

تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش به فرزندآوری (مطالعه موردی: زنان در آستانه ازدواج شهر تهران)

زینب کاوه‌فیروز^{۱*}، بیژن زارع^۲، حسین شمس‌الدینی^۳

چکیده

ایران طی دهه‌های اخیر با مسئله‌ای جمعیتی به نام کاهش شدید باروری مواجه شده است. با توجه به حرکت جامعه ایران به سمت مدرنیته و در نتیجه تغییر سبک زندگی افراد، سؤال اساسی این تحقیق آن است که تغییر در سبک زندگی چه اندازه می‌تواند نگرش کنش‌گران در معرض باروری را تحت تأثیر قرار دهد. پژوهش حاضر با هدف تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش به فرزندآوری بین زنان در آستانه ازدواج مراجعه‌کننده به شبکه‌های بهداشت درمانی شهر تهران انجام گرفته است. با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه، ۳۸۴ نفر از زنان شهر تهران بررسی شدند. طبق نتایج تحقیق، ۸۳٫۳ درصد زنان بررسی‌شده نگرش متوسط و ضعیفی به فرزندآوری و کارکردهای آن دارند. همچنین، بین مؤلفه‌های سبک زندگی (مدیریت بدن، اوقات فراغت، مصرف فرهنگی و پایگاه اقتصادی اجتماعی) با نگرش به فرزندآوری رابطه معناداری وجود دارد و ۳۲ درصد از تغییرات نگرش به فرزندآوری با متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. بین مؤلفه‌های سبک زندگی، متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی قوی‌ترین متغیر پیش‌بین متغیر وابسته است. به عبارتی، متغیر مذکور علاوه بر اثر مستقیم بر نگرش زنان شهر تهران به فرزندآوری، بر همه ابعاد سبک زندگی اثرگذار است و متغیر مصرف فرهنگی نیز علاوه بر تأثیر بلافاصله بر نگرش زنان، تحت تأثیر سایر ابعاد و مؤلفه‌های سبک زندگی است. همچنین، مؤلفه مدیریت بدن بعد از پایگاه اقتصادی اجتماعی، بر نگرش زنان به فرزندآوری اثرگذار بوده است.

کلیدواژه‌ها

اوقات فراغت، پایگاه اقتصادی اجتماعی، سبک زندگی، فرزندآوری، مدیریت بدن، مصرف فرهنگی، نگرش، زنان.

z.kavehfirouz@gmail.com
dr_bizhanzare@yahoo.com
hosseinsh4612@yahoo.com

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی
۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی
۳. کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی
تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۳/۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۶/۹

مقدمه

خانواده همواره یکی از نهادهای مهم اجتماعی بوده است و کارکرد فرزندآوری یکی از کارکردهای مهم خانواده است. باروری به منزله مهم‌ترین عامل تغییر در ساخت جمعیت موجب شده مطالعات مربوط به باروری و عوامل تأثیرگذارنده بر آن جایگاه ویژه‌ای را در مطالعات جمعیت‌شناختی به خود اختصاص دهد. نتایج بررسی‌ها [۱۸] نشان می‌دهد امروزه تحولات باروری و تغییر در نگرش نسبت به فرزندآوری، برخلاف آنچه در گذشته تصور می‌شد، فقط ناشی از مسائل اقتصادی و هزینه‌های فرزندآوری نیست و در کنار این عامل، عوامل فرهنگی اجتماعی نیز دخالت دارند.

ظهور جامعه مصرفی به واسطه فزونی کالاهای مادی از یکسو و دموکراتیزه شدن مصرف و عمومیت یافتن آن از سوی دیگر، به انتخابی شدن زندگی روزمره می‌انجامد و همین امر نشان‌دهنده اهمیت روزافزون سبک زندگی در جامعه معاصر است. سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های هر فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست؛ بنابراین نوعی وحدت دارد [۳، ص ۴]. در مورد سبک زندگی در ایران، و به‌ویژه در دوره پس از انقلاب اسلامی، می‌توان گفت که جامعه ایرانی نیز به لحاظ فرهنگی و اجتماعی بسیار متنوع و متکثر است و فرهنگ جدیدی در حال شکل‌گیری است که حق انتخاب فراوانی به افراد می‌دهد و آن‌ها را تنوع‌طلب بار می‌آورد. در همین زمینه، می‌توان گفت یکی از این تغییرات مهم، کاهش بی‌سابقه باروری در ایران بوده است؛ به طوری که طی سه دهه گذشته، میزان باروری در ایران به شدت کاهش یافته است. باروری کل یا تعداد فرزندان زنده‌ای که انتظار می‌رود هر زن در طول دوران باروری خود به دنیا آورد، از حدود ۵٫۵ فرزند در سال ۱۳۶۷، به سطح باروری جانشینی (۲/۱ فرزند) در سال ۱۳۷۹ رسید و در سال ۱۳۸۵ به زیر سطح جانشینی (۱/۹ فرزند) کاهش یافت. براساس برآوردهای اخیر، اکثر استان‌های ایران باروری زیر سطح جانشینی را تجربه می‌کنند و این کاهش باروری استمرار دارد [۱۰، ص ۱۴]. همچنین، در سال ۱۳۸۹ میزان باروری کل ۱/۷ فرزند برای هر زن برآورد شده است که بیانگر کاهش آهسته‌تر باروری در سال‌های اخیر است [۱۰، ص ۱۴]. در رابطه با وضعیت باروری در شهر تهران می‌توان گفت که میزان باروری کل شهر تهران برای زنان ۱۵ تا ۳۴ ساله، در سال ۱۳۹۱ (۱/۱ فرزند به‌ازای یک زن) نسبت به میزان‌های مشابه در سال ۱۳۸۸ (۱/۲ فرزند) و ۱۳۷۹ (۱/۴ فرزند) کاهش یافته است [۱۳، ص ۳].

بروز چنین تغییرات وسیعی موجب شد توجه بسیاری از پژوهش‌گران و سیاست‌گذاران بیش‌ازپیش به مسئله باروری جلب شود و بخش وسیعی از ادبیات نظری و تجربی در بهداشت باروری، علوم اجتماعی و سایر رشته‌های مرتبط به این موضوع اختصاص یابد، زیرا علاوه بر تأثیر میزان باروری بر رشد جمعیت، می‌تواند تأثیر درخور توجهی بر توسعه اقتصادی اجتماعی و منابع

طبیعی داشته باشد. تصمیم‌گیری در مورد فرزندآوری یکی از وقایع عمده زندگی زوجین است که به‌نوبه خود می‌تواند بسیاری از جنبه‌های زندگی از قبیل سلامت، وضعیت اقتصادی و رفاه خانوار را تحت‌تأثیر خود قرار دهد [۲۴، ص ۱۸]. هدف تحقیق حاضر این است که بعضی از ابعاد سبک زندگی، که احتمال می‌رود بر باروری تأثیر بیشتری داشته باشند، بررسی و تحلیل شوند. این ابعاد عبارت‌اند از: مدیریت بدن^۱، اوقات فراغت^۲، مصرف فرهنگی^۳ و پایگاه اقتصادی اجتماعی^۴.

پیشینه تحقیق

بسیاری از تحقیقات (۲۵؛ ۱۵؛ ۲۶؛ ۲۸) نقش مؤلفه‌های اقتصادی اجتماعی را در تغییرات باروری بررسی کرده‌اند. مک دونالد^۵ نشان داد باروری پایین در جوامع پیشرفته پیامد ناخواسته تغییرات اقتصادی و اجتماعی است و هر دو جریان موجب تقویت ترجیحات فردی در مورد کیفیت رفاه فردی و اقتصادی شده و در نهایت، هریک از دو عامل، در محیط رفاهی و فرهنگی متفاوت به‌طور درخور توجهی موجب از بین رفتن ظرفیت زوجه‌ها برای تشکیل و حفظ خانواده شده است [۶]. شارما^۶ و دیگران [۲۶] مطالعه‌ای با عنوان «فاکتورهای سبک زندگی سلامت‌محور تأثیرگذار بر رفتار باروری» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی (تغذیه، ورزش و اقتضای شغلی و محیطی) بر رفتار باروری است.

تاکنون مطالعات مختلفی به بررسی روند و تحولات باروری در ایران و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند و هریک، با توجه به داده‌های موجود، سعی در برآورد یا تبیین باروری و عوامل مؤثر بر آن نموده‌اند. اسحاقی و دیگران [۱] تحقیقی با عنوان «چالش‌های فرزندآوری زنان شاغل در یک مطالعه کیفی» انجام شد. این پژوهش با روش کیفی چالش‌های پیش روی زنان شاغل در فرزندآوری را بررسی کرده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد زنان شاغل با چالش‌های برون‌شغلی و درون‌شغلی در زمینه فرزندآوری مواجه‌اند که کنش‌های آن‌ها را به سمت کم‌فرزندی سوق می‌دهد. در واقع، سوژه‌های پژوهش، کم‌فرزندی را جزء تفکیک‌ناپذیری از رفتار اجتماعی و سبک زندگی کنونی محسوب می‌کند.

محمودیان، محمدپور و رضائی [۲۳] مطالعه‌ای با هدف بررسی «زنان و کنش فرزندآوری مطالعه موردی زنان کرد» انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که خودحمایتی زنان مهم‌ترین مقوله در استدلال برای کم‌فرزندآوری‌شان است؛ یعنی پیش‌فرض اساسی در کنش کم‌فرزندآوری زنان، حمایت از خود (جسمانی، اجتماعی و روانی) است. به‌طور خلاصه، مطالعات

1. management body
2. Leisure time
3. cultural consumption
4. socio-economic status
5. McDonald Peter
6. Sharma

انجام شده که نگرش‌ها و رفتار باروری را بررسی کرده‌اند، بر عواملی مانند مدرنیزاسیون [۱۲]، خودحمایتی زنان [۲۳]، وضع فعالیت [۱]، استقلال زنان [۷]، سطح تحصیلات، کاهش درآمد [۱۸؛ ۲۷] تأکید کرده‌اند؛ بنابراین، به نظر می‌رسد امروزه تغییر نگرش به فرزندآوری نیز مانند تأخیر در ازدواج و خیلی از مسائل دیگر به فهرست مسائل اجتماعی پیوسته که باید مورد بررسی قرار بگیرد و راه‌حلی برای آن پیدا شود. در نتیجه، توجه به این پدیده و اندازه‌گیری و تبیین آن بیش‌ازپیش اهمیت درخور توجهی دارد. با توجه به حرکت جامعه ایران به سمت مدرنیته و ورود عناصر مدرنیته به جامعه ایرانی، سبک زندگی افراد و در نتیجه نگرش افراد در همه حوزه‌ها، از جمله باروری، تحت‌الشعاع این عناصر قرار گرفته است. این مطالعه سعی دارد به بررسی تأثیر ابعاد سبک زندگی بر نگرش به فرزندآوری بپردازد که به نظر می‌رسد تا کنون در مطالعات داخلی چنین مطالعه‌ای انجام نشده است.

نظریه‌های مرتبط با سبک زندگی

عمده‌ترین میراث اندیشه بوردیو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوی مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است [۱۳، ص ۶۷]. وی در بحث از سرمایه، چند نوع سرمایه را از یکدیگر متمایز می‌کند: ۱. سرمایه اقتصادی که از عوامل گوناگون تولید (املاک، کارخانه‌ها، کار) و مجموعه دارایی‌های اقتصادی-درآمد، میراث، کالاهای مادی-تشکیل شده است؛ ۲. سرمایه فرهنگی که با مجموعه‌ای از داشته‌های فکری منطبق است که به وسیله نظام آموزشی تولید می‌شوند یا از طریق خانواده انتقال می‌یابند. این سرمایه می‌تواند به سه شکل وجود داشته باشد: وضعیتی که شکل یک استعداد پایدار جسمی را به خود گرفته است (مثل قدرت بیان در برابر مردم)، وضعیتی عینی به شکل کالای فرهنگی (مالکیت تابلوها، آثار هنری)، وضعیتی نهادینه‌شده، یعنی وضعیتی که به لحاظ اجتماعی از سوی نهادهای اجتماعی پذیرفته شده است (همانند عناوین تحصیلی)؛ ۳. سرمایه اجتماعی که اساساً مجموعه‌ای از روابط اجتماعی است که فرد یا گروهی در اختیار دارد. داشتن این نوع سرمایه به معنای برقراری و حفظ روابط، یا به معنای اجتماعی بودن است، از قبیل دعوت‌های متقابل، گذراندن اوقات فراغت با دیگران و نظایر آن؛ ۴. سرمایه نمادین که با مجموعه‌ای از مناسک (مانند برجسب و تشریفات) مطابقت دارد و با افتخار و بازشناسی مرتبط است. سرانجام، اینکه سرمایه نمادین تنها اعتبار و اقتداری است که برای یک عامل اجتماعی به رسمیت شناخته شده و برخوردار از سه نوع سرمایه‌داری دیگر را امکان‌پذیر می‌کند [۴، ص ۶۷-۶۸]. در مجموع، بوردیو بررسی سبک زندگی را مطالعه اول: دارایی‌ای (کالاهای تجملی یا فرهنگی) می‌داند که افراد دور خود جمع کرده‌اند؛ مانند خانه، ویلا، قایق تفریحی، ماشین، اثاثیه، نقاشی‌ها، کتاب‌ها، نوشیدنی‌ها، سیگارها، عطر، لباس‌ها و... دوم: فعالیت‌هایی که با آن خود را متمایز نشان می‌دهد: ورزش‌ها، بازی‌ها و تفریحات (پیاده‌روی یا کوه‌پیمایی، اسکی یا

سوار کاری، گلف یا تنیس)، لباس پوشیدن، رسیدگی به ظاهر بدن خود، نحوه استفاده از زبان و بودجه‌بندی [۱۷، ص ۵۵].

از نظر گیدنز^۱ سبک یا شیوه زندگی به‌واقع روش الگومند مصرف و درک و ارزش‌گذاری محصولات فرهنگ مادی است که استقرار معیارهای هویتی را در چارچوب زمان و مکان ممکن می‌کند. سبک زندگی در واقع به معنای نمادین محصولات توجه دارد؛ یعنی آنچه در ورای هویت آشکار این محصولات نهفته است. سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد، زیرا همراه نوعی انتخاب از بین تعداد بسیاری از امکان‌های موجود است. این رویکرد راهی است که به درک مدرن بودن سبک‌های زندگی و تقابل آن‌ها با شکل‌بندی‌های پیشین می‌انجامد و این معنای نمادین، اموری توافقی‌اند که مدام در حال ابداع و خلق‌شدن‌اند. شیوه زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد، چون نه فقط نیاز او را برآورده می‌کند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران متجسم می‌کند [۲۱، ص ۱۲۰]. گیدنز معتقد است سبک زندگی به صورت عملکردهای روزمره درمی‌آیند؛ عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک و طرز کار، محیط‌های مطلوب برای ملاقات با دیگران تجسم می‌یابند، ولی این امور روزمره، در پرتو ماهیت متحرک هویت شخصی به طرز بازتابی در برابر تغییرات احتمالی باز و پذیرا هستند. هریک از تصمیم‌گیری‌های کوچک شخصی در زندگی روزانه چه بپوشم، چه بخورم، در محیط کار چگونه رفتار کنم، پس از پایان کار با چه کسی مراوده کنم— همه و همه در تعیین و تنظیم امور روزمره مشارکت دارند. گیدنز نیز در حوزه خانواده، مشخصاً به برخی مؤلفه‌های سبک زندگی تحقیق حاضر، همچون دلالت‌های مختلف بدن و روابط اجتماعی، اشاره می‌کند. بدن در نگاه وی فقط جسم مادی صرف نیست، بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است. وی معتقد است برای آنکه بتوانیم به گونه‌ای برابر در تولید روابط اجتماعی با دیگران شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم بر بدن خویش اعمال کنیم [۸، ص ۳۰].

نظریه‌های مرتبط با باروری

به‌طور کلی، طیف وسیعی از تئوری‌ها برای تبیین رفتار فرزندآوری از ابعاد مختلف ارائه شده است که می‌توان آن‌ها را از دیدگاه‌های مختلف دسته‌بندی کرد. در این بررسی، تئوری‌های باروری را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد.

۱. نظریه‌های مبتنی بر انتخاب عقلانی و ساختاری که در ذیل این نظریه‌ها، رویکردهای اقتصادی بسیار برجسته است. گری بکر^۲ از طریق تحلیل نقش مشارکت نیروی کار زنان به بسط

1. Giddens, A.
2. G. Becher

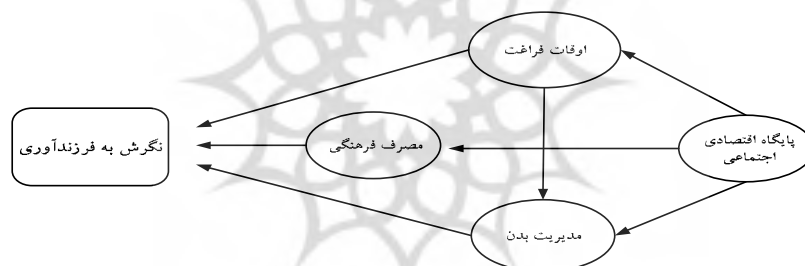
یک مدل نظری برای درک رابطه باروری و اقتصاد پرداخت. این رویکرد بر هزینه فرصت زمان مادران تأکید می‌کند و پیش‌بینی می‌کند که افزایش دست‌مزدهای زنان می‌تواند تأثیر منفی بر تقاضا برای کودکان داشته باشد. هنگامی که ارزش زمان اختصاص یافته برای کار یک زن به دلیل دست‌مزد بالاتری که به او ارائه می‌شود افزایش یابد، ارزش نسبی زمانی که در منزل می‌گذرد لزوماً کاهش خواهد یافت و هزینه فرصت داشتن بچه برای یک زن در بازار کار افزایش می‌یابد [۶، ص ۱۲۴]. کالدول^۱ نیز با ارائه نظریه «جریان ثروت نسلی» به دنبال تبیین باروری در جوامع سنتی و مدرن بوده است. به باور کالدول، یک ارتباط مستقیم بین ساختار خانواده و باروری وجود دارد. براساس این نظریه، در همه جوامع تصمیم‌های باروری پاسخ‌های عقلانی اقتصادی به جریان‌های ثروت خانوادگی است. کالدول هسته‌ای شدن خانواده را پیش‌شرط معکوس شدن جریان انتقال ثروت می‌داند که به نظر می‌رسد نوسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی مقدم بر آن باشد [۶، ص ۹۲]. براساس مدل استرلین^۲، کاهش تقاضا برای فرزند در اثر عواملی چون نوگرایی و اثر آن در تغییر نگرش مردم و کاهش مرگ‌ومیر کودکان و اطفال است. استرلین نشان داد که چگونه نوگرایی می‌تواند ابتدا به افزایش و سپس کاهش در باروری منجر شود، به گونه‌ای که نیروهای عرضه، تقاضا و هزینه‌های تنظیم در ترکیب با هم رفتار باروری را شکل می‌دهند [۱۳، ص ۱۶]. طرفداران این دیدگاه استدلال می‌کنند که تغییر در ساختارهای اقتصادی یا تغییر در آگاهی و ایده‌ها اساساً از طریق تغییر در نهادهای سیاسی، مذهبی، اقتصادی و اجتماعی صورت می‌گیرد. مک‌نیکل و گرین‌هال^۳ معتقدند که تغییر و تحول در ساختارهای اقتصادی یا تغییرات آگاهی و ایده‌ها از طریق تغییر نهادهای اقتصادی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی صورت می‌پذیرد. از این‌رو، در تبیین رفتارهای باروری باید مجموع عوامل نهادی که در شکل‌گیری رفتارهای باروری مؤثرند، مورد توجه قرار گیرند [۱۱، ص ۱۹]. تئوری برابری جنسیتی معتقد است باروری خیلی پایین در کشورهای پیشرفته امروزی نتیجه تناقض بین سطوح بالای برابری جنسیتی در نهادهای فردمحور مانند نهاد آموزش و اشتغال و نابرابری جنسیتی در نهادهای خانواده‌محور مانند نهاد خانواده، نهادهای مراقبت از فرزندان، خدمات و تسهیلات شغلی و ... است [۱۳، ص ۱۳۵].

۲. دسته دوم، نظریه‌های هنجاری فرهنگی‌اند. کللند و ویلسون^۴ با استناد به ارتباط ضعیف بین ساختار اقتصادی و باروری در سطح خرد یا کلان و ارتباط قوی‌تر باروری با فرهنگ و تحصیلات به این باور رسیدند که رویکرد اشاعه در مقایسه با تبیین‌های مبتنی بر انتخاب عقلانی تبیین کاملی از گذار باروری به دست می‌دهد. در این رویکرد، استدلال می‌شود که عوامل فرهنگی و نه ساختاری نحوه نگرش افراد را به فرزندان و فرزندآوری تغییر می‌دهد. طرفداران این

1. Caldwell
2. Esterlin
3. McNicoll and Hall. G
4. McClelland & Wilson

دیدگاه استدلال می‌کنند که کاهش باروری ناشی از اشاعه ایده‌های جدید و آگاهی از تنظیمات باروری است نه تغییر در عوامل اقتصادی اجتماعی یا نهادهای اجتماعی [۱۱، ص ۱۰]. بر پایه این تئوری، در کشورهایی که باروری کاهش یافته است، ایستارها و اعمالی که به محدودیت باروری منجر می‌شود ابتدا از سوی گروه‌هایی از جمعیت شهری که موافق تر، ثروتمندتر و تحصیل کرده‌ترند اقتباس می‌شود و در طول زمان به گروه‌های میانی با منزلت پایین تر و مناطق روستایی گسترش می‌یابد. در این تئوری، بر نقش رهبران فکری شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات بین همسران در اشاعه ایده‌های جدید نیز تأکید می‌شود [۱۱، ص ۱۳۵].

با توجه به اینکه در جامعه ایران تحولات عمیق فرهنگی و نیز تحولات شگرفی در نهاد خانواده و در نتیجه کارکردهای آن رخ داده و به نوعی سبک زندگی افراد نیز تحت تأثیر این تحولات قرار گرفته است، می‌توان گفت یکی از ابعاد مهمی که در معرض این تحولات قرار گرفته، نگرش و رفتار باروری افراد است. بر این اساس، با توجه به تغییرات فرهنگی و دگرگونی در نظام خانواده و در نتیجه تغییر سبک زندگی افراد و تغییر در رفتار باروری زنان، در این تحقیق سعی بر آن است تا با تلفیقی از یک رویکرد ترکیبی بتوان رابطه و تأثیر سبک زندگی زنان در آستانه ازدواج را بر نگرش آن‌ها به فرزندآوری از ابعاد مختلف بررسی کرد.



تصویر ۱. مدل نظری تحقیق

تعریف عملیاتی متغیرها

نگرش به فرزندآوری: متغیر وابسته پژوهش حاضر، نگرش به فرزندآوری است. در تعریف فرزندآوری، جمعیت‌شناسان [۲۲] توانایی زنان برای آبستنی را قابلیت باروری یا امکان بالقوه فرزندآوری می‌گویند و نگرش نیز به آمادگی فکری روانی افراد گفته می‌شود که براساس تجربه‌ای سازمان یافته شکل می‌گیرد و پاسخ فرد را به موقعیت‌های مختلف شکل می‌دهد و رفتار او را هدایت می‌کند. شناخت، احساس و آمادگی برای انجام دادن عمل سه جزئی هستند که نگرش را تشکیل می‌دهند؛ بدین معنا که افراد با دسته‌بندی اشیا به شناخت دست می‌یابند و این جزء شناختی می‌تواند به شخص احساس خوشایند یا ناخوشایندی بدهد و در نهایت این دو جزء و احساس باهم می‌توانند فرد را به انجام دادن عمل خاصی سوق دهند یا از آن باز دارند.

[۲۴، ص ۱۵]. نگرش به فرزندآوری با استفاده از ۴۲ گویه در قالب طیف لیکرت سنجیده شد. ده گویه اول در پاورقی آمده است.^۱

سبک زندگی: به تعبیر گیدنز، «سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است» [۲۱، ص ۶۵]. در این تحقیق، «مؤلفه‌های سبک زندگی» عبارت است از: پایگاه اقتصادی-اجتماعی، نحوه مدیریت بدن، گذران اوقات فراغت، میزان مصرف فرهنگی.

پایگاه اقتصادی-اجتماعی^۲: پایگاه اقتصادی-اجتماعی شاخصی ترکیبی است که تجربه کاری و موقعیت اجتماعی و اقتصادی فرد را نسبت به دیگر افراد در جامعه خود بیان می‌دارد [۱۹، ص ۱۰]. در این بررسی، برای تعیین پایگاه اقتصادی اجتماعی افراد از شاخص‌های تحصیلات، مرتبه شغلی، منطقه محل سکونت، نوع منزل مسکونی و درآمد پاسخ‌گویان بهره گرفته شده است. برای تعیین مرتبه شغلی افراد از روش تعیین نوع شغل مرکز آمار استفاده شده است. ضمن اینکه علاوه بر پرسش درباره درآمد پاسخ‌گویان، از نوع منزل مسکونی و منطقه محل سکونت نیز سؤال شد. همچنین، برای تعیین شاخص تحصیلات، علاوه بر تحصیلات پاسخ‌گو، تحصیلات همسر، پدر و مادر پاسخ‌گو هم در نظر گرفته شده است.

مدیریت بدن^۳: مدیریت بدن به معنای نظارت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است. این مفهوم به کمک معرف‌های کنترل وزن، دستکاری پزشکی و میزان اهمیت‌دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی به یک شاخص تجملی تبدیل شده است [۲۰، ص ۲۵]. در تحقیق حاضر، برای عملیاتی کردن مدیریت بدن، از زنان خواسته شده که میزان توجه به مدیریت بدن خود را با ۱۷ گویه از پرسش‌نامه تحقیق حاضر، براساس طیف لیکرت، مشخص کنند. نمره‌های پاسخ‌گویان جمع زده شد و در نهایت نمره به دست آمده به منزله میزان مدیریت بدن زنان در آستانه ازدواج در نظر گرفته شد. پنج گویه اول سنجش مدیریت در پاورقی آمده است.^۴

۱. گویه‌های سنجش نگرش به فرزندآوری عبارت‌اند از: ۱. خانواده‌ها برای تعیین تعداد فرزندان خود براساس وضعیت اقتصادی تصمیم می‌گیرند؛ ۲. هرچه تعداد فرزندان یک خانواده بیشتر باشد، فرزندان بهتر تربیت می‌شوند؛ ۳. داشتن فرزندان زیاد موجب سلب آرامش و آسایش پدر و مادر می‌شوند؛ ۴. مراقبت از فرزندان در بعضی از مواقع برای والدین خسته‌کننده و کسالت‌آور است؛ ۵. هرچه تعداد فرزندان خانواده کمتر باشد، موفقیت تحصیلی بیشتری دارند؛ ۶. فرزندان زیاد باعث افزایش قدرت و نفوذ خانواده در اجتماع می‌شود؛ ۷. داشتن فرزند زیاد باعث ایجاد فشار مالی بر خانواده می‌شود؛ ۸. حضور زنان در جامعه باعث استقلال آن‌ها در خانواده و تصمیم‌گیری در مورد تعداد فرزندان می‌شود؛ ۹. والدین خانواده‌های سه، چهارنفره بهتر از عهده امور تعلیم و تربیت فرزندان خویش برمی‌آیند؛ ۱۰. فرزندان بیشتر باعث سرگرم شدن مادر در خانه و پرکردن اوقات فراغت او می‌شوند. برای مطالعه گویه‌ها رک: شمس‌ادینی، ۱۳۹۴.

2. socioeconomic status

3. management body

۴. گویه‌های سنجش مدیریت بدن عبارت‌اند از: ۱. با رژیم غذایی مناسب، وزن خود را کنترل می‌کنم؛ ۲. با

اوقات فراغت^۱: محققان فراغت و بسیاری از نظریه‌پردازان اجتماعی بر این نکته اتفاق نظر دارند که رفتارها و مصارف فراغت وجه مهمی از سبک زندگی را در جامعه معاصر تشکیل می‌دهد. در انتخاب و اولویت‌های فراغتی به کارگیری رسانه به لحاظ زمان صرف‌شده و تنوع مصارف، جایگاه ویژه‌ای دارد. از این نظر، رسانه‌ها را قاطعانه می‌توان اولویت نخست جوانان برای جست‌وجوی سرگرمی و فراغت دانست. علاوه بر این، گونه‌هایی از مصرف رسانه‌ای در ایران نقشی تکمیل‌کننده یا جبران‌کننده در برخی کاستی‌ها و محدودیت‌های ساختاری و نمادین دارند [۵، ص ۴۴]. در تحقیق حاضر، برای عملیاتی کردن متغیر اوقات فراغت از زنان بررسی شده خواسته شد که میزان پرداختن خود را به گذران اوقات فراغت با ۱۲ سؤال از پرسش‌نامه حاضر، طبق طیف لیکرت، مشخص کنند. فعالیت‌های استفاده‌شده برای سنجش گذران اوقات فراغت عبارت بودند از: ۱. تماشای تلویزیون؛ ۲. استفاده از اینترنت؛ ۳. پیاده‌روی؛ ۴. استفاده از شبکه‌های اجتماعی؛ ۵. ورزش، مسافرت و پیک‌نیک؛ ۶. نقاشی و خطاطی؛ ۷. گشت‌وگذار در خیابان؛ ۸. رفتن به پارک و مراکز تفریحی؛ ۹. شرکت در کلاس‌هایی نظیر زبان، موسیقی و...؛ ۱۰. گوش دادن به موسیقی؛ ۱۱. باغبانی؛ ۱۲. رفتن به کافی‌شاپ.

مصرف فرهنگی^۲: یکی از شیوه‌های رایج برای هویت‌یابی و بازنمایی خویشتن، به‌ویژه در دوران معاصر، مصرف فرهنگی است. افراد در مصرف فرهنگی، انواع کالاها و نمادهای ارزشمند را، نه به دلیل ارزش مادی‌شان بلکه به دلیل ارزش فرهنگی آن‌ها، به منظور ایجاد تصاویری مطلوب از خویش در ذهن دیگران مصرف می‌کنند [۲، ص ۷]. در تحقیق حاضر، برای عملیاتی کردن متغیر مصرف فرهنگی از زنان مراجعه‌کننده به شبکه‌های بهداشت خواسته شد با ۷ سؤال از پرسش‌نامه حاضر، طبق طیف لیکرت، میزان توجه خود را به مصرف فرهنگی مشخص کنند. فعالیت‌هایی که برای سنجش مصرف فرهنگی در نظر گرفته شد عبارت‌اند از: ۱. خواندن کتاب‌های علمی، اجتماعی و رمان و...؛ ۲. مطالعه مجله و روزنامه؛ ۳. رفتن به سینما و دیدن تئاتر؛ ۴. بازدید از نمایشگاه‌ها؛ ۵. رفتن به کنسرت موسیقی؛ ۶. بازدید از موزه‌ها؛ ۷. خرید اشیا و صنایع هنری.

نوع مطالعه و روش پژوهش

جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه زنان در آستانه ازدواج شهر تهران، که در سال ۱۳۹۴ به شبکه‌های بهداشت جهت ازدواج مراجعه کردند، تشکیل می‌دهند؛ که با استفاده از داده‌های

انجام‌دادن فعالیت‌های ورزشی مداوم، برای رسیدن به وزن و اندام متناسب تلاش می‌کنم؛ ۳. به جراحی‌های زیبایی که به زیباتر شدن ظاهر و اندامم کمک کند، علاقه‌مندم؛ ۴. از مواد خوشبوکننده نظیر مام، ادکلن و... استفاده می‌کنم؛ ۵. طبق مد روز لباس می‌پوشم. برای مطالعه گویه‌ها رک: شمس ادینی، ۱۳۹۴.

1. leisure time
2. cultural consumption

تقریبی به دست آمده از دانشگاه علوم پزشکی ایران، ۳۵ هزار و ۵۰۰ نفر بوده‌اند. با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ زن مراجعه‌کننده به شبکه‌های بهداشت جهت ازدواج، به‌عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب شدند. برای تعیین واحدهای نمونه از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای طبقه‌ای استفاده شده است. در مرحله اول، مناطق ۲۲ گانه شهر تهران را از نظر سطح توسعه اقتصادی اجتماعی ساکنان آن به سه طبقه بالا، متوسط و پایین تقسیم کردیم و از هر منطقه یک مرکز بهداشت (۱) مرکز بهداشت هاشمی‌نژاد نماینده مناطق پایین؛ ۲) مرکز بهداشت تهرانسر، نماینده مناطق متوسط؛ ۳) مرکز بهداشت فاضل نماینده مناطق بالا) به‌عنوان نمونه تحقیق در نظر گرفته شد. دلیل انتخاب طبقات بالا، متوسط و پایین از یک طرف وجه تمایز این طبقات از لحاظ ویژگی‌های جمعیتی و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. از طرف دیگر، چون متغیر مستقل تحقیق حاضر مؤلفه‌های سبک زندگی است، در نتیجه این طبقه‌بندی برای انتخاب نمونه ضروری به نظر می‌رسد. در هر منطقه نیز، تعداد ۱۲۸ پرسش‌نامه به‌طور مساوی بین زنان مراجعه‌کننده به مراکز، توزیع و ارزیابی شد. برای پایایی ابزار تحقیق، پیش‌آزمون انجام شد که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای سازه‌های بررسی‌شده در حد قابل قبولی بود.

یافته‌های پژوهش

طبق نتایج جدول ۱، می‌توان گفت همه پاسخ‌گویان باسواد محسوب شده‌اند و به لحاظ میزان تحصیلات، بیش از نیمی از افراد نمونه تحقیق تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس داشته‌اند و حتی ۱۹ درصد این افراد دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بوده‌اند. همچنین، ۵۸٫۶ درصد زنان بررسی‌شده به لحاظ وضع فعالیت شاغل و ۴۱٫۴ درصد آنان خانه‌دار بوده‌اند.

جدول ۱. توزیع درصدی نمونه تحقیق برحسب میزان تحصیلات و وضع فعالیت

متغیر	تعداد	درصد
سیکل و دیپلم	۹۰	۲۳٫۴
میزان تحصیلات		
فوق دیپلم و لیسانس	۲۲۱	۵۷٫۶
فوق لیسانس و بالاتر	۷۳	۱۹٫۰
وضع فعالیت		
شاغل	۲۲۶	۵۸٫۶
خانه‌دار	۱۶۲	۴۱٫۴

با توجه به نمره‌هایی که پاسخ‌گویان درباره نگرش به فرزندآوری دریافت کردند،^۱ نگرش

۱. پایین‌ترین امتیاز ۵۲ و بالاترین امتیاز ۱۵۷ بوده است. بر این اساس یافته‌ها در سه سطح نگرش قوی به فرزندآوری (امتیاز بین ۵۲-۸۶)، نگرش متوسط به فرزندآوری (امتیاز بین ۸۷-۱۲۱) و نگرش ضعیف به فرزندآوری (امتیاز بین ۱۲۲-۱۵۷) رده‌بندی شده و یافته‌های جدول ۲ حاصل شد. به عبارتی، زنانی که به داشتن فرزند قائل بودند و وجود فرزند را ضروری می‌دانستند و در پاسخ به گویه‌های طراحی‌شده در مورد نگرش به فرزندآوری با داشتن فرزند و کارکردهای مثبت و جوانب مختلف آن موافق بودند، به‌منزله زانی که

آن‌ها در سه دسته نگرش قوی، متوسط و ضعیف دسته‌بندی شد که نتایج آن در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲. توزیع درصدی پاسخ‌گویان بر حسب نوع نگرش به فرزندآوری و تعداد فرزند ایده‌آل

متغیر	تعداد	درصد
قوی	۹۰	۲۳٫۴
نگرش به فرزندآوری متوسط	۲۰۰	۵۲٫۱
ضعیف	۹۴	۲۴٫۵

جدول ۳. توزیع درصدی نمونه تحقیق بر حسب مؤلفه‌های سبک زندگی (متغیرهای مستقل)

متغیر	سطوح	فراوانی	درصد	متغیر	سطوح	فراوانی	درصد
مدیریت بدن ^۱	بالا	۷۸	۲۰٫۳	گذران اوقات فراغت ^۲	زیاد	۸۱	۲۱٫۲
	متوسط	۲۲۳	۵۸٫۱		متوسط	۲۰۸	۵۴٫۱
مصرف فرهنگی ^۳	پایین	۸۳	۲۱٫۶	پایگاه اقتصادی اجتماعی ^۴	کم	۹۵	۲۴٫۷
	زیاد	۹۶	۲۵٫۰		بالا	۹۷	۲۵٫۳
کم	متوسط	۱۹۶	۵۱٫۰	پایین	متوسط	۱۸۶	۴۸٫۴
	کم	۹۲	۲۴٫۰		پایین	۱۰۱	۲۶٫۳

طبق یافته‌های جدول ۲، ۵۲٫۱ درصد پاسخ‌گویان، نگرشی متوسط به فرزندآوری داشتند. در حالی که ۲۴٫۵ و ۲۳٫۴ درصد پاسخ‌گویان به ترتیب نگرش ضعیف و قوی به فرزندآوری داشتند.

نگرشی قوی به فرزندآوری دارند در نظر گرفته شدند. بین نمونه آماری، برخی از زنان به فرزندآوری نگرش منفی داشته‌اند. از منظر این دسته از زنان، امروزه فرزند کارکردی برای خانواده‌ها ندارد و می‌توان بدون وجود فرزند زندگی کرد. در این بررسی، این دسته از زنان به منزله زنان با نگرش ضعیف به فرزندآوری در نظر گرفته شدند. سایر زنان بررسی شده هم نظریه‌های نه‌چندان قوی و نه‌چندان ضعیف به فرزندآوری از ابعاد مختلف داشته‌اند که از این دسته از زنان با عنوان زنان دارای نگرش متوسط به باروری نام برده شده است.

۱. با توجه به نمره‌هایی که پاسخ‌گویان در رابطه با میزان مدیریت بدن دریافت کردند، پایین‌ترین امتیاز ۴۱ و بالاترین امتیاز ۸۲ است. براین اساس، یافته‌ها در سه سطح پایین (امتیاز بین ۴۱-۵۴)، متوسط (امتیاز بین ۵۵-۶۸) و بالا (امتیاز بین ۶۹-۸۲) رده‌بندی شد.

۲. با توجه به نمره‌هایی که پاسخ‌گویان در رابطه با میزان اوقات فراغت دریافت کردند، پایین‌ترین امتیاز ۳۳ و بالاترین امتیاز ۷۷ بوده است. براین اساس، یافته‌ها در سه سطح پایین (امتیاز بین ۳۳-۴۷)، متوسط (امتیاز بین ۴۸-۶۲) و بالا (امتیاز بین ۶۳-۷۷) رده‌بندی شد.

۳. با توجه به نمره‌هایی که پاسخ‌گویان در رابطه با میزان مصرف فرهنگی دریافت کردند، پایین‌ترین امتیاز ۱۱ و بالاترین امتیاز ۳۸ بوده است. براین اساس، یافته‌ها در سه سطح مصرف فرهنگی پایین (امتیاز بین ۱۱-۱۹)، مصرف فرهنگی متوسط (امتیاز بین ۲۰-۲۸) و مصرف فرهنگی بالا (امتیاز بین ۲۹-۳۸) رده‌بندی شد.

۴. برای سنجش شاخص پایگاه اقتصادی اجتماعی از چندین متغیر بهره گرفته شده است که این متغیرها عبارت‌اند از: میزان تحصیلات، درآمد خانواده، نوع شغل پاسخ‌گو، منطقه محل سکونت، نوع منزل مسکونی.

همان‌طور که یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد، میزان توجه بیش از ۵۰ درصد پاسخ‌گویان (۲۲۳ نفر) به مدیریت بدن متوسط بوده است. درحالی‌که به ترتیب ۷۸ و ۸۳ نفر میزان اهمیت زیاد و پایینی برای مدیریت بدن خود قائل بودند. در مجموع، می‌توان گفت که حدود ۸۰ درصد زنان مراجعه‌کننده به شبکه‌های بهداشت، مدیریت بدن متوسط و بالایی داشتند. همچنین، بیش از نیمی پاسخ‌گویان (۵۱ درصد) مصرف فرهنگی متوسطی داشتند. درحالی‌که ۲۴ و ۲۵ درصد پاسخ‌گویان به ترتیب میزان مصرف فرهنگی پایین و بالایی داشتند. نزدیک به نیمی از پاسخ‌گویان (۴۸/۴ درصد) در پایگاه اقتصادی اجتماعی متوسط، ۲۶/۳ درصد زنان بررسی‌شده به لحاظ وضعیت اقتصادی اجتماعی در وضعیت اقتصادی اجتماعی پایین و ۲۵/۳ درصد در وضعیت اقتصادی اجتماعی بالا قرار دارند. به لحاظ گذران اوقات فراغت، بیش از نیمی پاسخ‌گویان (۲۰۸ نفر) یعنی ۵۴/۱ درصد، گذران اوقات فراغتشان در سطح متوسط بوده است. درحالی‌که ۲۴/۴ و ۲۱/۲ درصد پاسخ‌گویان به ترتیب گذران اوقات فراغت پایین و بالایی داشتند. در مجموع، می‌توان گفت که بیش از ۷۵ درصد زنان مراجعه‌کننده به شبکه‌های بهداشت، اوقات فراغت متوسط و بالایی داشتند. جدول ۴ نتایج آزمون‌های دو متغیره نگرش به فرزندآوری و ابعاد سبک زندگی را نشان می‌دهد.

جدول ۴. تحلیل واریانس دو متغیره نگرش به فرزندآوری و ابعاد سبک زندگی

متغیرهای مستقل	سطوح	فراوانی	میانگین	واریانس	درجه آزادی	کمیت F	معناداری
مدیریت بدن	بالا	۷۸	۱۰۴/۱۸	۲۴۸/۲۴	۳۸۱	-۰/۲۵	۰/۰۰۰
	متوسط	۲۲۳	۱۰۷/۲۶	۲۳۳/۳۶			
	پایین	۸۳	۱۱۴/۲۷				
مصرف فرهنگی	زیاد	۹۶	۱۰۵/۸۳	۲۲۰/۲۲	۳۸۲	-۰/۲۲	۰/۰۴
	متوسط	۱۹۶	۱۰۷/۵۷	۲۳۲/۵۶			
	کم	۹۲	۱۰۹/۷۶				
گذران اوقات فراغت	زیاد	۸۱	۱۰۶/۳۲	۲۳۸/۸۱	۳۸۱	-۰/۱۲	۰/۰۱۶
	متوسط	۲۰۸	۱۰۸/۰۹	۲۴۶/۸۱			
	کم	۹۵	۱۱۲/۲۸				
پایگاه اقتصادی اجتماعی	بالا	۹۷	۹۸/۹۴	۴۹۵/۴۵	۳۸۱	-۰/۲۷	۰/۰۰۰
	متوسط	۱۸۶	۱۰۷/۹۱	۲۳۰/۲۴			
	پایین	۱۰۱	۱۱۴/۷۷				

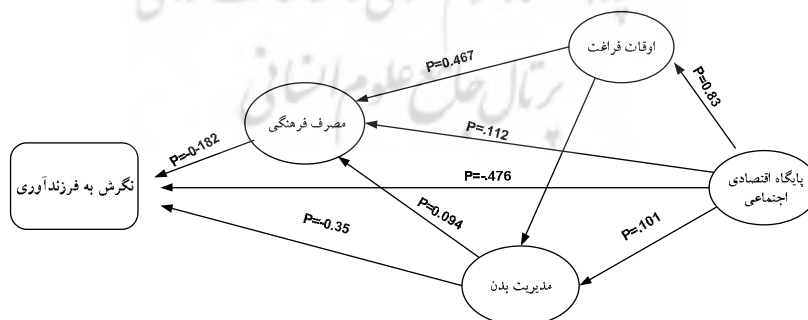
طبق نتایج جدول ۴، با توجه به سطح معناداری کمیت F می‌توان گفت همه ابعاد سبک زندگی با نگرش به فرزندآوری رابطه معنادار دارد و آزمون‌های شفه و تام‌هن نیز معناداری تفاوت میانگین نگرش به فرزندآوری را با ابعاد سبک زندگی نشان می‌دهد [۱۶]؛ مثلاً، براساس معناداری آزمون تام‌هن، می‌توان گفت زنانی که مدیریت بدن بالا، متوسط و پایینی دارند، نگرش‌های متفاوت و معناداری به فرزندآوری دارند و میانگین نگرش زنان با مدیریت بدن بالا، متوسط و

پایین به ترتیب برابر است با: ۱۰۴/۱۸، ۱۰۷/۲۶ و ۱۱۴/۲۷. برای درک و فهم بهتر عوامل مؤثر بر نگرش به فرزندآوری زنان از تحلیل چندمتغیری (رگرسیون خطی) استفاده شده است.

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی تأثیر متغیرهای مستقل بر نگرش به فرزندآوری زنان

متغیر	بتا	سطح معناداری
مدیریت بدن	-۰/۳۵	۰/۰۰۰
گذران اوقات فراغت	-۰/۱۱	۰/۴
مصرف فرهنگی	-۰/۱۸۵	۰/۰۴
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۰/۴۸	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی	۰/۵۶	
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰/۳۱	

با توجه به نتایج جدول ۵، ضریب همبستگی چندگانه بدین معناست که بین متغیرهای مستقل داخل معادله با متغیر وابسته، ۵۶ درصد همبستگی وجود دارد. R^2 یا ضریب تعیین به دست آمده نشان می‌دهد که ۳۲ درصد از واریانس متغیر نگرش به فرزندآوری به وسیله متغیرهای مستقل موجود در معادله تبیین می‌شود و حدود ۶۸ درصد باقی مانده را متغیرهای دیگری تبیین می‌کنند که خارج از این بررسی قرار دارند. همان‌گونه که در ستون Beta مشخص است، مقدار این ضرایب برای متغیر مدیریت بدن ۰/۳۵، برای متغیر مصرف فرهنگی ۰/۱۸۵-، برای متغیر اوقات فراغت ۰/۱۲- و برای متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی ۰/۴۸- است. بنابراین، متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی بیشترین سهم را در پیش‌بینی نگرش به فرزندآوری دارد. به عبارت دیگر، تأثیر متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی بر نگرش به فرزندآوری بیش از سایر متغیرهاست؛ در حالی که متغیر اوقات فراغت کمترین تأثیر را بر نگرش به فرزندآوری دارد. در تصویر ۲، ضرایب مسیر، که همان بتاهاست و بیانگر سهم یا وزن هر متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته است، مشخص شده و نیز در جدول ۶ تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل با استفاده از ضرایب بتا بر متغیر وابسته بررسی شده است.



تصویر ۲. مدل تجربی تحقیق

جدول ۶. میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر نگرش به فرزندآوری

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
پایگاه اقتصادی اجتماعی	-۰/۴۷۶	-۰/۰۶۸	۰/۵۴۴
مدیریت بدن	-۰/۳۵	-۰/۰۱۷	۰/۳۶۷
گذران اوقات فراغت	-	-۰/۰۸۴	۰/۰۸۴
مصرف فرهنگی	-۰/۱۸۲	-	۰/۱۸۲

بین متغیرهایی که بر نگرش به فرزندآوری اثر مستقیم دارند، متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی نسبت به سایر متغیرهای تحقیق بیشترین ضریب بتا (-۰/۴۷۶) را دارد. این بدین معناست که متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی نسبت به سایر متغیرهای تحقیق در تبیین متغیر نگرش به فرزندآوری بیشتر است. در مقابل، متغیر اوقات فراغت هیچ اثر مستقیمی با متغیر وابسته ندارد. همچنین، متغیر مدیریت بدن با ضریب بتای ۰/۳۵- و متغیر مصرف فرهنگی با ضریب بتای ۰/۱۸۲- بر متغیر وابسته اثر مستقیم دارند.

همچنین، براساس نتایج جدول ۶، متغیر اوقات فراغت با تأثیر بتای ۰/۰۸۴- بیشترین تأثیر غیرمستقیم را بر متغیر نگرش به فرزندآوری دارد. در مقابل، مصرف فرهنگی هیچ تأثیر غیرمستقیمی بر متغیر وابسته نگرش به فرزندآوری ندارد. همچنین، متغیر مدیریت بدن با ضریب بتای ۰/۰۱۷- و متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی ۰/۰۶۸- اثر غیرمستقیم بر متغیر وابسته تحقیق داشتند. اثر کل متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی از همه متغیرهای دیگر با ضریب بتای ۰/۵۴۴ بیشتر است؛ درحالی که متغیر اوقات فراغت با ضریب بتای ۰/۰۸۴- کمترین اثر کل را دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

فرزندآوری یکی از مؤلفه‌های مهم علم جمعیت و از موضوعاتی است که در حوزه مسائل اجتماعی توجه زیادی را به خویش معطوف داشته است. الگوهای باروری شهر تهران نشان می‌دهد میزان باروری برای زنان ۱۵ تا ۳۴ ساله در سال ۱۳۹۱ (۱/۱ فرزند به‌ازای یک زن) نسبت به میزان مشابه در سال ۱۳۸۸ (۱/۴ فرزند) و ۱۳۷۹ (۱/۲ فرزند) کاهش یافته است [۱۳، ص ۳]. بنابراین، امروزه کاهش نگرش به فرزندآوری نیز مانند تأخیر در ازدواج و خیلی از مسائل دیگر، به فهرست مسائل اجتماعی پیوسته که باید بررسی و راه‌حلی برای آن پیدا شود، زیرا با عنایت به تغییرات گسترده جمعیتی طی سه دهه گذشته و مسائل و چالش‌های جمعیتی ناشی از آن، کاهش سطح باروری تأثیر قاطعی بر میزان رشد، ترکیب و ساختار جمعیتی و تعدیل شتاب افزایش جمعیت خواهد داشت. در نتیجه، توجه به این پدیده و اندازه‌گیری و تبیین آن بیش از پیش اهمیت درخور توجهی دارد.

سبک زندگی مفهومی است که با انتخابی شدن زندگی روزمره معنا می‌یابد. بدین ترتیب که

برخلاف جوامع سنتی، که افراد جایگزین و بدیل‌های اندکی در میان برنامه‌های زندگی داشتند، در جامعه معاصر به واسطه اهمیت یافتن خود و مسئولیت شخصی و ظهور جامعه مصرفی در زندگی، قدرت انتخاب نیز بیشتر شده است [۱۳]؛ در نتیجه، این پژوهش درصدد برآمد با دخالت دادن مؤلفه‌های سبک زندگی جنبه نوآورانه به تحقیق خود دهد تا این مطالعه بتواند درک و بینش ما را از تجربه باروری افزایش دهد و ما را در پیش‌بینی روندهای آینده باروری و در نهایت، اتخاذ سیاست‌گذاری‌های مشخص و معین جمعیتی کمک کند.

یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی، که در تحقیق حاضر بررسی شد، پایگاه اقتصادی اجتماعی است. نتایج آزمون فرضیه‌ها حاکی از وجود رابطه بین نگرش به فرزندآوری و پایگاه اقتصادی اجتماعی زنان مطالعه شده بوده است. نتایج تحلیل مسیر نیز نشان داد که متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی با ضریب بتای ۰/۵۵۴ بیشترین تأثیر را بر نگرش زنان در مورد رفتار باروری‌شان دارد. نتایج تحقیقات عباسی شوازی و خواجه صالحی [۹]، عباسی شوازی و حسینی چاوشی [۱۲] و اسحاقی و دیگران [۱] نیز تأییدکننده نتایج تحقیق حاضر است. در واقع، می‌توان گفت زانی که در پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتری قرار دارند، سبک زندگی مدرن‌تر و در نتیجه نگرش ضعیف‌تری به فرزندآوری دارند. به عبارتی، زانی که به منابع ارزشمند همچون تحصیلات و مشاغل بالاتری دست یافته‌اند، از نگرش سنتی به فرزندآوری فاصله گرفته و نگاه نوگرایانه به فرزندآوری دارند.

مدیریت بدن از دیگر مؤلفه‌های سبک زندگی در این بررسی بوده است. طبق نتایج تحقیق، می‌توان گفت بین نگرش به فرزندآوری و مدیریت بدن رابطه معنادار وجود دارد. بر این اساس، می‌توان گفت زانی که مدیریت بدن مدرن‌تری دارند، از نگرش قوی به فرزندآوری فاصله گرفته‌اند و نگاه ضعیف‌تری به فرزندآوری دارند. مدیریت بدن با ضریب بتای ۰/۳۶۷، پس از پایگاه اقتصادی اجتماعی، بیشترین تأثیر را بر نگرش زنان به رفتار باروری داشته است. گیدنز بیان می‌دارد که مقوله بدن به پروژه‌ای بازتابی تبدیل شده است، زیرا بدن مستقیم‌ترین قرارگاهی است که می‌تواند حامل و نمایشگر تمایزهای سبک زندگی و اشکال هویتی باشد [۲۱، ص ۶۵]. در تبیین تغییر نگرش به فرزندآوری زنان، با در نظر گرفتن مقوله مدیریت بدن، می‌توان گفت امروزه زانی که بیشتر از معیارهای مدرن و جهانی زیبایی بدن تبعیت می‌کنند و به عبارتی به دنبال سبک زندگی مدرن مدیریت بدن هستند، نگرش ضعیف‌تری به فرزندآوری دارند و تمایل دارند فرزند کمتری داشته یا حتی فرزندی نداشته باشند.

مصرف فرهنگی نیز از مؤلفه‌های سنجش سبک زندگی در این بررسی بوده است. طبق نتایج بررسی حاضر، بین نگرش زنان بررسی شده به رفتار باروری و مصرف فرهنگی رابطه معنادار وجود دارد و این مؤلفه با ضریب بتای ۰/۱۸۶ اثر درخور توجهی بر نگرش زنان مطالعه شده داشته است. به عبارتی، زانی که مصرف فرهنگی بیشتری دارند، نگرش ضعیف‌تری

به فرزندآوری داشتند. به تعبیر زیمل، امروزه مصرف فرهنگی از الگوی خاصی تبعیت می‌کند و افراد با مصرف فرهنگی برای خود تشخیص و هویت ایجاد می‌کنند. بنابراین، به تعبیر زیمل، انسان‌ها در زندگی شهری الگوی خاصی از مصرف فرهنگی را در پیش گرفته‌اند تا بتوانند فردیت خود را حفظ کنند. بر این اساس، امروزه با تغییر مصرف فرهنگی که تحت تأثیر رسانه‌ها، به‌خصوص شبکه‌های مجازی، قرار گرفته، نگرش افراد را در همه حوزه‌های زندگی، همچون نگرش به فرزندآوری، تحت تأثیر قرار داده است؛ هرچند بورديو نقش تحصیلات و آموزش را در سرمایه فرهنگی و متعاقب آن مصرف فرهنگی مهم می‌داند. بنابراین، می‌توان گفت مصرف فرهنگی تحت تأثیر پایگاه اقتصادی اجتماعی قرار دارد.

گذران اوقات فراغت به‌منزله مؤلفه سبک زندگی بر نگرش زنان به باروری سنجیده شد. نتایج بررسی نشان داد بین نگرش زنان مطالعه‌شده و گذران اوقات فراغت رابطه معنادار وجود دارد و این مؤلفه با ضریب بتای ۰/۰۸۴ بر نگرش به فرزندآوری اثرگذار است. در نهایت، ۴ مؤلفه سبک زندگی، در مجموع ۳۲ درصد تغییرات متغیر وابسته (نگرش به فرزندآوری) را تبیین می‌کند.

منابع

- [۱] اسحاقی، محمد؛ محبی، سیده فاطمه، پای‌نژاد، شهربانو، جهاندار، زینب (۱۳۹۳). «چالش‌های فرزندآوری زنان شاغل در یک مطالعه کیفی»، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۱۱-۱۳۴.
- [۲] اعزازی، شهلا (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی خانواده با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر*، تهران، بی‌جا، چ ۸.
- [۳] باینگانی، بهمن؛ ایراندوست، سیدفهم؛ احمدی، سینا (۱۳۹۲). «سبک زندگی از منظر جامعه‌شناسی»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، س ۸، ش ۷۷، ص ۵۶-۷۴.
- [۴] بونویترز، پاتریس (۱۳۹۱). *درس‌هایی از جامعه‌شناسی پیر بورديو*، ترجمه جهانگیر جهانگیری و سفیر حسن‌پور، تهران: آگاه.
- [۵] پورمحمدی، محمدرضا؛ سبحانی، زهرا (۱۳۹۰). «اوقات فراغت و فضاهای شهری تهران»، نشریه جغرافیا و برنامه ریزی، دوره ۱۶، شماره ۳۵، ۷۶-۴۹.
- [۶] حسینی، حاتم (۱۳۹۲). *جمعیت‌شناسی اقتصادی اجتماعی و تنظیم خانواده*، انتشارات دانشگاه بوعلی سینا، چ ۶.
- [۷] حسینی، حاتم؛ بلال بگی (۱۳۹۳). «تعیین‌کننده‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و جمعیت‌شناسی تمایلات فرزندآوری زنان همسر دار مراجعه‌کننده به مراکز بهداشتی-درمانی همدان»، ماهنامه علمی- پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، س ۱۸، ش اول، پیاپی ۷۴، ص ۳۵-۴۳.
- [۸] خواجه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی؛ هاشمی، سمیه (۱۳۹۰). «سبک زندگی و مدیریت بدن»،

- فصل‌نامه علمی- پژوهشی جامعه‌شناسی زنان، س ۲، ش ۴، ص ۴۸-۲۱.
- [۹] عباسی شوازی، محمدجلال؛ خواجه‌صالحی، زهره (۱۳۹۲). «سنجش تأثیر استقلال، مشارکت اجتماعی و تحصیلات زنان بر تمایل به فرزندآوری: مطالعه موردی شهر سیرجان»، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۱، ش ۱، ص ۶۴-۴۵.
- [۱۰] عباسی شوازی، محمدجلال؛ حسینی، حاتم (۱۳۸۶). «تفاوت‌های قومی باروری در ایران؛ روند و عوامل مؤثر بر آن»، مجله جامعه‌شناسی ایران، ش ۳۲، ص ۵۸-۲۹.
- [۱۱] عباسی شوازی، محمدجلال (۱۳۸۹). طرح تحولات باروری در ایران، مرکز آمار ایران، پژوهشکده آمار.
- [۱۲] عباسی شوازی، محمدجلال؛ میمنت، حسینی چاوشی (۱۳۹۰). «تنظیم خانواده، باروری و تحول سیاست‌های جمعیتی در ایران»، مجله معرفت در دانشگاه اسلامی، س ۱۵، ش ۳، ص ۲۶-۸.
- [۱۳] عباسی شوازی، محمدجلال (۱۳۹۲). تحولات باروری در ایران در چهار دهه اخیر، مرکز آمار ایران، پژوهشکده آمار.
- [۱۴] عرفانی، امیر (۱۳۹۱). «باروری در ایران و شهر تهران: میزان‌ها، روندها و تفاوت‌ها»، فصل‌نامه مطالعات جمعیتی، س اول ش اول، ص ۱۰۷-۸۷.
- [۱۵] عنایت، حلیمه؛ پرنیان، لیلا (۱۳۹۲). «بررسی مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری»، فصل‌نامه علمی پژوهشی زن و جامعه، س ۴، ش ۲، ص ۱۳۶-۱۰۹.
- [۱۶] شمس‌الدینی، حسین (۱۳۹۴). «مطالعه ابعاد سبک زندگی بر نگرش زنان شهر تهران نسبت به فرزندآوری»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- [۱۷] فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق.
- [۱۸] کشاورز، حمید؛ حقیقتیان، منصور؛ توسلی، خدیجه (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر فاصله بین ازدواج و فرزندآوری»، فصل‌نامه جامعه‌شناسی کاربردی، س ۲۴، ش ۲، ص ۱۳۶-۱۱۱.
- [۱۹] کلانتری، صمد؛ ربانی، رسول؛ اکتایی، رزیتا (۱۳۸۵). «بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تأثیرگذار بر میزان باروری با تأکید بر نقش تنظیم خانواده در شهر اصفهان»، علوم اجتماعی دانشگاه آزاد شوشتر، ش اول، ص ۱۵۰-۱۰۷.
- [۲۰] گروسی، سعیده؛ گروسی، بهشید؛ حیدری، امیر (۱۳۹۱). «بررسی رابطه نگرش جنسیتی و سبک زندگی در بین زنان شهر کرمان»، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، ش ۳۴ و ۳۵، ص ۱۶۹-۱۴۷.
- [۲۱] گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص در جامعه جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.

- [۲۲] محمودیان، حسین؛ پوررحیم، محمدرضا (۱۳۸۱). «ارزش فرزند از دیدگاه زوجین و رابطه آن با باروری (مطالعه موردی شهرستان بهشهر)»، فصل‌نامه جمعیت، ش ۴۱، ص ۸۹-۱۰۳.
- [۲۳] محمودیان، حسین؛ محمدپور، احمد؛ رضایی، مهدی (۱۳۸۸). «زمینه‌های کم‌فرزندی در استان کردستان (مطالعه موردی شهر سقز)»، نامه انجمن جمعیت‌شناسی، س ۴، ش ۸، ص ۸۵-۱۲۲.
- [۲۴] هادی، صلاح‌الدین (۱۳۹۰). «تعیین‌کننده‌های جمعیتی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر میزان باروری»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- [25] Aghayari-Hir, Ahmadi, Aliyar, Askari-Nadoushan and Mehryar, Amir Houshang. (2006). "Sex Preference in Iran": Verbal Statements vs, Parity Progression Ratios, Emerging Population Issues in the Asia Pacific Region: Challenges For the 21st Century, Mumbai, India.
- [26] Foroutan, Yaghoob. (2014). "Social Changes and Demographic Responses in Iran (1956 -2006)", *British Journal of Middle Eastern Studies*, Vol. 41, Issue 2, pp 219-229.
- [27] Sharma, R. Biedenharn, K. R. Fedor, J. M. & Agarwal, A. (2013). "Life style factors and reproductive health: taking control of your fertility", *Reprod Biol Endocrinol*, 11(66), pp 1-15.
- [28] Malwade, B. A. (2002). "Why Does Education Lead to Lower Fertility?" A Critical Review of Some of the Possibilities. *World Development*, 30 (10), 1779-90.