ندارند (لبیبی، ۱۳۹۴: ۱). نتایج تحقیق حسینی و همکاران نیز گویای آن است که تغییرات اجتماعی و تحولات خانواده ملازم با تغییر در نگرش‌ها و ایستارهای مرتبط با ازدواج و فرزندآوری و در نهایت رفتار و ایده‌آل‌های باروری است (حسینی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۵)، اما نتایج پژوهشی در خصوص نگرش به فرزندآوری در خانواده‌های جوان قزوینی حاکی از آن است که آزمودنی‌ها به فرزندآوری و تعدد فرزند، نگرش منفی داشته و از این حیث تفاوت معناداری بین زنان و مردان وجود نداشته و همچنین عامل اقتصاد بیش از عوامل دیگری از جمله اعتقادی، فرهنگی و هویت‌شناختی - جسمانی بر نگرش منفی خانواده‌های جوان به فرزندآوری تأثیرگذار بوده است (موسوی و قافله‌باشی، ۱۳۹۲: ۱۳۴-۱۱۱). برخی تحقیقات نگرش نسبت به فرزند و ارزش فرزند و فرزندآوری را در بین چند نسل مورد قیاس قرار داده‌اند؛ تحقیقی با بررسی پنج نسل از زنان شهر زنجان (متولدین قبل از سال ۱۳۴۲، متولدین سال‌های ۵۷-۱۳۴۲، متولدین سال‌های ۶۷-۱۳۵۸، متولدین سال‌های ۷۰-۱۳۶۷ و متولدین سال‌های ۷۴-۱۳۷۰) با روش پیمایش نشان می‌دهد که پایین‌ترین سطح ارزش فرزند متعلق به نسل زنان متولد سال‌های ۱۳۷۴-۱۳۷۰ و بالاترین سطح، مربوط به نسل زنان متولد سال‌های قبل از ۱۳۴۲ است (اجاقلو و سرابی، ۱۳۸۵: ۲۸۳-۲۶۱). تحقیق دیگری نشان می‌دهد که نگرش نسل سال‌های قبل از ۱۳۵۰ و بعد از ۱۳۶۵ (مبنی بر اینکه فرزندان خوشی و سرور را به زندگی والدین می‌آوردند) بسیار به هم نزدیک‌اند و از طرف دیگر نگرش نسل‌های انقلاب و جنگ (فرزندان باعث ایجاد فشار روحی و روانی برای والدین می‌شوند) با هم قرابت دارند. درصد موافقت با سقط جنین به عنوان یکی از راه‌های جلوگیری از بارداری و نیز تک‌فرزندی در نسل‌های جدید بیشتر از نسل‌های قدیمی است (قاسمی اردهائی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۱-۵۳). همچنین در تحقیقی در مورد بررسی تفاوت‌ها و ترجیحات نسلی در فرزندآوری دختران دوره‌ی پیش‌دانشگاهی و مادرانشان (نظرها و نگرش‌شان) این نتیجه حاصل شد که تفاوت معنی‌داری در نگرش مادران و دختران در ارتباط با مؤلفه‌ی تلقی از فرزندآوری وجود دارد و متغیرهای الزام اخلاقی، اعتقاد به برابری جنسی، میل به پیشرفت و تلقی از فرزند در نگرش دختران و مادران نسبت به فرزندآوری تأثیر دارند (ابراهیم‌پور و عبادی، ۱۳۹۲: ۷۸-۵۵). پژوهش دیگری با مقایسه‌ی نگرش دو نسل پسران دانشجوی دانشگاه آزاد کرمانشاه و پدران آنها نسبت به تشکیل خانواده (ازدواج و فرزندآوری)، به این نتیجه رهنمون شده که پدران به داشتن فرزند در سال‌های اولیه‌ی ازدواج تمایل دارند، اما پسران این گونه نیستند و تعداد فرزندان ایده‌آل پدران، بسیار بیشتر از پسران بوده است (محمودی، ۱۳۸۶). با تغییرات و تحولاتی که در جوامع پیش می‌آید، نگرش عقلانی و سودجویانه در تمامی ابعاد زندگی اجتماعی مشاهده می‌شود.

برخی تحقیقات علاوه بر نگرش عوامل دیگری را نیز در فرزندآوری مؤثر می‌دانند؛ برای مثال در تحقیقی با بررسی عوامل تأثیرگذار در الگوی باروری خانواده‌های تک‌فرزند و بدون فرزند شهرستان شهرکرد در بین زنان متأهلی که حداقل ۲ سال از ازدواجشان گذشته و فرزند ندارند با ابزار پرسش‌نامه مشخص شد که ۳ عامل افزایش هزینه‌ها و فشار اقتصادی، نبود حمایت رفاهی از جانب دولت و نگرش غلط «داشتن فرزند بیشتر، نشانه‌ی فرهنگ اجتماعی ضعیف‌تر است»، از مهم‌ترین عوامل مؤثر در فرزندآوری هستند (مباشری و همکاران، ۱۳۹۲). تحقیق دیگری که به بررسی نیت، ترجیحات و رفتارهای باروری زنان ۳۵-۱۵ ساله‌ی متأهل و مردان متأهل همسردار زیر ۳۶ سال ساکن مناطق ۲۲ گانه شهر تهران با حجم نمونه‌ی ۲۶۷ نفر پرداخته بود، به این نتایج رسید که زنان بیشتر از مردان، دارندگان درآمد بالا بیشتر از افراد با درآمد پایین، افراد بدون فرزند و تک‌فرزند ساکن مناطق بالای تهران بیشتر از بدون فرزندها و تک‌فرزندهای ساکن مناطق پایین تهران، قصد توقف فرزندآوری را دارند. نیت برای داشتن فرزند اول بیشتر متأثر از نگرش به فرزندآوری و میزان فشارهای اجتماعی است و نیت برای داشتن فرزند دوم متأثر از نگرش به فرزندآوری و میزان کنترل بر منابع اقتصادی و حمایتی مورد نیاز برای فرزندآوری است (عرفانی، ۱۳۹۱).

برناردی و همکاران 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 (Bernardi & et al, 2007: 23-47).

بالبو و باربان نیز با بهره‌گیری از طرح نظرسنجی و داده‌های بهداشت و مطالعه‌ی 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 (Balbo & Barban, 2014: 641-670).

بوهرلر در مطالعه‌ی ارزش ساختاری فرزندان در بلغارستان با بررسی بنیان‌های نظری ارزیابی‌های ساختاری در مورد فرزندان با توجه به نظریه‌های ارزش فرزندان، شبکه‌های اجتماعی و سرمایه‌ی اجتماعی دریافت که خانواده‌ها با ارزشی که برای وجود کودکان به عنوان بهبود دهنده و تقویت کننده‌ی شبکه‌های اجتماعی والدین قائل‌اند، به فرزندآوری اقدام می‌کنند (Buhler, 2009: 569-610). عباسی شوازی و مک دونالد 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 بوده است. در واقع در خانواده‌ی ایرانی در برخی از زمینه‌ها همچون باروری پایین و تأخیر ازدواج تغییرات ریشه‌ای اتفاق افتاده است (Abbasi_shavazi & Mc Donald, 2008). آنچه نگاه مؤلفین مقاله را در مورد نگرش نسبت به فرزند طی سال‌های اخیر به خود معطوف کرده است، اولاً تغییرات مشاهده شده در مورد نگرش به فرزند و فرزندآوری است که بالطبع در تمایلات و رفتارهای باروری زنان تأثیرگذار است و تحقیقات متعددی گواه این قضیه‌اند. ثانیاً با مرور اجمالی تحقیقات پیشین، این خلأ به وضوح مشاهده شد که بررسی تأثیر متغیرهای اجتماعی نظیر شبکه‌های اجتماعی و یادگیری اجتماعی در نگرش به فرزند، در تحقیقات داخلی مغفول مانده است. ثالثاً تاکنون تحقیقی با این مضمون در بین زنان شهر ایلام انجام نشده است؛ لذا تحقیق حاضر به منظور پر کردن این خلأ، علاوه بر شناسایی و توصیف میزان نگرش مثبت به فرزند در بین زنان شهر ایلام، درصدد بررسی تأثیر عوامل اجتماعی از قبیل شبکه‌های اجتماعی، یادگیری اجتماعی و فشار هنجاری در این نگرش است.

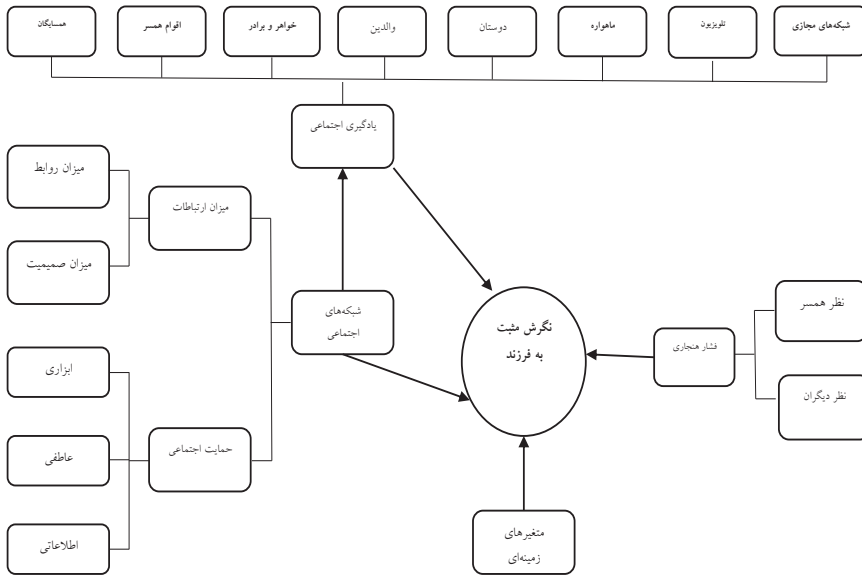
۳. مبانی و چارچوب نظری پژوهش

تحقیق حاضر بر تئوری‌های شبکه‌های اجتماعی، حمایت اجتماعی، یادگیری اجتماعی بندورا، کاشت و فشار هنجاری مبتنی است. رولاند بارت - پیشرو تئوری شبکه‌های اجتماعی - 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 می‌کند. بنابراین ساختار اجتماعی به اشکال متنوعی بر کنشگران و توانایی آنها برای انجام کنش، اجباری ایجاد می‌کند (Burt, 1982). در واقع جاسازی اجتماعی عمل انسان، یعنی انجام دادن آن در قلمرو ساختارهای اجتماعی، اصل مسلم و بدیهی مفروضات رویکرد شبکه‌ی اجتماعی است (Granovetter, 1985: 481-510). تحقیقات متعددی نشان می‌دهد، در شبکه‌ای که افراد آن یا باردار هستند و یا تمایل به داشتن فرزند دارند، اگر همه‌ی دوستان صمیمی آنها کودک یا نوزاد داشته باشند، پاسخ‌گویان به هم‌نوابی تمایل بیشتری دارند تا زمانی که هنوز دوست صمیمی بدون فرزند وجود داشته باشد (Bernardi & et al, 2007: 23-47; Keim & et al, 2009). با وجود الگوی مشخصی از ارتباطات درون شبکه، شاید بتوان رفتار باروری افراد عضو شبکه را پیش‌بینی کرد که آیا ساختار ارتباطی حاکم بر شبکه در نگرش و رفتار اعضاء نسبت به فرزند و فرزندآوری تأثیر دارد و آیا افراد را به باروری و فرزندآوری تشویق می‌کند یا آنها را از بچه‌دار شدن نهی می‌کند. شبکه‌ی اجتماعی از یک طرف، به لحاظ پیوندها و روابطی که در عرصه‌های چندگانه افراد را به هم متصل می‌کند، با

تئوری انسجام اجتماعی و از طرف دیگر، به لحاظ منابعی که طی این پیوندها منتقل می‌شود با تئوری حمایت اجتماعی قرابت دارد. با این اوصاف، پیوندها حاوی منابع خاصی هستند و 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 پسکوسولید و جورجیانا نیز یک کارکرد بالقوه شبکه‌های اجتماعی، انسجام یا توانایی تأمین حمایت اجتماعی و عاطفی است. کارکرد دیگر تنظیم و هدایت کنش به واسطه‌ی مشاوره و کنترل رفتار است (Pescosolido & Gorgiana, 1989). حمایت اجتماعی می‌تواند تصمیم به داشتن فرزند در مراحل اولیه‌ی زندگی یا در شرایط نامطمئن را تسهیل کند؛ برای مثال 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 & Klarner, 2014: 645) و این حمایت می‌تواند در نگرش آنها برای داشتن فرزند اثر مثبتی داشته باشد.

به باور بندورا - نظریه‌پرداز تئوری یادگیری اجتماعی - 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 دادن رفتارهای جدید ایده‌ای کسب می‌کند و در موقعیت‌های آتی از این اطلاعات رمزگذاری شده به عنوان راهنمای عمل بهره می‌برد (بندورا، ۱۳۷۲: ۳۵). به باور 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 اینکه آموخته‌های خود را به عملکرد تبدیل کند، به عوامل تشویقی از قبیل تقویت نیاز دارد (سیف، ۱۳۷۴: ۱۸۹). بنابراین می‌توان استدلال کرد که زوجین بخش عظیمی از نگرش خود نسبت به فرزند و فرزندآوری را می‌آموزند و طبق آموخته‌های خود عمل می‌کنند. از آنجا که در این تحقیق رسانه‌های جمعی از قبیل ماهواره و تلویزیون از منابع یادگیری اجتماعی به شمار می‌روند، به این ترتیب از منظر تئوری کاشت، رسانه‌های جمعی، نگرش‌ها و ارزش‌هایی 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 & et al, 1994: 18). از سوی دیگر، فشارهای هنجاری که در جامعه‌ی در حال گذار رو به فزونی‌اند، در نگرش‌ها و رفتارهای افراد بی‌تأثیر نیستند و در 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 به احتمال زیاد، انسان‌ها در یک زمینه‌ی اجتماعی مشخص، رفتارشان را بر حسب چشم‌داشت‌های هنجارهای اجتماعی جهت خواهند داد (کوزر، ۱۳۸۸: ۳۰۹-۳۰۸). بنابراین مدل تحلیل پژوهش حاضر بدین صورت مطرح است:



شکل (۱) مدل تحلیلی پژوهش

۴. فرضیات پژوهش

۴-۱. فرضیه‌ی کلی

بین عوامل اجتماعی و نگرش مثبت به فرزند بین زنان ۴۰ - ۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۴-۲. فرضیات فرعی

الف. بین شبکه‌های اجتماعی و نگرش مثبت به فرزند در بین زنان ۴۰ - ۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

ب. بین میزان یادگیری اجتماعی و نگرش مثبت به فرزند بین زنان ۴۰ - ۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

ج. بین فشار هنجاری و نگرش مثبت به فرزند بین زنان ۴۰ - ۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

د. بین شبکه‌های اجتماعی (میزان ارتباطات) و میزان یادگیری بین زنان ۴۰-۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

ه. بین متغیرهای زمینه‌ای و نگرش مثبت به فرزند بین زنان ۴۰-۱۸ سال رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۵. روش‌شناسی پژوهش

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

$$(n=190, q=0.767, t=1/96, d=0.06, n=23988)$$

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

به منظور نمونه‌گیری در این پژوهش از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای^۳ استفاده شده، سپس ۱۹۰ پرسش‌نامه به طور تصادفی بین جامعه‌ی آماری و از طریق مراجعه به درب منازل توزیع شد. اعتبار پرسش‌نامه در این تحقیق از طریق اعتبار صوری و پایایی تحقیق نیز از طریق توزیع ۳۰ پرسش‌نامه بین زنان مورد مطالعه به صورت تصادفی و با گرفتن آلفای کرونباخ تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم افزار Spss استفاده شده است. لازم به ذکر است که ابتدا متغیرهای مستقل مورد بررسی، تحلیل عاملی شدند 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 رفت‌وآمد 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 سه مؤلفه‌ی حمایت ابزاری، عاطفی و اطلاعاتی است که با جمع‌بندی این سه

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

۲- از آنجا که در فرمول کوکران، حجم نمونه محاسبه شده بسیار زیاد شد، داده‌ها 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 انتخاب شد و در هر بلوک ۱۰ نفر برای تکمیل پرسش‌نامه برگزیده شدند. همچنین فاصله‌ی اولین منزل مسکونی تا دومین را ۱۰ واحد قرار دادیم.

بعد، شاخص حمایت اجتماعی ایجاد شد. با توجه به تحلیل عاملی‌ای که برای متغیر میزان روابط انجام شد، مقدار K.M.O را که نشانگر کفایت نمونه‌گیری برای این تحلیل است ۰/۶۹۴ نشان می‌دهد، به این معنی که در سطح به نسبت خوبی قرار دارد و این متغیر به دو عامل میزان روابط با دیگران نزدیک و میزان روابط با دیگران دور تفکیک شد. برای متغیر میزان صمیمیت مقدار K.M.O، 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، ماهواره، تلویزیون، یادگیری از والدین، خواهر - برادر، دوستان، اقوام همسر و همسایگان استفاده شده است. برای سنجش شبکه‌های مجازی سؤالاتی درباره‌ی تأثیرات در نگرش به فرزند یا فرزندآوری و تبلیغاتی در خصوص تقبیح یا ترغیب آنها به فرزندآوری پرسیده شده است. سپس بر اساس تحلیل عاملی انجام شده برای متغیر شبکه‌های مجازی مقدار K.M.O، ۰/۶۸۶ شد و دو عامل تبلیغات مثبت و تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی به دست آمد.

از آنجا که ۱۲ گویه ماهواره و تلویزیون نیز با هم تحلیل عاملی شدند، مقدار K.M.O برای متغیر ماهواره و تلویزیون ۰/۸۶۵ شد که سه عامل نقش منفی ماهواره و تلویزیون در داشتن فرزندان زیاد، نقش مثبت ماهواره بر داشتن فرزندان زیاد و نقش مثبت تلویزیون بر داشتن فرزندان زیاد ایجاد شد. مقدار K.M.O 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 دلسرد کردن 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 سنجیده شد. 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 پرسیده شد. در خصوص متغیر فشار هنجاری (دو بعد مذکور) نیز مقدار K.M.O، 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 که به اختصار در جدول شماره‌ی (۱) آمده است:

جدول (۱) میزان K.M.O و Bartlett's متغیرها

Bartletts			kmo	متغیر
سطح معناداری	درجه‌ی آزادی	کای اسکونر		
۰/۰۰۰	۲۱	۳۰۲/۱۵	۰/۶۹۴	میزان روابط
۰/۰۰۰	۲۱	۲۳۹/۱۵	۰/۷۰۳	میزان صمیمیت
۰/۰۰۰	۱۰	۱۴۳/۲۶	۰/۶۸۶	شبکه‌های مجازی
۰/۰۰۰	۶۶	۴۸۶/۹۷	۰/۸۶۵	رسانه‌ها
۰/۰۰۰	۶۶	۱/۲۳۶	۰/۹۱۷	یادگیری از طریق خانواده و اطرافیان
۰/۰۰۰	۱۲۰	۷۵۰/۸۱	۰/۶۵۱	فشار هنجاری

۶. یافته‌های پژوهش

۶-۱. یافته‌های توصیفی

نتایج نشان می‌دهد که میانگین سنی پاسخ‌گویان ۳۳/۶۲ سال است، یعنی بیشترین جامعه‌ی آماری را افراد سنین بالا تشکیل می‌دهند. میانگین درآمد خانواده‌ها ۲,۱۶۷,۰۰۰ تومان است. بیشترین تعداد پاسخ‌گویان (۳۲/۶) و همسرانشان (۳۱/۶) تحصیلات لیسانس دارند و بیشتر پاسخ‌گویان تا به حال هیچ سقطی نداشته‌اند. همچنین ۴۴/۶ درصد همسران در گروه شغلی^۱ کارمندان امور دفتری و اداری و تنها ۸/۷ درصد آنها جزء مقامات عالی‌رتبه و مدیران هستند. ۲۳/۷ درصد زنان مورد مطالعه شاغل و ۷۶/۳ درصد آنها غیرشاغل‌اند. نیمی از زنان پاسخ‌گو ۲ یا بیشتر از 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 فاصله‌ی 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	۶۰۰۰۰۰۰	۲۱۶۷۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰	۱۹۰
تعداد فرزندان	۰	۴	۱/۶۲	۲	۱۹۰
میانگین فاصله‌ی 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 شماره‌ی ۳ نتایج نشان می‌دهد، پاسخ‌گویان با دیگران نزدیک خود به میزان زیادی رابطه دارند (۶/۹۷)، ولی با دیگران دور خود، به میزان کمتری رابطه دارند (۴/۲۹). همچنین به میزان خیلی زیادی با دیگران نزدیک خود صمیمی هستند (۸/۱۳)، ولی با دیگران دور خود کمتر صمیمی‌اند (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 ماهواره و تلویزیون تماشا می‌کنند و نقش منفی ماهواره و تلویزیون را (۵/۰۲) بیش از حد متوسط می‌دانند. همچنین نقش مثبت تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد را (۴/۸۴) بیشتر از نقش مثبت ماهواره (۴/۵۵) قلمداد می‌کنند. نگرش منفی نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان نیز به نسبت 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) و همچنین عوامل عینی اجتماعی - اقتصادی را نیز زیاد قلمداد کرده‌اند (۸/۰۱). میانگین متغیر وابسته یعنی میزان نگرش مثبت به فرزند، برابر ۵/۷۱ است، یعنی این نگرش کمی از حد متوسط بیشتر است یا تقریباً همان متوسط است که ممکن است در سطح کشور و در سطوح بالاتر توسعه، حتی کمتر نیز باشد.

جدول (۳) توزیع داده‌های شاخص‌های فوق و آماره‌های آنها به تفکیک

انحراف معیار	آماره‌ها		موانع				تعداد	شاخص‌ها	متغیر		
	میان	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	تأخیری	کم			اصلا	میزان روابط	میزان ارتباطات
۲/۳۶	۷/۰	۶/۹۷	۳۰/۰	۳۴/۲	۱۸/۹	۱۱/۱	۵/۸	۱۹۰	میزان روابط با دیگران نزدیک	شبکه‌های اجتماعی	میزان اصطناعی
۱/۶۹	۴/۳۷	۴/۲۹	۲/۶	۱۱/۱	۴۰/۵	۳۶/۸	۸/۹	۱۹۰	میزان روابط با دیگران دور		
۱/۸۴	۸/۱۸	۸/۱۳	۶/۷	۲۵/۸	۸/۴	۲/۶	۰/۵	۱۹۰	میزان صمیمیت با دیگران نزدیک		
۱/۹۶	۴/۰	۴/۰۳	۱/۶	۱۰/۵	۲۸/۴	۴/۱	۱۸/۴	۱۹۰	میزان صمیمیت با دیگران دور		
۲/۰۵	۶/۳۴	۶/۲۰	۲۰/۵	۳۴/۷	۳۱/۶	۱۰/۰	۳/۲	۱۹۰	حمایت اجتماعی	میزان اصطناعی	میزان اصطناعی
۲/۳۰	۲/۵	۳/۲۶	۴/۴	۱۰/۴	۱۴/۱	۳۸/۵	۲۳/۶	۱۳۵	تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی		
۲/۶۳	۴/۰	۴/۶۹	۱۰/۴	۱۷/۰	۲۱/۵	۲۷/۴	۲۳/۷	۱۳۵	تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی		
۲/۳۹	۴/۸	۵/۰۲	۱۱/۶	۲۷/۴	۳۳/۷	۲۶/۳	۱۱/۱	۱۹۰	نقش منفی ماهواره و تلویزیون		
۲/۶۵	۵/۰	۴/۵۵	۷/۸	۲۳/۵	۲۷/۰	۲۴/۳	۱۷/۴	۱۱۵	نقش مثبت ماهواره	میزان اصطناعی	میزان اصطناعی
۲/۴۲	۵/۰	۴/۸۴	۱۲/۸	۲۲/۹	۱۹/۷	۳۴/۰	۱۰/۶	۱۸۸	نقش مثبت تلویزیون		
۲/۵۱	۳/۵۷	۴/۲۵	۱۰/۵	۲۳/۷	۱۵/۷	۴۱/۹	۸/۱	۱۹۰	دلستر کردن از طریق خانواده و اطرافیان		
۲/۲۶	۴/۰	۴/۳۲	۴/۹	۱۷/۰	۲۵/۲	۳۴/۱	۸/۸	۱۹۰	تشریح کردن از طریق خانواده و اطرافیان		
۱/۹۸	۴/۵۴	۴/۷۲	۶/۶	۱۸/۱	۴۱/۲	۳۳/۰	۱/۱	۱۹۰	نگرش منفی نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان زیاد	فشار همجاری	نظر همسر و دیگران
۲/۱۷	۵/۵۰	۵/۶۵	۷/۹	۳۲/۶	۳۱/۶	۱۸/۴	۹/۵	۱۹۰	نظر منفی همسر		
۲/۲۳	۵/۰	۵/۰۹	۷/۴	۲۴/۲	۳۳/۷	۱۴/۷	۱۰/۰	۱۹۰	تأیید و تحسین اجتماعی		
۱/۷۲	۸/۰	۸/۰۱	۳۴/۲	۳۵/۸	۱۵/۳	۴/۲	۱/۶	۱۹۰	عوامل منفی اجتماعی - اقتصادی		
۱/۹۰	۵/۸۶	۵/۷۱	۱۰/۵	۳۳/۳	۳۸/۴	۱۵/۸	۲/۱	۱۹۰	نگرش مثبت به فرزند	متغیر وابسته	

۶-۲. یافته‌های تحلیلی

فرضیات مدون بر اساس مدل نظری، آزموده شدند و بر همین اساس به آزمون روابط دو متغیره و چند متغیره (رگرسیون) پرداخته شد که از این قرارند:

الف. فرضیه‌ی فرعی ۱: بین شبکه‌های اجتماعی و نگرش مثبت به فرزند رابطه وجود دارد. در این فرضیه، تنها دو شاخص با متغیر وابسته رابطه‌ی معنادار دارند که به شرح زیر است: بین شاخص میزان صمیمیت با دیگران دور و میزان نگرش مثبت به فرزند با ۰/۹۵ اطمینان، معادل (۰/۱۹۳) رابطه‌ی مستقیم و ضعیفی وجود داشته و بین شاخص میزان حمایت و میزان نگرش مثبت به فرزند با ۰/۹۵ اطمینان، معادل (۰/۱۸۹) رابطه‌ی مستقیم و ضعیفی وجود دارد. جدول (۴). ضریب همبستگی بین میزان روابط با دیگران دور، حمایت اجتماعی و میزان نگرش مثبت به فرزند

میزان نگرش مثبت به فرزند			متغیر وابسته شاخص
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۱۹۰	۰/۰۰۸	۰/۱۹۳	میزان صمیمیت با دیگران دور
۱۹۰	۰/۰۰۹	۰/۱۸۹	میزان حمایت اجتماعی

ب. فرضیه‌ی فرعی ۲: بین یادگیری اجتماعی (شبکه‌های مجازی، رسانه‌ها و یادگیری از طریق خانواده و اطرافیان) و نگرش مثبت به فرزند رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۵، بین شاخص تبلیغات مثبت و میزان نگرش مثبت به فرزند با ۰/۹۹ اطمینان معادل (۰/۳۰۹) رابطه‌ی مستقیم و متوسطی وجود داشته و همچنین بین شاخص تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی و میزان نگرش مثبت به فرزند با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۳۱۵-) رابطه‌ی معکوس و متوسطی وجود دارد. علاوه بر این، نتایج آزمون همبستگی بر وجود رابطه‌ی مستقیم بین شاخص تأثیر مثبت تلویزیون و میزان نگرش مثبت به فرزند با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۴۵۷) دلالت می‌کند و بین شاخص تأثیر مثبت ماهواره و میزان نگرش مثبت به فرزند با ۰/۹۵ اطمینان معادل (۰/۱۹۱) همبستگی معنادار مستقیم و ضعیفی وجود داشته، اما بین شاخص تأثیر منفی ماهواره و تلویزیون و میزان نگرش مثبت به فرزند با ۰/۹۹ اطمینان معادل (۰/۴۱۳-) رابطه‌ی معنادار معکوس و به نسبت قوی وجود دارد. به علاوه، در این فرضیه وجود رابطه‌ی مستقیم و متوسط بین شاخص تشویق از طریق خانواده و اطرافیان و میزان نگرش مثبت به فرزند با ۰/۹۹ اطمینان معادل (۰/۳۷۹) تأیید شده، اما با همان فاصله اطمینان معادل (۰/۴۴۶-) بین شاخص دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان و میزان نگرش مثبت به فرزند رابطه‌ی معکوس و بیش از متوسطی وجود داشته است.

جدول (۵). ضریب همبستگی بین شاخص‌های یادگیری اجتماعی و میزان نگرش مثبت به فرزند

میزان نگرش مثبت به فرزند			متغیر وابسته	شاخص
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون		
۱۳۵	۰/۰۰۰	۰/۳۰۹	تبلیغات مثبت شبکه‌های مجازی	
۱۳۵	۰/۰۰۰	-۰/۳۱۵	تبلیغات منفی شبکه‌های مجازی	
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۴۱۳	تأثیر منفی ماهواره و تلویزیون	
۱۱۵	۰/۰۴	۰/۱۹۱	تأثیر مثبت ماهواره	
۱۸۸	۰/۰۰۰	۰/۴۵۷	تأثیر مثبت تلویزیون	
۱۹۰	۰/۰۰۰	۰/۳۷۹	تشویق از طریق خانواده و اطرافیان	
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۴۴۶	دلزد کردن از طریق خانواده و اطرافیان	

ج. فرضیه‌ی فرعی ۳: بین فشار هنجاری و نگرش مثبت به فرزند رابطه وجود دارد.

۹۹

بین شاخص نظر دیگران درباره‌ی زن باردار و تعداد فرزندان و میزان نگرش مثبت به فرزند با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۳۰۶-) رابطه‌ی معکوس و متوسطی وجود داشته و بین شاخص نظر منفی همسر و میزان نگرش مثبت به فرزند با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۳۴۵-) رابطه‌ی معکوس و متوسطی وجود داشته است. همچنین نتایج، وجود رابطه‌ی معکوس و ضعیف بین شاخص عوامل عینی اجتماعی - اقتصادی و میزان نگرش مثبت به فرزند با اطمینان ۰/۹۹ معادل (۰/۱۸۰-) را تأیید می‌کنند.

جدول (۶). ضریب همبستگی بین شاخص‌های فشار هنجاری و میزان نگرش مثبت به فرزند

میزان نگرش مثبت به فرزند			متغیر وابسته	شاخص
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون		
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۳۰۶	نظر دیگران نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان زیاد	
۱۹۰	۰/۰۰۰	-۰/۳۴۵	نظر منفی همسر	
۱۱۵	۰/۰۰۰	-/۱۸۰	عوامل عینی اجتماعی - اقتصادی	

د. فرضیه‌ی فرعی ۴: 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 دو مؤلفه‌ی میزان ارتباطات و حمایت اجتماعی را در برمی‌گیرد که شاخص‌های این متغیر در مباحث پیشین و در جدول شماره‌ی ۳، ذکر شده است. نظر به اینکه یادگیری اجتماعی شاخص‌هایی دارد که در فرضیات پیشین به تفصیل آمده، این فرضیه به نتایج زیر رهنمون شده است:

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 دلسرد کردن 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 در داشتن تعداد فرزندان زیاد، با اطمینان ۰/۹۵ معادل (۰/۲۱۲) رابطه‌ی مستقیم و به نسبت متوسطی وجود دارد. همچنین نتایج وجود رابطه‌ی مستقیم و ضعیف بین میزان صمیمیت با دیگران دور و نقش مثبت تلویزیون در 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 در داشتن تعداد فرزندان زیاد با اطمینان ۰/۹۵ معادل (۰/۱۴۴-) رابطه‌ی معکوس و ضعیفی وجود دارد.

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

نقش مثبت تلویزیون در داشتن تعداد فرزندان			دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان			میزان روابط با دیگران دور
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۱۹۰	۰/۰۰۴	۰/۲۱۲	۱۹۰	۰/۰۳۱	-۰/۱۵۶	میزان صمیمیت با دیگران دور
۱۹۰	۰/۰۱۳	۰/۱۸۰	۱۹۰	۰/۰۰۱	-۰/۲۳۸	میزان صمیمیت با دیگران دور
نقش منفی ماهواره و تلویزیون			میزان صمیمیت با دیگران دور			
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون				
۱۹۰	۰/۰۴۷	-۰/۱۴۴				

هـ. فرضیه‌ی فرعی ۵: بین متغیرهای زمینه‌ای و نگرش مثبت به فرزند رابطه‌ی معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری رابطه‌ی همه‌ی متغیرهای مستقل زمینه‌ای با متغیر نگرش مثبت به فرزند، بیش از ۰/۰۵ بوده، نبود رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای و متغیر وابسته نتیجه‌گیری می‌شود.

۳-۶. نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری

در بخش‌های پیشین، رابطه‌ی بین متغیرها بر اساس فرضیات تحقیق، به صورت جداول دو بعدی مطرح و بررسی شد. در اینجا با استفاده از رگرسیون چند متغیره تأثیر مجموع متغیرهای مستقل در متغیر وابسته بررسی می‌شود. با توجه به جدول شماره‌ی ۸، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (R^2) برابر با ۰/۳۸۷ است که نشان می‌دهد ۳۸/۷٪ از کل تغییرات متغیر نگرش مثبت به فرزند بین زنان شهر ایلام، توسط متغیرهای مذکور پیش‌بینی می‌شود.

جدول (۸). نتایج آزمون رگرسیون در گام آخر یا ششم

ضریب تعیین (R)	ضریب تعیین خالص (R square)	مجذور تعدیل شده	خطای معیار برآورد
۰/۶۲۲	۰/۳۸۷	۰/۳۶۷	۱/۵۱۵۲۵

جدول (۹) و نتایج آزمون F رگرسیون در گام آخر

مدل	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۲۶۵/۰۱۰	۶	۴۶/۱۶۸	۱۹/۲۳۷	۰/۰۰۰
باقی مانده	۴۲۰/۶۴	۱۸۳	۲/۲۹۵		
مجموع	۶۸۵/۱۷۴	۱۸۹			

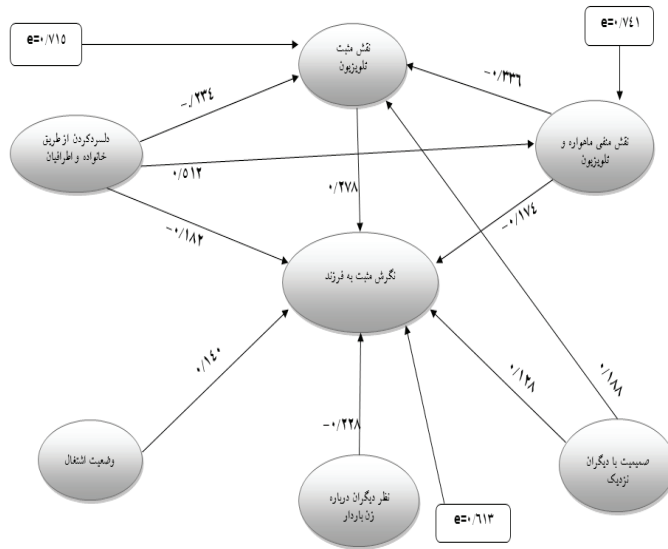
جدول شماره‌ی ۹ نشان می‌دهد که معناداری آزمون F (۱۹/۲۳۷) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ است که می‌توان نتیجه گرفت، مدل رگرسیونی تحقیق حاضر، مدل خوبی بوده و متغیرهای مستقل موجود در آن قادرند تغییرات میزان نگرش مثبت به فرزند را پیش‌بینی کنند.

جدول (۱۰). نتایج رگرسیون (مقدار B) گام آخر

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده		متغیرهای وارد شده
		Beta	خطای معیار	B	
۰/۰۰۰	۷/۴۲۱		۰/۷۴۳	۵/۵۱۳	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۴/۰۵۹	۰/۲۷۸	۰/۰۵۴	۰/۲۱۹	نقش مثبت تلویزیون
۰/۰۰۰	-۳/۸۲۳	-۰/۲۲۸	۰/۰۵۸	-۰/۲۲۳	نظر دیگران نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان
۰/۰۱۱	-۲/۵۸۴	-۰/۱۸۲	۰/۰۵۹	-۰/۱۵۳	دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان
۰/۰۱۵	-۲/۴۵۲	-۰/۱۷۴	۰/۰۵۶	-۰/۱۳۸	نقش منفی ماهواره و تلویزیون
۰/۰۱۸	۲/۳۸۵	۰/۱۴۰	۰/۲۶۳	۰/۶۲۷	وضعیت اشتغال زنان پاسخ‌گو
۰/۰۳۶	۲/۱۰۹	۰/۱۲۸	۰/۰۶۳	۰/۱۳۳	میزان صمیمیت با دیگران نزدیک

۱۰۲

نتایج جدول شماره ۱۰ میزان تأثیر هر متغیر و همچنین همبستگی بین آنها را نشان می‌دهد. در مدل آخر ضریب بتای متغیر نقش مثبت تلویزیون در داشتن فرزند یا فرزندان زیاد ۰/۲۷۸، ضریب بتای نظر دیگران درباره‌ی زن باردار و تعداد فرزندان نیز ۰/۲۲۸-، ضریب بتای دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان ۰/۱۸۲-، همچنین ضریب بتای نقش منفی ماهواره و تلویزیون بر داشتن تعداد فرزندان زیاد ۰/۱۷۴- شده و ضریب بتای وضعیت اشتغال زنان پاسخ‌گو و میزان صمیمیت با دیگران نزدیک به ترتیب، ۰/۱۴۰ و ۰/۱۲۸ شده است. با توجه به جدول آنوا (۹) f نیز معنادار است، به این معنی که تحلیل رگرسیونی برقرار است. سپس در تحلیل مسیر با توجه به نتایج رگرسیون متغیرهایی که با متغیر وابسته تحقیق یعنی میزان نگرش مثبت به فرزند معنادار بوده‌اند، در معادله‌ی 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. به این ترتیب ابتدا متغیر نقش مثبت تلویزیون در داشتن تعداد فرزندان زیاد، سپس نقش منفی ماهواره و تلویزیون در داشتن تعداد فرزندان زیاد بیشترین ضریب بتا را با متغیر وابسته داشتند که در شکل شماره ۲ آمده است.



شکل (۲). مسیر تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر نگرش مثبت به فرزند و ضرایب آنها

با توجه به جدول شماره‌ی ۱۱، متغیر دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان، مهم‌ترین و قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌ی میزان نگرش مثبت به فرزند زنان شهر ایلام است که مستقیم و غیر مستقیم در این نگرش تأثیر منفی داشته است. بعد از دلسرد کردن، نقش مثبت تلویزیون، بیشترین تأثیر مثبت را در متغیر وابسته داشته و در مرتبه‌ی بعد، نقش منفی ماهواره و تلویزیون، قوی‌ترین قدرت پیش‌بینی میزان نگرش نسبت به فرزند را به خود اختصاص داده است.

جدول (۱۱). تأثیرات متغیرهای مستقل در متغیر وابسته

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
نقش مثبت تلویزیون	۰/۲۷۸	-	۰/۲۷۸
میزان صمیمیت با دیگران نزدیک	۰/۱۲۸	$(۰/۱۸۸ \times ۰/۲۷۸) = ۰/۰۵۲$	۰/۱۸۰
نظر دیگران در مورد زن باردار و تعداد فرزندان	-۰/۲۲۸	-	-۰/۲۲۸
وضعیت اشتغال زنان پاسخ‌گو	۰/۱۴۰	-	۰/۱۴۰
نقش منفی ماهواره و تلویزیون	-۰/۱۷۴	$(-۰/۳۳۶ \times ۰/۲۷۸) = -۰/۰۹۳$	-۰/۲۶۷
دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان	-۰/۱۸۲	$(-۰/۲۳۴ \times ۰/۲۷۸) + (۰/۵۱۲ \times -۰/۱۷۴)$	-۰/۳۳۶

در مجموع، آنچه از مدل تحقیق باقی می ماند و توانسته ۰/۳۸/۷ واریانس متغیر میزان نگرش مثبت به فرزند را تبیین کنند، عبارت‌اند از یادگیری اجتماعی، فشار هنجاری، شبکه‌های اجتماعی و وضعیت اشتغال پاسخ‌گو و مابقی متغیرهای موجود در مدل تحقیق کنار گذاشته می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد، که میزان نگرش مثبت به فرزند بین زنان شهر ایلام در حد متوسط است. با مروری به مدل تحقیق و توجه به متغیرهایی که در مدل رگرسیونی قرار گرفته‌اند، مشخص می‌شود که نقش مثبت تلویزیون مهم‌ترین تأثیر مثبت (۰/۲۷۸) و نقش منفی ماهواره و تلویزیون نیز بیشترین تأثیر منفی (۰/۲۶۷-) را در میزان نگرش مثبت به فرزند دارند. به این ترتیب می‌توان گفت که برنامه‌های تلویزیون داخل، داشتن فرزند را تبلیغ می‌کنند و در راستای سیاست‌های جمعیتی گام برمی‌دارند. با توجه به نظریه‌ی یادگیری اجتماعی، تلویزیون یکی از منابع یادگیری اجتماعی محسوب می‌شود که می‌تواند در شناخت‌ها، نگرش‌ها و تمایلات زنان تأثیر بگذارد. هر قدر نقش منفی ماهواره و تلویزیون در خصوص نگرش مثبت به فرزند افزایش یابد، میزان نگرش مثبت به فرزند 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 و آن را به مخاطبان القاء می‌کند. با توجه به تئوری گربنر، 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 نگرش مثبت به فرزند رابطه‌ی منفی دارند. دلسرد کردن از طریق خانواده و اطرافیان نیز مهم‌ترین متغیر اثرگذار منفی است که ضریب تأثیر آن ۰/۳۳۶- 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 (برناردی و کلارنر، ۲۰۱۴: ۶۵۰). در تحقیق حاضر نیز مشخص شده که هر قدر خانواده و اطرافیان، زنان مورد مطالعه را نسبت به داشتن فرزند دلسرد کنند، نگرش مثبت آنها به فرزند کمتر می‌شود. بنابراین یادگیری اجتماعی یکی از متغیرهایی است که بیشترین تأثیر را بر نگرش مثبت به فرزند داشته که تحقیقات برناردی و کلارنر و همچنین بالبو و باربان نیز مؤید تأثیر متغیر یادگیری در نگرش به فرزند و رفتار باروری‌اند. بر اساس نظریه‌ی یادگیری بندورا، افراد هر چه 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 مقبول آن رفتار در دنیای واقعی است، بپذیرد.

از بین عوامل فشار هنجاری تنها شاخص نظر دیگران نسبت به زن باردار و تعداد فرزندان با ضریب تأثیر ۰/۲۲۸- در میزان نگرش مثبت به فرزند تأثیر داشته است. وجود هنجارهایی از جمله نگرش غلط «داشتن فرزند بیشتر، نشانه‌ی فرهنگ اجتماعی ضعیف‌تر است» (مباشری و همکاران، ۱۳۹۲)، توجه زیاد به زن باردار در اماکن عمومی به خاطر تغییرات ظاهری، کوچک‌تر شدن فضای آپارتمان‌ها و ... گواهی بر فشار هنجاری است که رفتارها و نگرش‌های افراد نسبت به فرزند و فرزندآوری را تحت شعاع قرار می‌دهند. در واقع هنجارها نیرویی دارند که (به باور دورکیم^۱) بر فرد و اراده‌ی فردی اجبار وارد می‌کنند که به منظور تأیید شدن، از هنجارها تبعیت کنند و این امر در تحقیقات متعددی تأیید شده است (رفیع پور، ۱۳۸۰: ۱۹۷؛ برناردی و کلارنر، ۲۰۱۴: ۶۴۵). نتایج این تحقیق منطبق بر نتایج تحقیق عرفانی است که در پژوهش خویش، به این نتیجه رهنمون شده که نیت داشتن فرزند اول، متأثر از نگرش به فرزندآوری و میزان فشارهای هنجاری است (عرفانی، ۱۳۹۱). ویر 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 (کوزر، ۱۳۸۸: ۳۰۸ و ۳۰۹). به این ترتیب، انسان‌ها برای کسب احترام و تأیید از جانب دیگران، ترس از طرد شدن، مورد ملامت قرار گرفتن و عقب نماندن از دیگران، در مقابل فشار هنجاری تسلیم خواهند شد.

میزان صمیمیت با دیگران نزدیک نیز در نگرش مثبت به فرزند، تأثیر مثبت دارد. همان طور که در تئوری شبکه اجتماعی مطرح شد، به جای توجه صرف به کنشگران، به ساختار روابط توجه می‌شود. تحقیقات مختلفی نشان می‌دهد که یک شبکه‌ای که شامل افرادی است که حامله هستند یا تمایل به داشتن فرزند دارند، اگر همه‌ی دوستان صمیمی کودک داشته باشند، پاسخ‌گویان تمایل بیشتری به هم‌نوایی دارند تا زمانی که هنوز دوست صمیمی بدون فرزند وجود داشته باشند (برناردی و همکاران، ۲۰۰۷؛ کیم و همکاران، ۲۰۰۹). به این ترتیب، این نتایج منطبق با تحقیق برناردی و کلارنر است که نشان می‌دهند، باروری فرد تا اندازه‌ای به رفتار باروری دیگر اعضای جمعیت و ساختار تعاملات بین افراد بستگی دارد (برناردی و کلارنر، ۲۰۱۴: ۶۴۳). تحقیق حاضر در خصوص تأثیر شبکه‌های اجتماعی در نگرش مثبت به فرزند، مؤید نتایج تحقیقات بالبو و باربان، برناردی و همکاران و بوهلر ۲۰۰۹ است که همگی بر اثر چشم‌گیر شبکه‌های اجتماعی در نگرش به فرزند و فرزندآوری اذعان می‌کنند. در بین متغیرهای زمینه‌ای نیز تنها متغیر وضعیت اشتغال زنان پاسخ‌گو

در متغیر میزان نگرش مثبت به فرزند تأثیر داشته و این تأثیر منفی است. در نهایت متناسب با یافته‌های این پژوهش می‌توان پیشنهادهاتی را ارائه داد:

۱- استفاده از روش‌های کیفی یا جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌های عمیق هدایت شده، می‌تواند به شناخت ابعاد دیگری از نگرش به فرزند و مسائل مرتبط با آن منجر شود، از این رو این نوع از مطالعه پیشنهاد می‌شود.

۲- با توجه به تأثیر نگرش همسر در نگرش زنان نسبت به فرزند، انجام این پژوهش بر روی زوجین به صورت توأمان توصیه می‌شود، به این منظور که نگرش همسران نیز به عنوان عامل مؤثر بررسی شود.

۳- با استناد به نتایج تحقیق حاضر، نقش مثبت تلویزیون و نقش منفی ماهواره و تلویزیون (که این رسانه‌ها از منابع یادگیری محسوب می‌شوند) از عوامل مؤثر در نگرش مثبت به فرزند هستند، از آنجا که دولت نمی‌تواند کنترلی بر محتوای برنامه‌های ماهواره داشته باشد، توصیه می‌شود که برای تقویت بیشتر برنامه‌های تلویزیون و افزایش نقش مثبت آن، در راستای سیاست‌های افزایش جمعیت و بهبود نگرش مثبت به فرزند تدابیری اندیشیده شود.

۴- با توجه به تأثیر انکارناپذیر فشار هنجاری و نظر دیگران بر نگرش زوجین به فرزند و فرزندآوری، بررسی تغییر هنجارها در هر جامعه‌ای نیازمند کار مستمر، سیستماتیک و بلندمدتی است که به صورت فرمایشی و بدون برنامه‌ریزی بلندمدت هیچ تغییر فرهنگی‌ای اتفاق نمی‌افتد. تجربه‌ی ایران در کاهش باروری دهه‌ی ۷۰ منتج از وقایع عینی دهه‌ی ۶۰ بود، تا چنین تجربیاتی برای مردم پدید نیاید و برای آنها عینی نشود که نیاز ملی به افزایش جمعیت ضروری است، تغییر نگرش و رفتار باروری دور از انتظار است. بنابراین باید تدابیر گوناگون چنین اندیشه‌ای را در مردم ایجاد کرد و گرنه صرف تصویب سیاست مؤثر نخواهند بود.

منابع

- ◀ ابراهیم‌پور، محسن و صفیه عبادی. «تفاوت‌ها و ترجیحات نسلی در فرزندآوری (نظرها و نگرش‌ها): مطالعه موردی شهر ساری»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، دوره ۸، ۱۶، (۱۳۹۲).
- ◀ اجاقلو، سجاد و حسن سرایی. «مطالعه تغییرات زمانی ارزش فرزند در ایران (مطالعه زنان شهر زنجان)»، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۳، ش ۲، (۱۳۹۳).
- ◀ اعزازی، شهلا ۱۳۸۰. جامعه‌شناسی خانواده: با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر، روشنگران و مطالعات زنان.
- ◀ ایمان، محمدتقی و مریم سرورش. «مقایسه بین نسلی سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در دسترس زنان شیراز»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۱، ش ۴، (۱۳۹۲).
- ◀ بستان (نجفی)، حسین و همکاران ۱۳۸۸. اسلام و جامعه‌شناسی خانواده، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- ◀ بندورا، آلبرت ۱۳۷۲. نظریه یادگیری اجتماعی، ترجمه‌ی فرهاد ماهر، شیراز، راهگشا.
- ◀ حسینی، حاتم و محمد جلال عباسی شوازی. «تغییرات اندیشه‌ای و تأثیر آن بر رفتار و ایده‌آل‌های باروری زنان کرد و ترک»، پژوهش زنان، دوره ۲، ش ۷، (۱۳۸۸).
- ◀ حقیقی مهر، ابراهیم ۱۳۸۴. «نگاهی به تحول خانواده در ایران و جهان و عوامل مؤثر بر آن». درج در سایت www.irpds.com.
- ◀ سیف، علی اکبر ۱۳۷۴. تغییر رفتار و رفتار درمانی: نظریه‌ها و روش‌ها، تهران، دانا.
- ◀ سازمان ثبت احوال کشور، مجموعه آمارهای جمعیتی کشور شامل: تحلیل شاخص‌های جمعیتی (ولادت، فوت ازدواج و طلاق) (خرداد ۱۳۸۹)، ش ۴. درج در سایت www.sabteahval.ir.
- ◀ سرایی، حسن. «تداوم و تغییر خانواده در جریان گذار جمعیتی ایران»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، دوره ۱، ش ۲، (۱۳۸۵).
- ◀ رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۰)، آناومی جامعه، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ◀ عباسی شوازی، محمدجلال؛ پیتر مک‌دونالد؛ میمنت حسینی چاووشی و زینب کاوه فیروز. «بررسی دیدگاه زنان در مورد رفتارهای باروری در استان یزد»، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۰، (۱۳۸۱).
- ◀ عرفانی، امیر ۱۳۹۱. پایگاه تحلیلی خبری خانواده و زنان، (۱۶ تیر ۱۳۹۲)، کدخبر ۷۳۶۰، درج در سایت www.mehrkhane.com.
- ◀ قاسمی اردهائی، علی؛ رضا نوبخت و حمیده ثوابی. «بررسی تطبیقی نگرش زنان متعلق به نسل‌های مختلف در زمینه سن ازدواج و ترکیب خانواده»، مطالعات زن و خانواده، دوره ۱، ش ۲، (۱۳۹۳).
- ◀ قبادی، علی‌رضا، خبرگزاری فارس، (چهارشنبه ۲۶ شهریور ۱۳۹۳)، تاریخ ثبت خبر ۱۳۹۲/۴/۱۷.
- ◀ قدرتی، حسین؛ علی یاراحمدی؛ مریم مختاری و حسین افراسیابی. «تحلیل سرمایه اجتماعی و باروری زنان در مناطق شهری سبزوار»، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره ۱، ش ۴، (۱۳۹۰).

◀ کوزر، لوئیس (۱۳۸۸)، *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ پانزدهم، تهران: انتشارات علمی.

◀ لیبی، محمدمهدی. شبکه‌های اجتماعی به مسائل خانواده‌های ایرانی شدت و سرعت داده‌اند / باید مزایا و تهدیدات را در کنار هم دید، پایگاه تحلیلی خبری خانواده و زنان، (۱۱ بهمن ۱۳۹۴)، کد خبر ۲۴۱۸۴. درج در سایت www.mehrkhane.com.

◀ مباحثی، محمود و همکاران (۱۳۹۲)، تعیین مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر الگوی باروری خانواده‌های تک‌فرزند و بدون فرزند شهرستان شهرکرد در سال ۱۳۹۲، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ایلام، دوره بیست و یکم، شماره ششم، صص ۶۳-۷۰.

◀ محمودی، مصطفی ۱۳۸۶. بررسی تطبیقی نگرش پدران و پسران نسبت به تشکیل خانواده (ازدواج و فرزندآوری): مطالعه در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، استاد راهنما حسن سرایی)، (۱۳۸۶).

◀ مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۵.

◀ موسوی، سیده فاطمه و مهدیه سادات قافله باشی. «بررسی جایگاه و نگرش به فرزندآوری در خانواده‌های جوان شهر قزوین»، *مطالعات زن و خانواده*، سال ۱، ش ۲، (۱۳۹۲).

◀ هزارجریبی، جعفر و علیرضا عباس‌پور. «تأثیر عوامل اجتماعی - اقتصادی زنان بر میزان باروری زنان: مطالعه موردی شهر تبریز»، *پژوهش اجتماعی*، دوره ۳، ش ۶، (۱۳۸۹).

► Abbasi -Shavazi , M.J & R. Mc Donald, (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.

► Bernardi, L. S Keim, & H vonder lipp. "Social influences on fertility: A comparative mixed method study in eastern and western Germany". *Journal of mixed method research*, 1 (1), (2007).

► Balbo, Nicoletta, & Nicola Barban. "Dose fertility behavior spread among fertility"? *American Sociological Review*, vol 79 (3), (2014).

► Bernardi, L, & a. Klarner. "Social networks and fertility", *demographic research*, vol 30, article 22, (2014).

► Buhler, C. "On the structural value of children and it's implication on intended fertility in Bulgaria", *demography research*, vol. 18, article 20, (2009).

► Burt, R.S. (1982). *Toward a structural theory of action: Network models and*

- D. Bushell (eds), Behavioral Sociology. New York: Academic press.
- ▶ Gerbner, ET, al. in. J. Bryant and Zillman (eds) (1994). Media effects in Theory and Research. New Jersey.
 - ▶ Granovetter, M.S. “Economic action and social structure: the problem of embeddedness”. *American Journal of sociology*. 91 (3), (1985)
 - ▶ Keim, S. A Klarnar, & L. Bernardi. (2009). Fertility – relevant social networks: composition, structure, and meaning of personal relationships for fertility intentions. Mpidr working. 2009- 2028.
 - ▶ Pescosolido, B. A, & S. Georgianna. “Durkheim, suicide and religion: toward a network theory of suicide”. *American sociological review*, (1989).
 - ▶ Wellman, B. & K. Frank, (2000). Network Capital in a Multi – level world: Getting support from personal Communities. In social Capital: Theory and research edited by Lin, N., ET .al. Chicago: Aldine de Gruyter.