



Research Paper

Investigating the relationship between media consumption and religiosity with women's fertility behavior (Case study: married women aged 15-49 in Tabriz)

Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam ^{1*}, Tavakkol Agayari-Hir ², Saeed Soltani Bahram ³,
Nasrin Ansari Ozi ⁴

1. Professor of Sociology, Tabriz University, Tabriz, Iran (corresponding author).
2. Associate Professor of Demography, Tabriz University, Iran.
3. Assistant Professor of Sociology, Urmia University, Urmia, Iran
4. Master of Sociology, Tabriz University, Tabriz, Iran



[HTTPS://DOI.ORG/10.34785/J016.2022.008](https://doi.org/10.34785/J016.2022.008)

Received: October 23, 2021
Accepted: February 20, 2022
Available online: June 29, 2022

Keywords:

Fertility behavior, religiosity, media consumption, women, Tabriz.

Abstract

Reproductive behavior indicates a person's intellectual background, decision-making, and ultimately performance in having a child. Social researchers consider the changes in the family as the inevitable result of structural changes in society, especially ideological changes. In this study, fertility behavior in relation to the variables of religiosity, media consumption and education level has been studied by survey method. The statistical population of the present study was married women aged 15-49 years old in Tabriz, which according to the 2016 census, their number is about 338220 people. The sample size was estimated to be 498 people using Cochran's formula and the sampling method was multi-stage cluster. In order to collect data, standard and researcher-made questionnaires were used. The descriptive findings of the study showed that 12.9% of the women were childless and 75.5% of women had one or two children. The results of testing the research hypotheses showed that there is a positive and significant relationship between religiosity and women's fertility behavior and with increasing the level of women's religiosity, their fertility and childbearing behavior improved. While there was a significant inverse relationship between women's media consumption and their reproductive behavior. Also, the fertility rate of women was significantly different based on the level of education of women and their husbands.

Agayari-Hir, T., Soltani, S., & Ansari, N. (2022). Investigating the Relationship between Religiosity and Media Consumption with Women's fertility Behavior (Case Study: Married Women aged 15-49 in Tabriz). *Sociology of Culture and Art*, 4(1), 83-100.

Corresponding author: Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam

Address: Tabriz, Department of Sociology, Tabriz University.

Tell: +989144177408

Email: m.alizadeh@tabrizu.ac.ir

Extended Abstract

1- Introduction

Fertility behavior indicates a person's intellectual background, decision-making, and ultimately performance in having a child. Social researchers consider the changes in the family as an inevitable result of structural changes in society, especially ideological ones. Rapid and huge decline in fertility over the past three decades has made Iran one of the countries with below replacement fertility.

Since societies are facing with challenging population issues regarding their reducing growth rate and population aging, so many researchers have trying to understand the factors affecting reproductive behavior. Understanding how fertility decreases requires understanding those broad-band sociocultural changes, especially in family and status of women as a result of global change. In recent era, women, as the main pillars of family and fertility, have experienced many changes, which have also affected the attitudes of men and women towards childbearing. These changes brought about many changes into the contemporary families, such as prevalence of one-child or childless families, which in turn, can cause structural changes at family, society, economy, culture, politics, and security of a country. Therefore, researches that address underlying social and economic factors of lower fertility, are highly required. This will help to implementation of need plans to manage the related population issues of low and lower fertility. Demographic changes occur over time, and these changes could have tremendous socio-economic consequences for the society.

2-Method

In this study, fertility level is studies in relation to variables such as; religiosity, media consumption, and education level by survey method. The statistical population of the study was married women of 15-49 years-old in Tabriz City, which estimated to be 338220 according to the 2016 national census. The sample size was determined to be 498 people using Cochran's formula and selected by the multi-stage cluster sampling method. Standard and also researcher-made questionnaires were used to collect needed data. In order to assess the validity of the indices, face validity was used and to evaluate the reliability, the internal consistency method (Cronbach's alpha coefficient) was used. Since women's number of children (as fertility index) and their media consumption were measured directly, there was no need to examine their reliability. The alpha value for all of the indices, indicates acceptable reliability level.

3-Results

According to findings of the study, 12.9% of women were childless and 75.5% of them had only one or two children. Mean of religiosity index, which is measured by 17 items, is 82.2, which according to the range of the index, (17 to 102) could be regarded as higher than the midpoint of the related scale. Regarding media consumption, which 8 items were used to measure it, the mean value of media consumption index is estimated to be 19.1, which was lower than the midpoint of the related scale. With respect to hypothesis testing, women's fertility behavior (No. of Children) is significantly different based on their level of education. In fact, women with higher levels of education, have small number of children, and conversely, larger number of children are shown among women with lower levels of education. Correspondingly, women's No. of children is statistically and significantly related to their husbands' level of education in the same direction. There is a positive and significant relationship between religiosity and women's number of children. As women's religiosity increases, their number of children increases as well. Taking the media consumption, there was a significant and inverse relationship between women's media use and the number of children they have.

4-Conclusion

Significant relationship between women's education and also their husbands' education with number of children is in line with the theory of modernization, social capillarity, diffusion theory, and also are comparable to findings of researches such as; Enayat et al. (2011), Chamani et al. (2016), Kharayef et al. (2017), Kim (2016) and Yoshi et al. (2011). According to the theory of modernization, with the collapse of the traditional arrangements of life, people looking for new urban and industrial lifestyles, their attitudes and tendencies to have children change drastically. According to Giddens too, modernity changes the emotions and the prevalence of private life, as a result of which childbearing changes and the number of childless spouses increases. In Iran, due to the increase in level of women's education, their fertility behavior has been affected in such a way that the majority of educated women have only one child. Moreover, there is a significant relationship between media consumption and women's number of children. In this regard, the findings of the study are consistent with the theory of media dissemination and consumption and also with findings of previous studies such as; Mahmoudian et al. (2015), Enayat et al. (2011), Aghayari et al. (2011), Soroush and Bahrani (2013). Taking the media impact, Gerbner

put an emphasis on the role of television in conventionalization of common perspectives among people. Giddens believes that the media has a extensive effect on opinion and experiences of individuals. According to Giddens, mass media includes a wide variety of media such as television, newspapers, radio, internet magazines, and etc., and covers many aspects of personal and social universes. At the present time, mass media play an important role in spreading the idea of contraception. Caldwell considers the role of media in promoting the widespread use of contraceptives and the idea of small family. There is also a significant relationship between religiosity and women's number of children. The results of the study in this respect, are consistent with the findings of previous researches of Mahmoudian et al. (2015), Soroush and Bahrani (2013), Chamani et al. (2015), Rad and Thawabi (2015), Ford and Morgan (2008), Neumann and Seiderman (1986), Zang (2008) and Hink (2006). Results show that as the religiosity level increases among women, they will bring higher number of children, and conversely, smaller

number of children are generally found among women with lower levels of religiosity, the finding that again is analogous to majority of previous researches.

markers and a non-verbal means of communication of the often highly fragmented and multi-faceted meanings of young girls' identity. In Iran, a transition from a culture-debating to a culture – consuming public has occurred during the past decades. However, the cultural imperatives of a hegemonic order encompass the whole area of lived experience.

5- Funding

There is no funding support

6- Authors' contribution

Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam, the corresponding author of this article, is Professor of Sociology, Tabriz University, Tabriz

7- Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest

تبیین ارتباط مصرف رسانه‌ای و دینداری با رفتار باروری زنان (مورد مطالعه: زنان متأهل ۱۵-۴۹ ساله، شهر تبریز)

محمدباقر علیزاده اقدم^{۱*}، توکل آقایاری هیر^۲، سعید سلطانی بهرام^۳، نسرين انصاری اوزی^۴

۱. استاد جامعه‌شناسی و مدیر قطب علمی جامعه‌شناسی سلامت، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).
۲. دانشیار جمعیت‌شناسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
۳. استادیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.
۴. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران



[HTTPS://DOI.ORG/10.34785/J016.2022.008](https://doi.org/10.34785/J016.2022.008)

چکیده

رفتار باروری نشان‌دهنده زمینه‌ی فکری، تصمیم‌گیری و نهایتاً عملکرد افراد برای داشتن فرزند است. پژوهشگران اجتماعی دگرگونی‌های به‌وجودآمده در خانواده را نتیجه‌ی اجتناب‌ناپذیر دگرگونی‌های ساختاری جامعه به‌ویژه دگرگونی‌های ایدئولوژیکی می‌دانند. در این پژوهش رفتار باروری در ارتباط با متغیرهای دینداری، مصرف رسانه‌ای و سطح تحصیلات به روش پیمایشی مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر، زنان متأهل ۱۵-۴۹ ساله شهر تبریز بودند که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، تعداد آنها حدود ۳۳۸۲۲۰ نفر اعلام شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۴۹۸ نفر برآورد گردیده و شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد و محقق‌ساخته استفاده شده است. یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که ۱۲/۹ درصد زنان مورد مطالعه بدون فرزند بودند و ۷۵/۵ درصد زنان دارای یک یا دو فرزند بودند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که بین دینداری و رفتار باروری زنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش میزان دینداری زنان، رفتار باروری و فرزندآوری آنها بهبود پیدا می‌کند. در حالی که بین مصرف رسانه‌ای زنان و رفتار باروری آنها ارتباط معکوس و معنی‌داری وجود داشت. همچنین میزان باروری زنان بر اساس سطح تحصیلات زنان و همسران‌شان تفاوت معنی‌داری داشته است.

واژه‌های کلیدی: رفتار باروری، دینداری،

تاریخ دریافت: ۱ آبان ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۱ اسفند ۱۴۰۰

تاریخ انتشار: ۸ تیر ۱۴۰۱

استناد: علیزاده اقدم، محمدباقر؛ آقایاری هیر، توکل؛ سلطانی، سعید؛ انصاری، نسرين. (۱۴۰۱). تبیین ارتباط مصرف رسانه‌ای و دینداری با رفتار باروری (مورد مطالعه: زنان متأهل ۱۵-۴۹ ساله شهر تبریز). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴(۱)، ۱۰۰-۸۳.

* نویسنده مسئول: محمدباقر علیزاده اقدم

نشانی: تبریز، گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز.

تلفن: ۰۹۱۴۴۱۷۷۴۰۸

پست الکترونیکی: m.alizadeh@tabrizu.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مساله

باروری و پایین بودن آن از موضوعاتی است که اندیشمندان از گذشته‌های دور به آن پرداخته‌اند؛ برای مثال جان پیتر ساسمیلج^۱ که از وی به عنوان یکی از بنیان‌گذاران جمعیت‌شناسی یاد می‌شود در سال ۱۷۴۱ بیان کرده که اگر خانواده‌ها به طور متوسط کمتر از چهار فرزند به دنیا بیاورند، نشان از پایین بودن باروری است (Livi Bacci, 2012: 72). کاهش مداوم باروری در طول سه دهه‌ی گذشته ایران را به یکی از کشورهای با باروری زیر سطح جانشینی تبدیل کرده است. باروری از اواسط دهه‌ی ۱۳۶۰ شروع به کاهش کرد و از ۶/۸ فرزند در سال ۱۳۶۲ به ۵/۵ فرزند در ۱۳۶۷ و سپس ۲/۸ فرزند در سال ۱۳۷۵ کاهش یافت. باروری در سال ۱۳۷۹ به سطح جانشینی و در سال ۱۳۹۰ به حدود ۱/۸ فرزند یعنی زیر سطح جانشینی رسید (عباسی شوازی و خواجه‌صالحی، ۱۳۹۲: ۴۶-۴۵؛ صادقی، ۱۳۹۵: ۲۲۵-۲۲۴). بر همین اساس، در سالهای اخیر سیاستهای جمعیتی کشور بازنگری و دستیابی به باروری بالاتر از سطح جانشینی به عنوان اولین هدف سیاستهای کلی جمعیت قرار گرفت (صادقی و محسن آبادی، ۱۳۹۶: ۸۸). رفتار باروری می‌تواند بر اساس محرک‌ها، فرآیند تصمیم‌گیری و نگرش‌های مرتبط، به عنوان رفتاری اجتماعی که در یک محیط اجتماعی حادث می‌شود، در نظر گرفته شود. روابط اجتماعی بین اعضای یک جامعه می‌تواند ارزش‌ها و هنجارهای مرتبط با رفتار باروری را سازمان دهد. رفتاری که تنها در به دنیا آوردن فرزند خلاصه نمی‌شود بلکه تمامی جنبه‌های فرزندزایی نظیر علاقه به داشتن فرزند و نگرش به محرک‌ها برای تنظیم باروری را در بر می‌گیرد و عملکرد واقعی تولیدمثل تحت تاثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و محیطی قرار می‌گیرد. تحقیقات بسیاری نشان داده است که رفتار باروری زنان تحت تاثیر محیط آنان اتفاق می‌افتد (شهبازیان و همکاران: ۱۳۹۳: ۱۳۴).

با کاهش نرخ رشد و پیرشدن جمعیت کشورها، جمعیت‌جوامع به یکی از موضوعات چالش برانگیز تبدیل شده است. این موضوع بسیاری از محققین را به سمت درک عوامل مؤثر بر رفتار باروری سوق داده است. فهم چگونگی کاهش باروری مستلزم درک تغییرات خانواده و جایگاه زنان بر اثر تغییرات جهانی است، زیرا زنان، به عنوان یکی از ارکان مهم خانواده و باروری، تغییرات بسیاری را در موقعیت خود تجربه کرده‌اند. این تغییرات بر نگرش زنان و مردان به فرزند نیز بی‌تأثیر نبوده‌اند (رستگارخالد و مقدمی، ۱۳۹۵: ۱۰۱). امروزه، بسیاری از کشورهای پیشرفته و در حال توسعه میزان باروری کل در سطح جانشینی^۲ و حتی پایین‌تر از سطح جانشینی^۳ را تجربه کرده‌اند. ایران نیز از جمله کشورهایی است که در چند دهه‌ی اخیر افت شدیدی را در نرخ‌های باروری خود داشته است. کاهش باروری از حدود ۷ فرزند به ازای هر زن، در سال ۱۳۵۹، (عباسی شوازی و خواجه صالحی، ۱۳۹۲: ۴۶) به ۶/۹ فرزند در سال ۱۳۶۳ (صادقی و سرایی، ۱۳۹۵: ۳) ۵/۵ فرزند در سال ۱۳۷۶ به ۲/۱ فرزند (به سطح جانشینی) در سال ۱۳۷۹ و به حدود ۱/۹ فرزند، در سال ۱۳۸۵، ۱/۸ فرزند در سال ۱۳۹۰ مؤید همین مطلب است. نرخ باروری علاوه بر این، باروری استان‌های مختلف کشور، به صورت همگون، این روند کاهش را طی نموده و در سال ۱۳۹۰ باروری اکثر استان‌ها به زیر سطح جانشینی^۴ رسیده است و میزان باروری کل برای کشور حدود ۱/۸ فرزند به ازای هر زن بوده است (عباسی شوازی و خواجه صالحی، ۱۳۹۲: ۴۶).

در شهر تبریز نیز انتقال جمعیتی و به ویژه کاهش سریع باروری کل از ۴/۹ درصد در سال ۷۵-۶۵ به ۱/۳۵ درصد در سال ۹۰-۸۵ رسیده است (راد و ثوابی، ۱۳۹۴: ۱۲۹) که می‌تواند منجر به تغییرات بنیادی در ساختار سنی جمعیت شود. این امر شهر تبریز را با چالش‌هایی چون باروری زیر سطح جانشینی، کاهش جمعیت در سن کار، سالخوردگی و رشد منفی جمعیت در آینده روبرو می‌کند. رفتار باروری زنان شهر تبریز همسو با تغییرات جمعیتی کشور و جهان می‌باشد.

کاهش و یا افزایش جمعیت چنانچه در راستای اهداف توسعه‌ای یک کشور نباشد، برنامه‌ریزی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه را دچار مشکل خواهد کرد. بنابراین زمانی که کاهش نرخ باروری اتفاق می‌افتد و این امر چنانچه همسو با اهداف جامعه نباشد نیازمند عزم و برنامه‌ریزی جدی مسئولان مرتبط برای شناسایی علل و عوامل مؤثر بر کاهش باروری می‌باشد تا با همفکری محققین و مسئولین بتوانند پیشگیری‌های لازم و اقدامات مربوطه را انجام دهند. شناخت جمعیت و تحت کنترل داشتن آن

1. Johann Peter Süssmilch

2. replacement level

3. below-replacement level

4. منظور از باروری کمتر از حد جانشینی، باروری کمتر از ۲/۱ است که به این معنی است که زوجین فرزندی را جایگزین خود نمی‌کنند.

نیازمند مطالعات و برنامه‌ریزی‌های کلان سیاسی، اقتصادی و فرهنگی می‌باشد. کاهش نرخ باروری به معنای زیر سطح جانشینی شدن باروری است. و رواج تک فرزندی و بی‌فرزند می‌تواند منجر به تحولات ساختاری در سطح خانواده، اجتماع، اقتصاد، فرهنگ و سیاست و امنیت یک کشور شود. بنابراین انجام تحقیقاتی که بتواند عوامل اجتماعی، اقتصادی و... مؤثر بر باروری را شناسایی کند بیش از پیش ضروری است و توجه مسئولان مرتبط را می‌طلبد تا به سطح باروری درست و منطقی برای رشد و توسعه پایدار جامعه دست یابیم. تحولات جمعیتی در گذر زمان اتفاق می‌افتد و رشد شتابان کاهش باروری می‌تواند در آینده‌ای نه چندان دور تبعات اجتماعی اقتصادی را بر ساختار جامعه وارد نماید.

نگرانی در مورد کاهش میزان باروری در کشور برنامه‌ریزان اجتماعی و سیاستمداران را بر آن داشته است تا در جهت سیاستگذاری و هرگونه برنامه‌ی عمل، برای افزایش سطح باروری، بررسی همه جانبه و عمیق کنش‌های باروری زنان و تعیین-کننده‌های آن را با انجام مطالعات زمینه‌ای به منظور درک رفتار باروری زنان و خانواده‌ها مورد بررسی قرار دهند (حسینی و بگی، ۱۳۹۱: ۱۲۴). بنابراین، با توجه به مطالب مطرح شده سوالاتی که در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرند عبارتند از: وضعیت رفتار باروری زنان در شهر تبریز چگونه است؟ عوامل فرهنگی و یا اجتماعی مرتبط با رفتار باروری زنان کدام ها هستند؟

۲- پیشینه‌ی پژوهش

۲-۱: پژوهش‌های تجربی

چمنی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «مطالعه‌ی چالش‌های فرزندآوری در شهر تهران با تأکید بر روش ترکیبی» انجام دادند. هدف این پژوهش شناسایی عواملی است که به کم‌فرزندآوری در جامعه‌ی ایرانی می‌انجامد. جمعیت آماری این پژوهش، همه‌ی زنان متأهل در شهر تهران است. نتایج کیفی این پژوهش نشان داد که تصمیم افراد برای داشتن فرزند، راهکار خاصی برای ایجاد تعادل میان تمایلات فردی و ساختاری است. نتایج کمی این پژوهش نیز نشان داد که متغیرهای تعداد خواهر و برادر پاسخگو، سن ازدواج، محل تولد، اختلاف سنی همسران، درآمد خانواده، تحصیلات زن، مشارکت زنان در تصمیم‌گیری در امور خانواده، استقلال روانی (رضایت از زندگی)، نگرش مثبت و منفی به فرزند، ترجیح جنسی، نگرش به سقط جنین، مدیریت بدن، دینداری و تقدیرگرایی از عوامل مهم تأثیرگذار بر باروری (رفتار، ایده‌آل و تمایلا فرزندآوری) زنان قلمداد می‌شود.

آقایاری و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه‌ی کیفی با عنوان «فرزندآوری به مثابه‌ی مخاطره (مطالعه‌ی کیفی زمینه‌های کم‌فرزندگی در شهر تبریز)» انجام دادند. پژوهش حاضر با هدف مطالعه‌ی پدیده‌ی کم‌فرزندگی در میان زنان شهر تبریز و به روش کیفی انجام شده است. و دیدگاه‌های ۳۰ نفر از زنان در مورد تجارب کم‌فرزندگی آنها که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند تحلیل شده است. بر اساس نتایج تحلیل روایت‌های زنان از تجاربشان، پدیده‌ی کم‌فرزندگی می‌تواند با استفاده از یک نظام معنایی مبتنی بر مخاطره در چهار بعد، شامل مخاطره‌ی زیبایی/ تناسب اندام (شخصی و تعمیم یافته)، مخاطره‌ی سلامتی (جسمانی، ذهنی- روانی و اجتماعی)، مخاطره‌ی اقتصادی (هزینه‌های مستقیم و هزینه- فرصت فرزندآوری) و مخاطره‌ی قدرت (کودک شهریاری) فهمیده شود. «فرزندآوری به مثابه خطر» به عنوان مقوله‌ی هسته‌ای مطالعه‌ی حاضر شناسایی شد. همچنین تغییرات کارکردی خانواده و تحلیل نقش مادری، پذیرش اجتماعی و نهادینه شدن کم‌فرزندگی، کاهش فشار/ حمایت اجتماعی، عبرت‌آموزی نسلی، عرفی شدن فرزندآوری، بی‌اعتمادی به سیاست‌های تشویقی، برساخت رسانه‌ای و پزشکی کم‌فرزندگی از جمله شرایط تسهیل‌گر کم‌فرزندگی شناسایی شدند.

راد و ثوابی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «بررسی گرایش به باروری و عوامل اجتماعی مرتبط با آن: مطالعه موردی زنان متأهل ۱۵-۵۰ ساله ساکن شهر تبریز» انجام دادند. هدف از انجام این مطالعه شناسایی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به باروری است. در این مطالعه پیمایشی، اطلاعات مورد نیاز از ۴۶۰ زن متأهل ۱۵-۵۰ ساله شهر تبریز به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای به دست آمده است. و به این نتیجه دست یافتند که باورهای مذهبی مهم‌ترین عامل در گرایش به باروری زنان است. متغیرهای سن زن، گذران دوران زندگی قبل از ازدواج در روستا، باورهای مذهبی، سرمایه اجتماعی و تعداد فرزند ایده‌آل تأثیر مثبت بر میزان گرایش به باروری و در مقابل متغیرهای مدت اقامت در شهر تبریز و پایگاه اجتماعی تأثیر منفی در میزان گرایش

به باروری زنان دارند. مبنای نظری این تحقیق، نظریه‌های بونگارت، نوتشتاین، رانگ و بکر، و نیز نظریه‌های پایگاه اجتماعی، باورهای مذهبی و سرمایه اجتماعی می‌باشد.

محمودیان و همکاران (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری» انجام دادند. هدف این پژوهش تبیین تفاوت‌های باروری با استفاده از میزان مصرف رسانه‌های و رفتارهای مرتبط با مدیریت بدن در بین زنان فرهنگی شهر یاسوج است. روش تحقیق این پژوهش کمی و به شیوه پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه خود ابرازی انجام شده است. نتایج یافته‌ها نشان داد که با کنترل سن، استفاده از اینترنت و مدیریت ظاهر بدن، اثر منفی و مصرف رسانه خارجی اثر مثبت بر رفتار باروری دارد. همچنین با کنترل سن، مصرف اینترنت و رسانه خارجی و مدیریت ظاهر بدن بیش از ۴۲ درصد از تغییرات رفتار باروری را در بین نمونه مورد بررسی خود تبیین نمودند.

محموددانی و شهریاری (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «نقش مذهب و توسعه در رفتار باروری زنان کرد در ایران (شواهدی از شهرستان‌های منتخب استان کرمانشاه، کردستان و آذربایجان غربی)» انجام دادند. روش تحقیق این مطالعه از نوع تحلیل ثانویه و روش تحلیل نیز از نوع تحلیل دو سطحی می‌باشد. داده‌ها از نتایج سرشماری ۱۳۹۰ اقتباس شده است. نمونه آماری تحقیق حاضر، شامل ۹۴۵۷ از زنان گرد دارای همسر ۴۹-۱۵ ساله شهرستان‌های منتخب استان کرمانشاه، کردستان و آذربایجان غربی است. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که نخست، تفاوت میانگین سطح باروری زنان شیعه و سنی در سطح بسیار پایینی قرار دارد؛ دوم اینکه مذهب در سطح کلان اثر معناداری بر باروری ندارد و قدرت تبیین‌کنندگی آن بسیار ضعیف است.

سروش و بحرانی (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان «رابطه دینداری، نگرش به نقش‌های جنسیتی و نگرش به فرزند، با تعداد واقعی و ایده‌آل فرزند» انجام دادند. با استفاده از روش پیمایشی و پرسشنامه محقق‌ساخته، این موضوع در بین ۴۰۰ نفر از زنان متأهل شیراز با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بررسی شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که گرچه دینداری رابطه معناداری با تعداد واقعی فرزندان دارد، درباره تعداد ایده آل فرزند وفاق چشمگیری بین زنان متأهل وجود دارد و این امر ارتباطی با میزان دینداری آن‌ها نداشته است. نگرش به نقش‌های جنسیتی رابطه معناداری با تعداد ایده آل فرزند داشته است که این رابطه با کنترل متغیرهای زمینه‌ای هم معنادار باقی می‌ماند. نتایج تحلیل‌های چندمتغیره نشان می‌دهد دینداری سهم ناچیزی در تعیین تعداد فرزند داشته و فقط ۱/۴ نکته درخور توجه آنکه تحصیلات به تنهایی تعیین کننده ۴۰ درصد از واریانس تعداد فرزندان است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که کاهش نرخ رشد جمعیت از عوامل فرهنگی نظیر فرآیند جهانی شدن و چرخش ارزشهای جمع گرایانه به فردگرایانه تأثیر پذیرفته است.

عنایت و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «مطالعه‌ی رفتار و نگرش باروری دو نسل مادران و دختران و عوامل فرهنگی مرتبط با آن» انجام دادند. این پژوهش به بررسی باروری دختران ۱۸ تا ۲۵ ساله و مقایسه‌ی آنان با والدینشان در دو شهر گراش و اوز برای دستیابی به الگوهای باروری دو نسل و مشاهده‌ی تفاوت‌های آن انجام شده است. روش تحقیق پیمایشی و از تکنیک پرسش نامه همراه با مصاحبه استفاده شده است. در مجموع نمونه‌ی این پژوهش را ۳۰۰ دختر و ۳۰۰ مادر تشکیل می‌دهند که به روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی (تحصیلات و استفاده از رسانه‌های جمعی) بهترین توضیح دهنده‌ی سطوح تفاوت باروری بین دو نسل مادران و دخترانشان است. آنها مطرح کردند که باروری مادران و دختران روند نزولی خود را در ایران طی می‌کند.

خرایف رشود م.^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش روی باروری زنان: مطالعه موردی زنان دانشگاه ریاض عربستان سعودی» به این نتیجه دست یافتند که تحصیلات، سن ازدواج زنان، شوهران، اندازه خانواده ایده‌آل، استفاده از وسایل پیشگیری از بارداری را بالا می‌برد. ولی تعداد فرزندان، سالهای زندگی با شوهر و تعداد فرزندان ایده‌آل را پیش‌بینی نمی‌کند. ارتباط تحصیلات با متغیرهای اقتصادی، نوع شغل، مالکیت خانه، درآمد و همچنین سن مصرف‌کنندگان پیشگیری از بارداری نشان‌دهنده‌ی اهمیت آن به عنوان نقش مهم و فعال آن در آینده باروری در نظام پادشاهی است.

1. Rshood M.Khraf

کیم^۱ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «تحصیلات زنان و تأثیر آن بر باروری» دریافتند همبستگی منفی شدیدی بین تحصیلات زنان و باروری در مناطق و زمان‌های مختلف مشاهده شده است. یافته‌ها نشان دهنده آن است که سطح تحصیلات زنان بر باروری، سلامت زنان و ظرفیت جسمانی، سلامتی فرزندشان، تعداد فرزند موردنظر و شناخت روشهای مختلف برای کنترل باروری نقش تعیین کننده‌ای دارد.

یوشی و همکاران^۲ (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان «عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر تفاوت باروری در شهرها و روستاهای دولت نیجریه» انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد سن ازدواج، استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری و میزان تحصیلات تفاوت‌های باروری بین جوامع روستایی و شهری را تعیین می‌کند.

های فورد و مورگان^۳ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «نقش مذهب در رفتار باروری و تمایل به باروری در آمریکا» به این نتیجه دست یافتند که میزان باروری واقعی و تمایل به باروری در زنانی که دیندارترند بیشتر از زنانی است که دینداری کمتری دارند. همچنین زنانی که میزان دینداری بیشتری دارند نگرشهای سنتی‌تری نسبت به نقشهای جنسیتی و خانواده دارند که این امر باعث افزایش باروری می‌شود.

نئومن و زایدمن^۴ (۱۹۸۶) پژوهشی با عنوان «رابطه بین دینداری و باروری در بین مردان یهودی» انجام دادند. دینداری در این مطالعه از طریق زمانی که افراد به فعالیت‌های مذهبی اختصاص می‌دهند اندازه‌گیری شد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد رابطه مثبت قوی بین دینداری و باروری وجود دارد.

زانگ^۵ (۲۰۰۸) پژوهشی با عنوان «تأثیر مذهب و دینداری بر باروری زنان و مردان» انجام داد. این مطالعه بر روی مردان و زنان ۱۵-۴۴ ساله در ایالات متحده صورت گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد تفاوت زیادی بین باروری در گروه‌های مذهبی مختلف وجود ندارد، در حالی که بین دینداری بویژه اعتقادات مذهبی و باروری رابطه معنادار است. بر اساس این مطالعه رفتارهای مذهبی و یا جنبه‌های رفتاری مذهبی تأثیر معناداری بر باروری ندارد، اما اعتقادات مذهبی اهمیت دارد.

هینک^۶ (۲۰۰۶) پژوهشی با عنوان «رابطه بین دین و باروری در اتریش» انجام دادند. نتایج مطالعه وی نشان داد که زنانی که اعتقادات کاتولیکی قوی دارند، خانواده‌های بزرگتری نسبت به زنان بدون اعتقادات مذهبی دارند.

۲-۲: ملاحظات نظری

رفتار باروری در یک جمعیت تابع تعامل میان مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی است. بنابراین چارچوب نظری هدایت‌کننده برای مطالعه در این خصوص نیز باید از تعامل چندین نظریه مرتبط در این زمینه حاصل شده باشد. از سوی دیگر، شاید مطالعه رفتار باروری یک جمعیت به طور مستقیم کار ساده‌ای نباشد، اما همچون دیگر رفتارهای اجتماعی و فردی معمولاً توسط مؤلفه‌ها و متغیرهایی قابل تبیین است.

در الگوی جامعه‌شناختی بر اهمیت و نقش عوامل مختلف در رفتار باروری تأکید می‌شود. یکی از تبیین‌های مهم ساختاری، نظریه نوسازی است. تئوری نوسازی با تأکید بر تغییرات ساختاری و گذار از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد صنعتی، تغییرات باروری را به تغییرات ساختاری در زندگی اجتماعی به جهت ظهور نیروهای جدید اجتماعی و سه جریان صنعتی شدن، شهرنشینی و آموزش همگانی مرتبط می‌کند. بر این اساس، تحولات باروری به منزله سازگاری نظام‌مند با تغییر در شرایط نظام اجتماعی تغییر یافته در نظر گرفته می‌شود. در فرآیند مدرنیزاسیون، افراد به دنبال حداکثر سود و منفعت فردی خود هستند. براساس این

1. Jungho Kim

2. Ushie M. A. et al.

3. Hayford and Morgan

4. Neuman and Ziderman

5. Zang

6. Heineck

تئوری، به دلیل فروپاشی ترتیبات سنتی حاکم بر زندگی روزمره افراد، همراه با استقرار سبک‌های نوین زندگی شهری و صنعتی، نگرش‌ها و تمایلات فرزندآوری تغییر می‌کند (رزاقی نصرآباد و سرایی، ۱۳۹۳: ۲۳۱).

ویلیام گود^۱ براساس این تئوری دگرگونی‌های به وجود آمده در خانواده را نتیجه‌ی اجتناب‌ناپذیر دگرگونی‌های ساختاری جامعه و دگرگونی‌های ایدئولوژیکی می‌داند. به عقیده‌ی وی، زمانی که دگرگونی‌های ساختاری در سطح کلان (دگرگونی‌هایی مانند صنعتی شدن، شهرنشینی و ...) و دگرگونی‌های ایدئولوژیکی نیز در سطح کلان رخ می‌دهد، سازمان‌های سطوح خرد و نهادهای سطوح میانی همچون خانواده نیز به اجبار باید خود را با این دگرگونی‌های سطح کلان انطباق دهند (زاهدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۴). از نظر گود در عصر پیشاصنعتی خانواده گسترده رواج داشت و خانه محل کار و زندگی بود. طبقه بندی و تفکیک جنسیتی بین مشاغل تقریباً وجود نداشت و زنان در اغلب اموری که در حیطه کاری مردان بود، فعالیت می‌کردند و پس از ازدواج نیز در آن خانواده نیروی کار در نظر گرفته می‌شدند. در این میان، ازدواج زودرس زنان باعث هرچه بیشتر اجتماعی شدن آنها با هنجارهای خانواده شوهر می‌شد و از این طریق باروری در حد بالایی نگه داشته می‌شد. به دنبال صنعتی شدن، و جدایی بین محل زندگی و محل کار، نوعی تفکیک جنسیتی بین مشاغل به وجود آمد. خانواده هسته‌ای گسترش پیدا کرد و دیگر نیازی به نیروی کار زنان در داخل خانواده شوهر وجود نداشت. همچنین موقعیت کاری زنان دچار تحولاتی شد و زنان وارد مشاغل غیرخانگی و با درآمد مختص به خود شدند و به استقلال اقتصادی دست یافتند. استقلال اقتصادی زنان باعث دستیابی آنان به استقلال اجتماعی شد. هم‌زمان شهرنشینی نیز رواج یافت و به دنبال آن سطح تحصیلات زنان، بالاتر رفت و در نتیجه موقعیت زنان بهبود یافت. چون با از بین رفتن خانواده گسترده، روند باروری رو به کاهش رفت و در نتیجه موقعیت زنان بهبود یافت؛ بنابراین، دیگر ضرورتی نداشت که زنان به خاطر وابستگی اقتصادی و اجتماعی به مردان اقدام به ازدواج زودرس کنند و سن ازدواج زنان افزایش یافت. در نتیجه، باروری روند رو به کاهش به خود گرفت، ضمن اینکه افزایش سطح تحصیلات زنان از طریق به تأخیر انداختن سن ازدواج می‌تواند به بالا رفتن سن آنها هنگام ازدواج منجر شود (صادقی و سرایی، ۱۳۹۵: ۱۱-۱۲).

به این ترتیب از بین شاخص‌های مهم مدرنیزاسیون می‌توان به گسترش فرصت‌های تحصیلی، تغییرات وسیع در نیروی کار و فعالیت‌های شغلی، اشتغال زنان و شهرنشینی و رشد فردگرایی اشاره کرد. در فرآیند نوسازی، خانواده‌محوری جای خود را به فرد محوری می‌دهد و هم‌زمان، سازمان‌ها و نهادهای جدید، بسیاری از کارکردهای قدیمی خانواده را بر عهده می‌گیرند، بنابراین، مطابق با تغییر کارکرد خانواده شبکه اجتماعی جدید جایگزین شبکه خویشاوندی می‌شود و در نتیجه، خانواده به یک واحد هسته‌ای استوار بر فردگرایی تبدیل می‌شود. به این معنا که تصمیمات فردی زوجین جایگزین تصمیمات فامیل درباره باروری می‌شود؛ بنابراین، نوسازی از این طریق باعث افزایش سن ازدواج افراد و کاهش باروری شد (محمودیان، ۱۳۸۳: ۳۱-۳۲).

آنتونی گیدنز^۲ در بررسی تحولات سه قرن اخیر پس از صنعتی شدن، به توصیف و تبیین تحولات و دنیای مدرن و مدرنیته می‌پردازد. از نگاه او «مدرنیته و دگرگونی‌های جهانی، فقط مربوط به تغییرات بزرگ در نهادهای بزرگ نیست؛ بلکه این تغییرات، عواطف و زندگی خصوصی افراد را نیز در برمی‌گیرد و در دنیای متجدد، به طرز عمیقی در قلب هویت و احساسات شخصی نیز نفوذ می‌کند» (گیدنز، ۱۳۹۲: ۳۰). از نگاه گیدنز، پایان سنت به این مفهوم نیست که سنت ناپدید می‌شود؛ بلکه مفهوم این ادعا، آن است که ما زندگی می‌کنیم؛ ولی زندگی ما کمتر و کمتر با قضا و قدر همراه است و «تصمیمات به شیوه بازاندیشانه‌تری گرفته می‌شود و به عنوان مثال می‌گوید: در قدیم نقش افراد از پیش تعیین شده است؛ در حالی که امروزه باید هر فرد از خود بپرسد که معنای زن و مرد بودن چیست، آیا من باید ازدواج کنم، آیا باید بچه داشته باشم، چگونه باید زندگی کنم؟» به عقیده گیدنز، در تمدن‌های پیش از مدرن، بازاندیشی هنوز تا اندازه زیادی محدود به بازتفسیر و توضیح سنت بود، چندان که در ترازوی زمان، کفه «گذشته» بسیار سنگین‌تر از کفه «آینده» بود. بازاندیشی در فرهنگ مدرن به گونه‌ای دیگر عمل می‌کند، در این دوره بازاندیشی وارد مبنای بازتولید نظام می‌شود، به گونه‌ای که اندیشه و کنش پیوسته در یکدیگر انعکاس می‌یابند. عادی‌سازی زندگی اجتماعی هیچ گونه ارتباطی با گذشته ندارد، مگر در مواردی که اتفاقاً بتوان به شیوه‌ای اصولی از «عمل گذشته» در پرتو دانش آینده دفاع کرد. تصویب عملکرد به خاطر سنتی بودن، دیگر کارایی نخواهد داشت، تنها در پرتو دانشی که اعتبارش را از

1 Good.W

2. Anthony Giddens

سنت نگرفته باشد، می‌توان سنت را توجیه کرد. این به آن معناست که سنت در ترکیب با رخوت عادت، حتی در مدرن‌ترین جوامع همچنان می‌تواند نقش بازی کند (گیدنز، ۱۳۹۲: ۷۸-۷۹).

گیدنز ضمن تحلیل رفتار فرزندآوری در قالب مفهوم رابطه‌ی ناب، تأکید می‌کند که رابطه‌ی ناب از سوی خود همسران سازماندهی شده و از سوی پدیده‌های خارجی همچون خانواده‌ای گسترده، جامعه، مذهب یا نقش‌های سنتی و آداب و رسوم و هنجارها تعیین نمی‌شود؛ در مقابل رابطه‌ی ناب به صورت داوطلبانه و به صورت خودمانی و خصوصی از سوی خود همسران سازمان می‌یابد؛ البته این رابطه خودمانی نیست؛ بلکه تعاملی میان همسران است؛ این بدان معنا نیست که رابطه‌ی ناب از سوی همسران برای مدت طولانی می‌تواند تضمین داشته باشد. به طور خاص جدایی روابط جنسی از فرزندآوری، سبب جدایی موازات ازدواج و فرزندآوری شده است و شمار فزاینده همسران بدون فرزند و تنها، نشان می‌دهد که دیگر ازدواج در درجه‌ی اول به دلیل فرزندآوری صورت نمی‌گیرد (لبیبی، ۱۳۹۳: ۴۸۸).

گرینر^۱ در مورد مصرف رسانه استدلال می‌کند که اهمیت رسانه‌ها نه در تشکیل توده بلکه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگریستن به رویدادهاست که با استفاده از نظام‌های پیام مبتنی بر فناوری، عملی می‌شود و به راه‌های مشترک نگریستن و فهم جهان می‌انجامد. در واقع رسانه‌ها به ویژه گرایش دارند روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی را ارائه و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن، فرهنگ پذیر کنند (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۹۹).

نتایج به دست آمده از تحقیق گرینر نشان می‌دهد که تلویزیون جایگاه محوری در زندگی روزمره انسان‌ها پیدا کرده که منجر به غلبه آن بر محیط نمادین انسان‌ها شده است و پیام‌هایش در مورد واقعیت، جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است. به نظر گرینر پیام تلویزیون از جنبه‌های اساسی، از واقعیات فاصله دارد اما به خاطر تکرار دائمی اش نهایتاً به عنوان دیدگاه مورد وفاق جامعه پذیرفته می‌شود. به طور خلاصه این که متداول‌سازی به این معناست که تلویزیون چشم‌اندازهای مشترک را کشت کند و بیانگر نوعی از همگن‌سازی دیدگاه‌هاست. تشدید زمانی روی می‌دهد که مخاطبان برنامه‌های تلویزیونی را با واقعیات روزمره زندگی شان سازگار و منطبق می‌بینند به عبارتی هر آنچه در صفحه تلویزیون مشاهده می‌کنند یادآور زندگی واقعی شان است، بنابراین در این حالت اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر می‌شود. گرینر با افزودن این دو مفهوم به نظریه کاشت نتیجه گرفت که تلویزیون با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد به شیوه‌ای که تماشای تلویزیون بر بعضی از گروه‌های فرعی اثر قوی خواهد گذاشت و بر بعضی دیگر، تأثیری نخواهد داشت (فتحی و جعفری، ۱۳۹۶: ۲۳۱-۲۳۲). گیدنز معتقد است ما در عصر به هم پیوسته‌ای زندگی می‌کنیم که افراد در نقاط مختلف دنیا در یک نظام اطلاعاتی واحد مشارکت دارند. گیدنز این وضعیت را تا حد زیادی در نتیجه ظهور برد بین‌المللی ارتباطات مدرن می‌داند. در طول چند دهه اخیر، جوامع مختلف، هر چند با میزان‌های مختلف، فرآیند همگرایی تولید، توزیع و مصرف اطلاعات را شاهد بوده‌اند. رسانه‌های گروهی شامل تنوع گسترده‌ای از رسانه‌ها مانند تلویزیون، روزنامه، رادیو، مجله، اینترنت و غیره است که غالباً افراد آنها را با تفریحات و سرگرمی مرتبط می‌دانند. و در زندگی اکثر آنها نسبتاً فرعی و حاشیه‌ای محسوب می‌شود. گیدنز چنین دیدگاهی را ناقص و محدود می‌داند و معتقد است که ارتباطات جمعی دربرگیرنده بسیاری از جنبه‌های زندگی و فعالیت اجتماعی است. رسانه‌ها بر تجربه افراد و افکار عمومی تأثیر و نفوذ گسترده‌ای دارد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۶۵۳-۶۵۲).

یکی از تئوری‌های اجتماعی و فرهنگی باروری می‌توان به نظریه ارتقاء اجتماعی اشاره نمود. طرفدار این نظریه آرسن دومونت^۲ عقیده دارد تعداد فرزند در هر خانواده ارتباط زیادی با منزلت اجتماعی والدین دارد؛ یعنی اگر جامعه‌ای با داشتن فرزندان بیشتر امکان ارتقای و منزلت اجتماعی و ترقی در دوره‌های اجتماعی بیشتر باشد خانواده ترجیح می‌دهند که تعداد فرزندان بیشتری داشته باشند (ایدر و درستی، ۱۳۹۱: ۲۱۰). آرسن دومونت میل به ارتقاء اجتماعی را از عوامل مؤثر بر باروری دانسته، "اصل مویینه‌گی اجتماعی" را مطرح کرده است و منظور از مویینه‌گی اجتماعی، تمایل فرد به ارتقای اجتماعی، افزایش فردیت و کسب سرمایه‌ی فردی است. و لذا از آن جایی که بچه‌ها موجب پسرقت یا مانع پیشرفت فردی و خانوادگی می‌شوند، تعدادشان محدود می‌گردد. زمانی که فرد تمایل به پیشرفت داشته باشد، فرزند را مانع پیشرفت خود دانسته و لذا سعی می‌کند،

^۱. George Gerbner

^۲. A. Dumont

تعداد فرزندان خود را محدود کند و یا فرزندآوری را به تأخیر اندازد، و در مقابل هنگامی که فرد تمایلی به پیشرفت نداشته باشند، و یا تمایل کمی داشته باشد، نیازی نمی‌بیند که تعداد فرزندان خود را محدود کند و فرزندآوری خود را به تأخیر اندازد (ابراهیم‌پور و عبادی، ۱۳۹۰: ۶۲). گذار جمعیتی در کشورهای در حال توسعه تا حد زیادی در نتیجه اشاعه ایده‌ها و دانش مرتبط با تنظیم باروری صورت گرفته است. در عصر کنونی، رسانه‌های جمعی در اشاعه ایده پیشگیری از حاملگی نقش مهمی را بازی می‌کنند. کالدول جهانی شدن اجتماعی را حرکتی به سوی اطلاع یافتن از زندگی اجتماعی دیگران در سراسر جهان می‌داند که از طریق اشتراک‌گذاری تجربیات و دیدگاه خود با استفاده از رسانه‌های مختلف و انواع ارتباطات دیگر رخ می‌دهد. وی نقش رسانه‌ها را در اشاعه استفاده گسترده از وسایل پیشگیری و ایده کاهش‌اندازه خانواده مهم می‌داند. به این ترتیب با گسترش یافتن رسانه‌ها، تصمیمات آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۸). نظریه اشاعه در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ توسط نودل و وندوال به کار گرفته شد و مورد توجه جمعیت‌شناسان قرار گرفت؛ نظریه اشاعه نوآوری^۱ از گسترش فناوری‌های جدید رفتار در جامعه بحث می‌کند (سعیدی مدنی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۵). اشاعه را می‌توان به عنوان روندی دانست که به واسطه آن، نوآوری‌ها از یک محل، گروه اجتماعی یا افراد به دیگری انتقال و بسط می‌یابند (Retherford & Palmore, 1983: 296). مفهوم اشاعه به دو مولفه اساسی یعنی نفوذ اجتماعی و یادگیری اجتماعی، بر سطوح متفاوت شخصی، محلی، ملی و جهانی دخیل در انتقال اطلاعات تمرکز دارد (صادقی، ۱۳۹۵: ۲۲۱). طبق تئوری اشاعه‌ی و نوآوری، آنچه اهمیت دارد ترجیح دادن خانواده‌ی کوچک است که با نوآوری تحدید باروری و به تأخیرانداختن از دواج به هدف می‌رسد (ویکس، ۱۳۸۵: ۲۳۰).

پرسش کلیدی در این چارچوب نظری این است که آیا گسترش افکار جدید به خودی خود برای تبیین کاهش باروری کافی است یا گسترش باید در ارتباط با سایر تغییرات اجتماعی قرار گیرد. اساس نظریه اشاعه این است که تنظیم خانواده و کنترل موالیید نوعی نوآوری است که از فردی به فرد دیگر، از گروهی به گروه دیگر و از منطقه‌ای به منطقه دیگر گسترش می‌یابد. در سطح فردی وقتی پیشگیری از بارداری موجب کاهش باروری می‌شود، گسترش فکر پیشگیری از بارداری را باید بخشی از این فرآیند در نظر گرفت. تردیدی نیست که وسایل گسترش و پذیرش پیشگیری از بارداری مثل برنامه تنظیم خانواده مورد حمایت دولت، این فرآیند را تسریع می‌بخشد به طور کلی، نظریه اشاعه به تبیین چگونگی گسترش مفهوم تنظیم خانواده و کنترل موالیید در جهان می‌پردازد. بر پایه این نظریه در کشورهایی که باروری کاهش یافته است، ایستارها و رفتاری که به محدودیت باروری منجر می‌شود ابتدا توسط گروه‌هایی از جمعیت شهری که موافق‌تر، ثروتمندتر و تحصیل کرده‌ترند اقتباس می‌شود و در طول زمان به گروه‌های میانی با منزلت پایین‌تر گسترش می‌یابد. پولاک و واتکینز نقش فرهنگ را در پذیرش نوآوری مهم ارزیابی می‌کنند و معتقدند بعضی از جوامع بیشتر از بقیه، مستعد پذیرش نوآوری هستند. بر خلاف رویکرد انتخاب عقلانی، که اغلب بر اهمیت تغییرات ساختاری تأکید می‌کند در رویکرد اشاعه استدلال می‌شود که وقتی افراد، اهمیت خانواده‌های کوچک را درک کنند، استفاده از وسایل پیشگیری از بارداری را بپذیرند و باور کنند که اختیار زندگیشان تا اندازه‌ای دست خودشان است، کاهش باروری می‌تواند در وضعیت مختلف اقتصادی اجتماعی اتفاق بیفتد. رسانه‌های ارتباطی در این زمینه نقش مهمی ایفا می‌کنند (سعیدی مدنی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۵-۷۶). جیمز بشرز^۲ بر این باور است که نگرش در مورد تنظیم خانواده بین افراد ساکن در مناطق شهری و روستایی تفاوت اساسی دارد. در عصر کنونی، رسانه‌های جمعی در اشاعه ایده پیشگیری از حاملگی نقش مهمی را بازی می‌کنند. کالدول جهانی شدن اجتماعی را حرکتی به سوی اطلاع یافتن از زندگی اجتماعی دیگران در سراسر جهان می‌داند که از طریق اشتراک‌گذاری تجربیات و دیدگاه خود با استفاده از رسانه‌های مختلف و انواع ارتباطات دیگر رخ می‌دهد. وی نقش رسانه‌ها را در اشاعه استفاده گسترده از وسایل پیشگیری و ایده کاهش‌اندازه خانواده مهم می‌داند. به این ترتیب با گسترش یافتن رسانه‌ها، ابعاد مختلفی از سبک زندگی افراد و تصمیمات آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۴). بطور کلی مطابق این رویکرد اشاعه‌ی ایده‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های جدید می‌تواند بخش زیادی از تفاوت‌ها در زمان و آهنگ تغییرات در رفتار باروری و خانواده را تبیین کند. در این رویکرد به نقش تحصیلات، یادگیری اجتماعی، رسانه‌های جمعی و

1. Diffusion- Innovation Theory

2. James Beshers

برنامه‌های تنظیم خانواده‌ی دولتی در انتقال و اشاعه‌ی ایده‌های جدید در ارتباط با ترجیحات بعد خانوار و استفاده از وسایل پیشگیری اهمیت زیادی داده می‌شود (رازقی نصر آباد و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۹).

۳- روش پژوهش

مطالعه حاضر با توجه به اینکه به مطالعه ارتباط بین دینداری و مصرف رسانه ای و رفتار باروری پرداخته است، از نوع مطالعات همبستگی است و از طرفی به دلیل کاربرد نتایج این تحقیق در تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌ها می‌توان پژوهش حاضر را از نظر هدف کاربردی نامید. از نظر نحوه‌ی گردآوری داده‌ها نیز به دلیل بررسی وضع موجود متغیرهای تحقیق و روابط آنها در جامعه مورد بررسی، پژوهش حاضر تحقیق پیمایشی می‌باشد. جامعه‌ی آماری در این تحقیق را کلیه‌ی زنان متأهل ۱۵-۴۹ ساله‌ی شهر تبریز تشکیل می‌دهند و با توجه به اینکه بر اساس نتایج سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ شهر تبریز دارای ۳۳۸۲۲۰ نفر زن متأهل ۱۵-۴۹ ساله بوده است. حجم نمونه برای این تحقیق بعد از انجام پیش‌آزمون از ۳۰ نفر زن متأهل ۱۵-۴۹ ساله و تعیین واریانس متغیر وابسته با استفاده از فرمول کوکران ۴۵۰ نفر محاسبه گردید که با فرض احتمال مخدوش بودن برخی از پرسشنامه‌ها حجم نمونه به ۴۹۸ نفر افزایش یافت. برای دسترسی به افراد جهت تکمیل پرسشنامه‌های طرح از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد. بدین ترتیب جمعیت زنان ۱۵-۴۹ ساله مناطق ده گانه شهر تبریز براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ به تفکیک استخراج، سپس متناسب با جمعیت زنان هر منطقه و نسبت آن با جمعیت کل، نمونه‌ها برای هر منطقه اختصاص یافتند. سپس محلات به صورت تصادفی از حوزه‌ها انتخاب شدند و در نهایت نمونه‌ای از زنان به صورت تصادفی از محلات انتخاب شده است.

۳-۱: فرضیه‌های پژوهش

- بین میزان دینداری و رفتار باروری زنان شهر تبریز رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین میزان مصرف رسانه و رفتار باروری زنان شهر تبریز رابطه معنی داری وجود دارد.
- رفتار باروری زنان شهر تبریز بر حسب میزان تحصیلات آنان تفاوت معنی داری دارد.
- رفتار باروری زنان شهر بر حسب میزان تحصیلات همسر تفاوت معنی داری دارد.

۳-۲: تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

رفتار باروری: باروری یکی از پدیده‌های مهم جمعیتی است که عبارت است از بالقوه زاد و ولد یک زن با یک گروه اجتماعی از زنان. به عبارت دیگر باروری مشخص می‌کند که در یک گروه از زنان که در سن خاصی قرار می‌گیرند، در یک سال چند فرزند متولد می‌شود. باروری توان بالقوه‌ای است که معمولاً از سن ۱۵ سالگی در زنان شروع و در سن ۴۹ سالگی خاتمه می‌یابد و گاهی شروع باروری در خاتمه آن با نوساناتی همراه است که عواملی مثل محیط، اقلیم، نژاد و وضعیت اقتصادی در آن نقش دارد (حلم‌سرشت و دل‌پیشه، ۱۳۸۴: ۱۴). در پژوهش حاضر منظور از رفتار باروری تعداد فرزندان زنده بدنیا آمده هر زن می‌باشد که بر اساس اظهار پاسخگو و در سطح نسبی سنجیده شده است.

دینداری: دینداری یعنی پایبندی دینی و التزام دینی داشتن. تجلی ارزش‌ها و نشانه‌های دینی بودن فرد را در نگرش، گرایش و کنش‌های آشکار و پنهان او می‌توان جستجو کرد. به بیانی کلی‌تر دینداری یعنی داشتن التزام دینی، به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر سازد (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۳۵-۳۶). برای سنجش دینداری از سه بعد اعتقادی، مناسکی و پیامدی پرسشنامه گلاک و استارک استفاده شده است.

مصرف رسانه: منظور از مصرف رسانه ای، آن دسته از وسایل ارتباطی است که در عصر جدید به وجود آمده و مورد استفاده قرار گرفته اند و ویژگی اصلی آنها قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است (کازنو، ۱۳۶۷: ۹۰). برای عملیاتی کردن متغیر مصرف رسانه ای، میزان استفاده شهروندان از هر کدام از رسانه‌های موجود مورد سوال قرار گرفته است.

۳-۳: اعتبار و پایایی

به منظور سنجش اعتبار گویه‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر، از اعتبار صوری بهره گرفته شده است. بدین صورت که پرسشنامه‌ها بعد از طراحی اولیه در اختیار اساتید متخصص حوزه مربوطه قرار گرفته و بعد از گردآوری و اصلاح و تعدیل نظرات آنها، گویه‌های نهایی استخراج شده است. برای بررسی پایایی پرسشنامه پژوهش حاضر نیز از روش همسانی درونی توافق بین نمره‌گذاران (ضریب آلفای کرونباخ) استفاده شده است. با توجه به اینکه متغیرهای رفتار باروری زنان و میزان مصرف رسانه‌ای در زمره متغیرهای نگرشی نیستند بنابراین نیازی به بررسی پایایی در مورد آنها وجود نداشت. ولی نتیجه بررسی آلفای کرونباخ برای متغیر دینداری نشان داد که میزان آلفای به دست آمده برای این متغیر ۰/۹۳ می‌باشد که بیانگر پایایی و قابلیت اعتماد بالایی برای متغیر دینداری می‌باشد.

۴- تحلیل یافته‌ها

بر اساس نتایج حاصل از نمونه آماری زنان مورد مطالعه، در مناطق دهگانه تبریز کمترین تعداد اطلاعات از زنان منطقه هشت (۲ درصد) و بالاترین تعداد از زنان منطقه چهار تبریز (۱۹/۴ درصد) بدست آمده است. بر اساس اطلاعات بدست آمده، ۷۵/۷ درصد تحصیلات زنان مورد بررسی فوق دیپلم و پایین‌تر از آن و تنها تحصیلات زنان ۲۴/۳ درصد از افراد مورد بررسی لیسانس و بالاتر از آن می‌باشد. همچنین، ۷۵/۱ درصد تحصیلات همسران افراد مورد بررسی فوق دیپلم و پایین‌تر از آن و تنها تحصیلات همسران ۲۴/۹ درصد از افراد مورد بررسی سطح تحصیلات لیسانس و بالاتر از آن هستند.

متغیر وابسته این تحقیق رفتار باروری زنان ۱۵-۴۹ ساله شهر تبریز است. که برای سنجش رفتار باروری زنان، یکی از ابعاد رفتار باروری یعنی تعداد فرزندان زنده بدنیا آورده زنان انتخاب شده است. بر اساس اطلاعات بدست آمده مندرج در جدول شماره (۱)، ۱۲/۹ درصد زنان فرزندی ندارند. ۳۸/۴ درصد از زنان یک فرزند، ۳۶/۱ درصد از زنان ۲ فرزند، ۱۰/۰ درصد از زنان ۳ فرزند، ۲/۲ درصد از زنان ۴ فرزند، ۰/۲ درصد از زنان ۵ فرزند و ۰/۲ درصد از زنان ۶ فرزند دارند. قابل ذکر است که پایین‌ترین درصد تعداد فرزند به طور مساوی شامل ۵ فرزند و ۶ فرزند می‌باشد و بالاترین درصد تعداد فرزندان شامل ۱ فرزند می‌باشد. میانگین بدست آمده ۱/۵ بیانگر این است اکثریت زنان یک فرزند دارند.

جدول شماره (۱): آمار توصیفی مربوط به تعداد فرزندان زنان متأهل ۱۵-۴۹ ساله شهر تبریز

تعداد فرزندان	تعداد	درصد	درصد تجمعی	میانگین	ضریب کجی	ضریب کشیدگی
فرزند نداشتن	۶۴	۱۲/۹	۱۲/۹			
یک فرزند	۱۹۱	۳۸/۴	۵۱/۲			
دو فرزند	۱۸۰	۳۶/۱	۸۷/۳			
۳ فرزند	۵۰	۱۰/۰	۹۷/۴	۱/۵۱۸۱	۰/۵۴۵	۰/۸۸۲
۴ فرزند	۱۱	۲/۲	۹۹/۶			
۵ فرزند	۱	۰/۲	۹۹/۸			
شش فرزند	۱	۰/۲	۱۰۰/۰			
مجموع	۴۹۸	۱۰۰				

دینداری یکی از متغیرهای مستقل این تحقیق می‌باشد. برای سنجش متغیر میزان دینداری از ۱۷ گویه در سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای استفاده شده است. با توجه به جدول شماره (۲)، میانگین دینداری بدست آمده از مجموع گویه‌ها ۸۳/۸۲۹۳ است. و با توجه به اینکه میانگین اعداد نمره‌های ۱۷ تا ۱۰۲/۰۰ نمره ۵۹/۵ می‌باشد. پس نتیجه برآورد میانگین پاسخگویان از نمره‌ی متوسط، بالاتر است. پس می‌توان نتیجه گرفت که میزان دینداری در بین پاسخگویان در سطح بالاتر از حد متوسط می‌باشد.

برای سنجش متغیر مصرف رسانه نیز از ۸ گویه در سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای استفاده شده است. با توجه به یافته‌های تحقیق در جدول شماره (۲)، میانگین مصرف رسانه بدست آمده از مجموع گویه‌ها ۱۹/۰۶۶۴ است. و با توجه به اینکه میانگین اعداد نمره‌های ۸ تا ۵۶ نمره ۳۲ می‌باشد. پس نتیجه برآورد میانگین پاسخگویان از نمره‌ی متوسط، پایین‌تر است. پس می‌توان نتیجه گرفت که میزان مصرف رسانه در سطح پایین‌تری از حد متوسط می‌باشد.

جدول شماره (۲): آماره توصیفی متغیرهای دینداری و مصرف رسانه

متغیر	تعداد	مینیمم	ماکزیمم	میانگین	انحراف معیار	ضریب کجی	ضریب کشیدگی
دینداری	۴۹۸	۱۷	۱۰۲/۰۰	۸۳/۸۲۹۳	۱۶/۵۷۳۰۲	-۱/۶۵۷	۲/۸۴۰
مصرف رسانه	۴۹۷	۹	۵۶	۱۹/۰۶۶۴	۵/۶۷۰۵۳	۱/۱۶۷	۳/۵۸۳

رابطه بین سطح تحصیلات زنان و رفتار باروری زنان متأهل ۴۹-۱۵ ساله شهر تبریز

برای آزمون تفاوت میزان باروری زنان بر حسب سطح تحصیلات شان از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. بر اساس اطلاعات مندرج در جدول شماره (۳) می‌توان استنباط کرد که با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده ($Sig=0/000$) فرضیه H1 تأیید و فرضیه H0 رد می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت رفتار باروری زنان بر اساس سطح تحصیلات آنها تفاوت معنی‌داری دارد. و با افزایش سطح تحصیلات زنان رفتار باروری زنان کاهش می‌یابد و بالعکس هر چه سطح تحصیلات زنان کمتر می‌شود، رفتار باروری آنها افزایش پیدا می‌کند.

رابطه بین سطح تحصیلات همسران و رفتار باروری زنان متأهل ۴۹-۱۵ ساله شهر تبریز

برای آزمون تفاوت میزان باروری زنان بر حسب سطح تحصیلات همسران شان از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. بر اساس اطلاعات مندرج در جدول شماره (۳) می‌توان استنباط کرد که با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده ($Sig=0/000$) فرضیه H1 تأیید و فرضیه H0 رد می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت رفتار باروری زنان بر اساس سطح تحصیلات همسران آنها تفاوت معنی‌داری دارد. و با افزایش سطح تحصیلات همسران زنان رفتار باروری زنان کاهش می‌یابد و بالعکس هر چه سطح تحصیلات همسران زنان کمتر می‌شود، رفتار باروری آنها افزایش پیدا می‌کند.

جدول شماره (۳): تحلیل واریانس رفتار باروری زنان بر اساس سطح تحصیلات زنان و همسران

متغیر	واریانس	درجه آزادی	مقدار F	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات زنان	واریانس برون گروهی	۸	۱۷/۴۸۶	۰/۰۰۰
	واریانس درون گروهی	۴۸۹		
	جمع	۴۹۷		
سطح تحصیلات همسران	واریانس برون گروهی	۸	۶/۷۴۶	۰/۰۰۰
	واریانس درون گروهی	۴۸۹		
	جمع	۴۹۷		

رابطه بین دینداری و رفتار باروری زنان متأهل ۴۹-۱۵ ساله شهر تبریز

مناسبت‌ترین آزمون آماری برای بررسی ارتباط این دو متغیر آزمون همبستگی R پیرسون می‌باشد. بر اساس اطلاعات جدول شماره (۴)، با توجه به اینکه میزان ضریب همبستگی برابر با $r=0/265$ و سطح معنی‌داری $sig=0/000$ به دست آمده است

لذا می‌توان استنباط کرد فرضیه H1 تأیید و فرضیه H0 رد می‌گردد. در نتیجه می‌توان گفت بین دینداری و رفتار باروری زنان رابطه‌ی مستقیم و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش میزان دینداری، میزان رفتار باروری زنان افزایش پیدا می‌کند.

رابطه بین مصرف رسانه و رفتار باروری زنان متأهل ۴۹-۱۵ ساله شهر تبریز

به منظور آزمون رابطه بین میزان مصرف رسانه ای و رفتار باروری زنان از آزمون همبستگی R پیرسون استفاده شده است. بر اساس اطلاعات جدول شماره (۴)، با توجه به اینکه میزان ضریب همبستگی برابر با $r=0/259$ و سطح معنی‌داری $sig=0/000$ به دست آمده است لذا می‌توان استنباط کرد فرضیه H1 تأیید و فرضیه H0 رد می‌گردد. در نتیجه می‌توان گفت بین مصرف رسانه ای و رفتار باروری زنان رابطه‌ی مستقیم و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش میزان مصرف رسانه ای، میزان رفتار باروری زنان افزایش پیدا می‌کند.

جدول شماره (۴): رابطه بین دینداری و رفتار باروری زنان متأهل ۴۹-۱۵ ساله شهر تبریز

متغیرها	فراوانی	ضریب پیرسون	سطح معنی‌داری
دینداری و رفتار باروری زنان	۴۹۸	۰/۲۶۵	۰/۰۰۰
مصرف رسانه و رفتار باروری زنان	۴۹۸	-۰/۲۵۹	۰/۰۰۰

۹- بحث و نتیجه‌گیری

شناخت عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر بر رفتار باروری زنان ۱۵-۴۹ شهر تبریز می‌تواند در جهت دهی برنامه‌های جمعیت‌شناختی و توسعه برنامه‌ریزی به طور قابل ملاحظه‌ای نقش آفرین باشد. از این رو در پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین میزان دینداری و مصرف رسانه ای با رفتار باروری زنان ۱۵-۴۹ در شهر تبریز انجام گرفته است. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر حاکی از آن است که بین متغیرهای سطح تحصیلات زنان و سطح تحصیلات همسر، دینداری، مصرف رسانه با رفتار باروری زنان رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین با بررسی و مقایسه نتایج این پژوهش با یافته‌ها و تئوری‌های مطرح شده در بخش چارچوب نظری تحقیق می‌توان چنین استنباط کرد رابطه معناداری مشاهده شده بین سطح تحصیلات زنان و تحصیلات همسران با رفتار باروری زنان در این تحقیق همسو و منطبق با تئوری مدرنیزاسیون، ارتقای اجتماعی، تئوری اشاعه و کارهای تحقیقاتی عنایت و همکاران (۱۳۹۰)، چمنی و همکاران (۱۳۹۵)، خرایف و همکاران (۲۰۱۷)، کیم (۲۰۱۶) و یوشی و همکاران (۲۰۱۱) است. براساس تئوری مدرنیزاسیون، با فروپاشی ترتیبات سنتی حاکم بر زندگی، افراد به دنبال سبک‌های نوین زندگی شهری و صنعتی، نگرشها و تمایلات فرزندآوری آنها دچار تغییراتی می‌گردد. مطابق با دیدگاه ویلیام گود در جوامع پیشا صنعتی رفتار باروری زنان در حد بالایی نگه داشته می‌شد اما با روح شهرنشینی و فرصتهای تحصیلی برای زنان تغییرات بیشتر شده و سطح تحصیلات زنان و مردان بالاتر رفت و روند باروری کاهش یافت. از رویکرد گیدنز مدرنیته باعث تغییرات عواطف و رواج زندگی خصوصی افراد می‌شود که به دنبال آن فرزندآوری دچار تغییراتی می‌گردد و به شمار همسران بی‌فرزند و تنها افزوده می‌شود. در ایران نیز، با توجه به افزایش تحصیلات زنان، رفتار باروری آنها تحت تأثیر قرار گرفته به گونه‌ای که اکثریت زنان تحصیل کرده یک فرزند دارند. بر پایه نظریه اشاعه در کشورهایی که باروری کاهش یافته است، ایستارها و رفتاری که به محدودیت باروری منجر می‌شود ابتدا توسط گروه‌هایی از جمعیت شهری که موافق‌تر، ثروتمندتر و تحصیل کرده ترند اقتباس می‌شود. بنابراین نتیجه بدست آمده از سطح تحصیلات زنان و رفتار باروری زنان نشان می‌دهد هر چقدر سطح تحصیلات زنان و همسران بیشتر می‌شود رفتار باروری آنها کاهش می‌یابد. که این یافته مطابق با تئوری‌های مطرح شده و نتایج سایر پژوهشگران نامبرده می‌باشد.

نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد بین مصرف رسانه و رفتار باروری زنان ارتباط معناداری وجود دارد. نتیجه این تحقیق منطبق و همسو با تئوری اشاعه و مصرف رسانه و کارهای تحقیقاتی محمودیان و همکاران (۱۳۹۴)، عنایت و همکاران (۱۳۹۰)، آقایاری و همکاران (۱۳۹۰)، سروش و بحرانی (۱۳۹۲) است. گرینر به جایگاه و نقش تلویزیون در متداول‌سازی

چشم‌اندازهای مشترک اشاره می‌کند. گیدنز معتقد است رسانه‌ها بر تجربه و افکار عمومی تأثیر و نفوذ گسترده‌ای دارد. به نظر گیدنز رسانه‌های گروهی شامل تنوع گسترده‌ای از رسانه‌ها مانند تلویزیون، روزنامه، رادیو، مجله اینترنت و غیره در برگیرنده بسیاری از جنبه‌های زندگی و فعالیت اجتماعی است و بر تجربه و افکار عمومی تأثیر و نفوذ می‌گذارد. در عصر کنونی، رسانه‌های جمعی در اشاعه ایده پیشگیری از حاملگی نقش مهمی را بازی می‌کنند. کالدول نقش رسانه‌ها را در اشاعه استفاده گسترده از وسایل پیشگیری و ایده کاهش اندازه خانواده مهم می‌داند. مطابق با یافته‌های این پژوهش هر چقدر پاسخگویان مصرف رسانه‌ای بیشتر باشد رفتار باروری آنان کاهش می‌یابد.

نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد بین دینداری و رفتار باروری زنان ارتباط معناداری وجود دارد. نتیجه یافته‌های این پژوهش همسو و منطبق با کارهای تحقیقاتی محمودیان و همکاران (۱۳۹۴)، سروش و بحرانی (۱۳۹۲)، چمنی و همکاران (۱۳۹۵)، راد و ثوابی (۱۳۹۴)، های فورد و مورگان (۲۰۰۸)، نثومن و زایدمن (۱۹۸۶)، زانگ (۲۰۰۸) و هینک (۲۰۰۶) می‌باشد. مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر هر چه میزان دینداری زنان افزایش یابد تعداد فرزند آوری آنان افزایش می‌یابد و بالعکس هر چه میزان دینداری زنان کمتر باشد رفتار باروری آنان کاهش می‌یابد. که این یافته با نتایج سایر محققان ذکر شده همسو می‌باشد.

در سال‌های اخیر جامعه‌ی ایران، تحولات اقتصادی و اجتماعی چشمگیری را تجربه کرده است. در بستر این تحولات رفتارها و نگرشهای باروری و همچنین برخی از الگوهای تاریخی حاکم بر خانواده نیز تغییر یافته است. بر این اساس با توجه به صنعتی شدن جامعه و حتی مدرنیزاسیون و هزینه‌های بالای فرزندآوری نگرش زوجین به فرزندآوری تغییر اساسی کرده است. مقایسه یافته‌های این تحقیق با تئوری‌ها و تحقیقات سایر محققین نشان می‌دهد که هر چقدر تحصیلات زنان افزایش می‌یابد تمایل به اشتغال و کسب درآمد در بین زنان بیشتر می‌گردد و به دنبال آن زنان بیش از پیش خواهان کسب درآمد و استقلال مالی و تمایل به داشتن استقلال عمل و فردگرایی می‌باشند و برعکس هر چقدر زنان تنها در محیط خانه و بدون درآمد باشند میزان فردگرایی و استقلال کمتری را نسبت به زنان شاغل دارند. و در نتیجه زمان بیشتری برای فرزند اختصاص می‌دهند. براساس یافته‌های تحقیق حاضر بیشتر زنان تنها یک فرزند دارند در حالی که اکثریت زنان بیان کرده‌اند که مایل‌اند دو فرزند داشته باشند. بنابراین نکته قابل توجه این است که چرا زنان با وجود تمایل به داشتن دو فرزند، تک فرزند می‌باشند. این امر بنا به اظهارات مصاحبه‌شوندگان با پرسشگر در حین جمع‌آوری اطلاعات می‌تواند بدلیل وجود مشکلات اقتصادی و عدم حمایت‌های دولتی از خانواده‌ها برای فرزندآوری باشد. زیرا هر فرزند هزینه‌های اقتصادی زیادی را برای خانواده دنبال دارد و با توجه به شرایط نامطلوب اقتصادی خانواده‌ها و دشوار بودن تأمین نیازهای فرزندان، رغبت زوجین به داشتن فرزند بیتشر را کاهش می‌دهد و در نتیجه تعداد فرزند کمتری را به دنیا می‌آورند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت‌نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تأمین شد.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- ابراهیم‌پور، محسن؛ عبادی، صفیه. (۱۳۹۰). تفاوت‌ها و ترجیحات نسلی در فرزندآوری (نظرها و نگرش‌ها): مطالعه موردی شهر ساری، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ۸ (۱۶): ۵۵-۷۸.
- آقایاری‌هیر، توکل؛ فرخی‌نکارستان، مینا و لطیفی‌مجره، سیده صدیقه. (۱۳۹۵). فرزندآوری به‌منابه مخاطره (مطالعه‌ی کیفی زمینه‌های کم‌فرزندی در شهر تبریز)، فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ۱۹ (۷۳): ۳۳-۷.
- ایدر، نبی‌الله؛ درستی، امیرعلی. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر اطلاعات و نگرش‌های جمعیتی بر رفتارهای باروری فرهنگیان شهرستان شوشتر. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلام - واحد شوشتر، ۶ (۱۸): ۱۹۹-۲۲۶.
- چمنی، سولماز؛ مشفق، محمود؛ شکرپیگی، عالییه. (۱۳۹۵). مطالعه‌ی چالش‌های فرزندآوری در شهر تهران با تأکید بر روش ترکیبی. دوفصلنامه علمی پژوهشی مطالعات جنسیت و خانواده، ۳ (۱): ۹-۳۶.
- حسینی، حاتم و بگی، بلال. (۱۳۹۱). استقلال زنان و کنش‌های باروری در میان زنان کرد شهر مهاباد. زن در توسعه و سیاست، ۱۰ (۴): ۵۷-۷۸.
- حلم‌سرشت، پروش؛ دل‌پیشه، اسماعیل. (۱۳۸۴). جمعیت و تنظیم خانواده. تهران: انتشارات مهر.
- راد، فیروز و ثوابی، حمیده. (۱۳۹۴). بررسی گرایش به باروری و عوامل اجتماعی مرتبط با آن (مطالعه موردی زنان متأهل ۱۵-۵۰ ساله ساکن شهر تبریز). مطالعات زن و خانواده، ۳ (۱): ۱۲۷-۱۵۵.
- رزاقی‌نصرآباد، حبیبه‌بی‌بی؛ سرابی، حسن. (۱۳۹۳). تحلیل کوهورتی (نسلی) نگرش زنان درباره ارزش فرزندان در استان سمنان. زن در توسعه و سیاست، ۱۲ (۲): ۲۵۰-۲۲۹.
- رستگار‌خالد، امیر؛ مقدمی، ساجده. (۱۳۹۵). بررسی تفاوت‌های جنسیتی در نگرش به فرزند. زن در فرهنگ و هنر، ۸ (۱): ۱۰۱-۱۱۶.
- زاهدی، محمدجواد؛ نایی، هوشنگ؛ دانش، پروانه؛ نازک‌تبار، حسین. (۱۳۹۲). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر فرآیند نوسازی در ساختار خانواده (مقایسه نقاط شهری و روستایی در استان مازندران). فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ۱۶ (۶۱): ۹۷-۱۴۸.
- سروش، مریم؛ بحرانی، شعله. (۱۳۹۲). رابطه دینداری، نگرش به نقش‌های جنسیتی و نگرش به فرزند با تعداد واقعی و ایده‌آل فرزند. زن در توسعه و سیاست، ۱۱ (۲): ۱۸۹-۲۰۸.
- سعیدی‌مدنی، سیدمحسن؛ کریمی، حامد؛ جلیلیان، اردشیر؛ آرمند، محمدعلی. (۱۳۹۵). تعیین‌کننده‌های رفتار باروری زنان گروه‌های مذهبی شیعه و اهل سنت. فصلنامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده، ۱۱ (۳۶): ۷۱-۹۷.
- شجاعی‌زند، علیرضا. (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دینداری در ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۶ (۱): ۳۴-۶۶.
- صادقی، حنانه‌سادات و سرابی، حسن. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر گرایش به فرزندآوری زنان شهر تهران. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷ (۲۷): ۱-۳۲.
- صادقی، رسول. (۱۳۹۵). تحلیل بسترهای اجتماعی فرهنگی کاهش باروری در ایران. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۵ (۲۰): ۲۱۷-۲۴۶.
- صادقی، رسول و محسن‌آبادی، بتول. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر شبکه‌ی اجتماعی در رفتار و نیت باروری زنان در شهر تهران. فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ۲۰ (۷۷): ۸۷-۱۰۸.

- عباسی‌شوازی، محمدجلال؛ خواجه‌صالحی، زهره. (۱۳۹۲). سنجش تأثیر استقلال، مشارکت اجتماعی و تحصیلات زنان بر تمایل به فرزندآوری (مطالعه موردی شهر سیرجان). زن در توسعه و سیاست، ۱۱ (۱): ۴۵-۶۴.
- عنایت، حلیمه؛ موحد، مجید؛ مهرابی، محبوبه. (۱۳۹۰). مطالعه‌ی رفتار و نگرش باروری دو نسل مادران و دختران و عوامل فرهنگی مرتبط با آن. پژوهش‌نامه جامعه‌شناسی جوانان، ۱: ۹۷-۱۱۸.
- فتحی، حبیب‌الله؛ جعفری، علی. (۱۳۹۶). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی). فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۳ (۹): ۲۳۱-۲۶۶.
- کازنو، ژان. (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر صبوری، تهران: انتشارات اطلاعات.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی. حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۲). تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- لبیعی، محمد مهدی. (۱۳۹۳). خانواده در قرن بیست‌ویکم. تهران: نشر علم.
- محمودیان، حسین. (۱۳۸۳). سن ازدواج در حال افزایش: بررسی عوامل پشتیبان. نامه علوم اجتماعی، ۲۴: ۲۷-۵۳.
- محمودیان، حسین؛ کوچانی اصفهانی، مسعود و مقدس، سعید. (۱۳۹۴). مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری: مورد مطالعه: زنان معلم یاسوج، راهبرد فرهنگ، ۳۱: ۱۷۳-۱۹۷.
- محمودیانی، سراج‌الدین؛ شهریاری، سهیلا. (۱۳۹۴). نقش مذهب و توسعه در رفتار باروری زنان کرد در ایران (شواهدی از شهرستان‌های منتخب استان کرمانشاه، کردستان و آذربایجان غربی)، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی کردستان، ۲۰: ۹۱-۱۰۰.
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه ارتباطات اجتماعی. ترجمه پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ویکس، جان. (۱۳۸۵). جمعیت، مقدمه‌ای بر مفاهیم و موضوعات. ترجمه‌ی الهه میرزایی، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.

- Heineck, G. (2006). *The Relationship between Religion and Fertility: Evidence from Austria*. Granada, University of Granada, Department of Economic Theory and Economic History (Papers on Economics of Religion 06/01).
- Hayford, S. R., & Morgan, S. P. (2008). Religiosity and fertility in the United States: The role of fertility intentions. *Social Forces*, 86(3), 1163-1188.
- Khraif, R. M., Salam, A. A., Al-Mutairi, A., Elsegaey, I., & Al Jumaah, A. (2017). Education's impact on fertility: The case of King Saud University women, Riyadh. *Middle East Fertility Society Journal*, 22(2), 125-131.
- Kim, J. (2016). Female education and its impact on fertility. *IZA World of Labor*.
- Bacci, M. L. (2013). Low fertility in historical perspective. *Population and development review*, 38, 72-82.
- Neuman, S., & Ziderman, A. (1986). How Does Fertility Relate to Religiosity: Survey Evidence from Israel, *Sociology and Social Research*, 70 (2): 178-180.
- Retherford, R. D., & Palmore, J. A. (1983). *Diffusion processes affecting fertility regulation*. East-West Center.
- Ushie, M. A., Ogaboh, A. A., Olumodeji, E. O., & Attah, F. (2011). Socio-cultural and economic determinants of fertility differentials in rural and urban Cross Rivers State, Nigeria. *Journal of Geography and Regional Planning*, 4(7), 383-391.
- Zhang, L. (2008). Religious affiliation, religiosity, and male and female fertility. *Demographic Research*, 18, 233-262.