

## تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر نگرش به فرزندآوری (مورد مطالعه: زوجین در آستانه ازدواج شهر تهران)

<sup>۱</sup> زینب کاوه فیروز

<sup>۲</sup> بیژن زارع

<sup>۳</sup> صادق جهانبخش گنجه

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۱/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۵/۰۶

### چکیده

در پژوهش حاضر تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر نگرش زوجین در آستانه ازدواج شهر تهران درمورد فرزندآوری بررسی می‌شود. در این پژوهش که به روش پیمایش انجام گرفته است، ۴۰۰ زوج در آستانه ازدواج مراجعه‌کننده به مراکز بهداشتی و درمانی شهر تهران با استفاده از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای طبقه‌ای انتخاب و با کمک ابزار پرسشنامه بررسی شدند. متغیرهای مستقل استفاده‌شده برای تبیین نگرش زوجین در آستانه ازدواج درمورد فرزندآوری عبارت‌اند از: اعتماد اجتماعی، حمایت اجتماعی، مشارکت اجتماعی، شبکه روابط اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، مصرف محصولات فرهنگی، سرمایه فرهنگی نهادی و سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته. تحلیل مدل رگرسیونی نشان داد متغیرهای بررسی‌شده حدود ۱۶ درصد از تغییرات نگرش درمورد فرزندآوری را تبیین می‌کنند. همچنین براساس تحلیل مسیر، در بین متغیرهای مورد بررسی مهم‌ترین متغیر اثرگذار بر نگرش درمورد فرزندآوری، متغیر مشارکت اجتماعی با ضریب بتای ۰/۳۲۹ بوده است و بعد از این متغیر، متغیرهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرمایه فرهنگی نهادی و سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته به ترتیب بیشترین سهم را در نگرش زوجین شهر تهران درمورد فرزندآوری دارند. همچنین، متغیر مصرف محصولات فرهنگی به‌عنوان یک متغیر میانی اثرگذار بر متغیر وابسته، بیشترین تأثیرپذیری را از سایر متغیرها داشته است.

**واژه‌های کلیدی:** زوجین در آستانه ازدواج، سرمایه اجتماعی و فرهنگی، شهر تهران، فرزندآوری، نگرش.

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی تهران ایران (نویسنده مسئول)، zkaveh@khu.ac.ir

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی تهران ایران، dr\_bizhanzare@khu.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری سیاستگذاری فرهنگی دانشگاه خوارزمی تهران ایران، s.jahanbakhsh68@gmail.com

## مقدمه

در دهه‌های اخیر، با گسترش فرایندهای مدرنیته و نوگرایی در ایران، بسیاری از جنبه‌های زندگی افراد دچار تغییرات اساسی شده است (اوجاقلو و سرایی، ۱۳۹۳). در جامعه ایران، همچون بسیاری از جوامع در حال توسعه، این مدرنیته نوپا و وارداتی بر تمام ساختارها و نهادهای آن اثر می‌گذارد (جمشیدی‌ها و همکاران، ۱۳۹۲). دگرگونی ساخت جامعه ایران و رواج شهرنشینی و نفوذ تمدن از یک سو و شتاب در پویایی اجتماعی، جغرافیایی و... از سوی دیگر، ویژگی‌های این نهاد را از دیدگاه رفتار و اندیشه تغییر داده است. در نتیجه، خانواده نیز به ناچار پایه‌پای تحولات اجتماعی دچار تحول شده است، به طوری که از این منظر پذیرش شکل‌های جدید هم‌زیستی، خانواده‌های زن و شوهری بدون فرزند یا با فرزندان ازدواج‌نکرده، به جای شکل سنتی خانواده نمود پیدا کرده است (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۹). همچنین، در بسیاری از نقاط جهان نوعی تغییر اساسی در نگرش افراد در مورد ازدواج، فرزندآوری و برخی از الگوهای تاریخی حاکم بر خانواده صورت گرفته است. تغییر در ایستارهای مربوط به زندگی خانوادگی، نقشی تعیین‌کننده در روندهای جمعیت‌شناختی داشته است (حسینی و بگی، ۱۳۹۱). ایران از جمله کشورهای در حال توسعه است که در چند دهه گذشته تحولات جمعیتی زیادی را تجربه کرده است. قبل از سال ۱۳۲۰ رشد جمعیت کشور بسیار کند و ناچیز بود. در فاصله سال‌های ۱۳۲۰-۱۳۲۵ جمعیت کشور رشد متوسطی داشت، اما در دهه ۱۳۲۵-۱۳۴۵ نرخ رشد جمعیت کشور افزایش یافت. دوره ۱۳۴۵-۱۳۵۵ با شروع برخی اقدامات همراه بود که پایه‌گذار موضوع تنظیم خانواده در ایران شد. هرچند تا سال‌های ۱۳۵۰ موفقیت چندانی در زمینه کنترل موالید به دست نیامد، در فاصله سال‌های ۱۳۵۰-۱۳۵۵ با توجه به آمارهای به دست آمده نشانه‌هایی جزئی از کاهش زادوولد و باروری در بسیاری از شهرستان‌ها و مناطق کشور مشاهده شد (سیدمیرزایی، ۱۳۷۷). ایران کاهش سریع باروری را در اواخر دهه ۱۳۶۰ و در طول دهه ۱۳۷۰ تجربه کرده و در سال ۱۳۷۹ به باروری زیر سطح جایگزینی<sup>۱</sup> رسیده است (قدرتی و همکاران، ۱۳۹۰). در نتیجه، ایران از جمله کشورهایی است که در چند دهه اخیر افت شدیدی 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)، به حدود ۱/۸ فرزند در سال ۱۳۹۰ مؤید همین مطلب است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). وضعیت جمعیتی ایران در سال‌های اخیر موجب دغدغه‌هایی در مورد باروری و تولیدمثل شده است و مسئولان مربوطه را در قبال آینده جمعیتی ایران و

آسیب‌های جدی ناشی از پیری جمعیت بسیار نگران کرده است (راسخ و خداپرست، ۱۳۹۳). در نتیجه این تغییر و تحولات، نگرش و گرایش به فرزندآوری نیز به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگی دچار تحول شده است.

امروزه در تحقیقات باروری به شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی توجه زیادی می‌شود که همچون واسطه‌ای عمل می‌کند و افراد از طریق آن‌ها چیزهای زیادی در مورد رفتارهای جمعیتی فرامی‌گیرند. با این حال، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند منشأ منابع ارزشمندی باشند که به کاهش هزینه‌های فرزندان کمک می‌کنند و نوعی سرمایه اجتماعی مرتبط با باروری را ایجاد می‌کنند (قدرتی و همکاران، ۱۳۹۰). براین اساس، سرمایه فرهنگی ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با سرمایه اجتماعی دارد و هر دو یکدیگر را تکمیل می‌کنند. سرمایه فرهنگی مستلزم ارزش‌های فرهنگی، نگرش‌ها و صورتی از فرهنگ گروهی است و سرمایه اجتماعی، ارتباطات یا دسترسی به یک گروه ویژه اجتماعی است (عباسی، ۱۳۹۲). در نتیجه، کاهش گرایش به فرزندآوری نیز مانند تأخیر در سن ازدواج و بسیاری از مسائل دیگر به فهرست مسائل اجتماعی پیوسته است که باید بررسی شود و راه‌حلی برای آن پیدا شود، زیرا با توجه به تغییرات گسترده جمعیتی ناشی از آن، کاهش سطح باروری تأثیر قاطعی بر میزان رشد، ترکیب و ساختار جمعیتی و تعدیل شتاب افزایش تعداد جمعیت می‌گذارد. در نتیجه، توجه به این پدیده برای سیاست‌گذاری‌ها اهمیت شایان توجهی دارد. براین اساس، تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است: تا چه اندازه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگی زوجین ساکن در شهر تهران بر نگرش در مورد فرزندآوری آن‌ها تأثیر دارد؟

### پیشینه پژوهش

قدرتی و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی را با عنوان «سرمایه اجتماعی و باروری زنان در مناطق شهری سبزوار» انجام دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد دو متغیر تحصیلات زنان و عضویت در گروه‌های رسمی به ترتیب مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تعداد فرزندان متولدشده هر زن هستند که در مجموع ۲۰ درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. همچنین، عباسی شوازی و خواجه‌صالحی (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان سنجش تأثیر استقلال، مشارکت اجتماعی و تحصیلات زنان بر تمایل به فرزندآوری انجام داده‌اند. براساس یافته‌های تحقیق آن‌ها، رابطه بین متغیرهای استقلال و تمایل به فرزندآوری با کنترل متغیرهای اقتصادی و اجتماعی (تحصیلات، مشارکت اجتماعی و وضعیت

اشتغال) معنادار نیست. همچنین، طبق نتایج پژوهش از میان متغیرهای مختلف، متغیر تحصیلات زنان و مشارکت اجتماعی زنان نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد، به‌گونه‌ای که با افزایش این دو عامل تمایل به فرزندآوری کاهش می‌یابد. علاوه‌براین، دو متغیر سن زنان و تعداد فرزندان در زمینه متغیر تمایل به فرزندآوری قدرت زیادی در تبیین دارند.

بوهرلر<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) تحقیقی با عنوان «ارزش ساختاری فرزندان و تضمینات آن برای باروری مطلوب در بلغارستان» با استفاده از داده‌های سال ۲۰۰۲ انجام داده است. براساس استدلال وی، باروری پیامدهایی دارد که به تغییرات خواسته یا ناخواسته در شبکه‌های اجتماعی افراد و روابط مبادله‌ای آن‌ها منجر می‌شود. کپتینا رالف<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۰) پژوهشی را با عنوان «باروری پایین در انسان معاصر و ارزش فرزندان خود: آثار جنس خاص بر شاخص موقعیت اجتماعی» با روش پیمایش روی ۳۲۲۹ نفر از جمعیت هلند انجام داده‌اند که نمونه آن‌ها شامل اطلاعاتی درباره سه نسل بی‌درپی بود. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد تعداد کودکان در مقابل موفقیت تولیدمثلی به محیط اجتماعی بستگی دارد. برناردی و کلنر<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و باروری» نشان دادند همه سازوکارهای اجتماعی مانند حمایت اجتماعی، یادگیری اجتماعی و فشار اجتماعی بر باورها و هنجارهای افراد در مورد بچه‌دار شدن، بر درک آن‌ها درباره داشتن فرزند تأثیر می‌گذارد. تأثیر واقعی این سازوکارها بر سرعت باروری و مقدار آن، به ساختار متقابل اجتماعی بستگی دارد.

## نظریات مرتبط با باروری

درکل، 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 به دو دسته کلی تقسیم می‌شود:

۱. نظریه‌های مبتنی بر انتخاب عقلانی و ساختاری: در این نظریه‌ها، رویکردهای اقتصادی بسیار برجسته است. گری بکر<sup>۴</sup> از طریق تحلیل نقش مشارکت نیروی کار زنان یک مدل نظری را برای درک رابطه باروری و اقتصاد بسط داد. در این رویکرد، بر هزینه فرصت زمان مادران تأکید می‌شود. همچنین، در رویکرد یادشده پیش‌بینی می‌شود افزایش دستمزدهای زنان تأثیر منفی بر

1. Buhler  
2. Kaptijn Ralf  
3. Bernardi & Klarner  
4. G.Becher

تقاضا برای کودکان دارد (حسینی، ۱۳۹۲: ۱۲۴). کالدول<sup>۱</sup> 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 پیش شرط معکوس شدن جریان انتقال ثروت می‌داند که به نظر می‌رسد نوسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی مقدم بر آن باشد (همان: ۹۲). براساس مدل استرلین<sup>۲</sup>، کاهش تقاضا برای فرزند در اثر عواملی چون نوگرایی و اثر آن بر تغییر نگرش مردم و کاهش مرگ‌ومیر کودکان و اطفال بوده است. استرلین نشان داد چگونه نوگرایی ابتدا به افزایش و سپس کاهش در باروری منجر می‌شود، به گونه‌ای که نیروهای عرضه، تقاضا و هزینه‌های تنظیم در ترکیب با هم رفتار باروری را شکل می‌دهند (عباسی شوازی، ۱۳۹۲: ۱۶). طرفداران این دیدگاه استدلال می‌کنند که تغییر در ساختارهای اقتصادی یا تغییر در آگاهی و ایده‌ها از اساس از طریق تغییر در نهادهای سیاسی، مذهبی، اقتصادی و اجتماعی صورت می‌گیرد. مک نیکل و گرین هال<sup>۳</sup> معتقدند تغییر و تحول در ساختارهای اقتصادی یا تغییرات آگاهی و ایده‌ها از طریق تغییر نهادهای اقتصادی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی صورت می‌پذیرد. از این رو، در تبیین رفتارهای باروری باید به مجموع عوامل نهادی مؤثر بر شکل‌گیری رفتارهای باروری توجه شود (عباسی شوازی، ۱۳۹۲: ۱۹). در تئوری برابری جنسیتی، 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 (عباسی شوازی، ۱۳۹۲: ۱۳۵).

**۲. نظریه‌های هنجاری فرهنگی:** کللند و ویلسون<sup>۴</sup> 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، عوامل فرهنگی و نه ساختاری نحوه نگرش افراد را به فرزندان و فرزندآوری تغییر می‌دهد. طرفداران این دیدگاه استدلال می‌کنند که کاهش باروری ناشی از اشاعه ایده‌های جدید و آگاهی از تنظیمات باروری است نه تغییر در عوامل اقتصادی

1. Caldwell

2. Esterlin

3. McNicoll and Hall. G

4. McClelland & Wilson

اجتماعی یا نهادهای اجتماعی (عباسی شوازی، ۱۳۸۹: ۱۰). براساس این تئوری، در کشورهایی که باروری کاهش یافته است، ابتدا گروه‌هایی از جمعیت شهری که موافق‌تر، ثروتمندتر و دارای تحصیلات بیشتر هستند ایستارها و اعمال منجر به محدودیت باروری را اقتباس می‌کنند و این موضوع در طول زمان در گروه‌های میانی با منزلت پایین‌تر 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 (همان: ۱۳۵).

### نظریات مرتبط با سرمایه اجتماعی و فرهنگی

بورديو سرمایه اجتماعی را شبکه تقریباً بادوامی از روابط کمابیش نهادینه‌شده توأم با شناخت و تعهدات از جمله اعتماد متقابل می‌داند که به‌عنوان منابعی بالفعل یا بالقوه امکانات لازم را برای تسهیل کنش‌های فردی یا جمعی کنشگران فراهم می‌سازد (مهدوی و ظهیری، ۱۳۹۰). براساس تعریف بورديو، ترکیب سرمایه اجتماعی قابل تفکیک به دو عنصر است: نخست، روابط اجتماعی که به افراد اجازه می‌دهد مدعی دستیابی به منابع متعلق به معاشران خویش شوند و دوم کمیت و کیفیت آن منابع (تاجبخش، ۱۳۸۵: ۳۰۹). در صورت‌بندی بورديو، کل سرمایه اجتماعی یک کنشگر دقیقاً به گستره شبکه ارتباطات وی بستگی دارد (اتکینز، ۲۰۰۵). از نظر بورديو، موقعیت افراد با توجه به دسترسی آن‌ها به سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تعیین می‌شود. عادت‌واره‌ها شبکه‌های اجتماعی ویژه‌ای را فعال می‌کنند که این شبکه‌ها نیز سبب تقویت هنجارها و عضویت‌ها می‌شوند. ایجاد موقعیت‌ها برای برقراری روابط و روش‌های ویژه افراد در کنش‌های متقابل، تجلی سرمایه اجتماعی است و دسترسی به سرمایه اجتماعی برای بیشتر مردم به میزان بیشتر سرمایه اقتصادی و فرهنگی بستگی دارد که آن‌ها را در کسب آگاهی و روابط بیشتر کمک می‌کند (سید دوست، ۱۳۸۶). براین‌اساس، بورديو به خانواده به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی توجه ویژه‌ای دارد. او خانواده را مکان بازتولید اجتماعی می‌داند. میل خانواده‌ها به جاودانه‌کردن موجودیت اجتماعی‌شان به همراه تمامی قدرت‌ها و امتیازات وابسته به آن خانواده در حفظ و تداوم نظم اجتماعی، در بازتولیدها نقش مهمی را ایفا می‌کند. نه تنها بازتولید زیست‌شناختی (تولیدمثل)، بلکه بازتولید اجتماعی - یعنی بازتولید ساختار فضای اجتماعی و روابط اجتماعی - عالی‌ترین نمونه مکان انباشت سرمایه در اجناس مختلف آن و انتقال نسل به نسل آن است. همبستگی خانوادگی هم ابزار و هم انگیزه انتقال محافظت‌شده میراث اقتصادی - فرهنگی به

فرزندان است. بورديو خانواده را مثل ستون خيمه (دولت) می‌داند که هم‌نوآگرایی همچون توافق بر نظامی از اشکال فهم و برساختن جهان، از کارکردهای آن است. بازتولید سرمایه در شکل‌های مختلف آن تا حدود زیادی به بازتولید وحدت خانوادگی وابسته است. این قضیه به‌ویژه در مورد سرمایه نمادین و سرمایه اجتماعی اولیه یعنی همان خانواده صحت دارد (اخترمحققی، ۱۳۸۵: ۵۳-۵۴).

بورديو واضح مفهوم سرمایه فرهنگی نیز محسوب می‌شود (کروبی، ۱۳۸۷). بورديو سرمایه فرهنگی را بعدی از یک منش عادت‌ی گسترده‌تری می‌داند و از این‌رو، بازتابنده محل اجتماعی صاحب آن سرمایه است (اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۲۱). همچنین، بورديو دسترسی به فرهنگ و داشته‌های ارزشمند فرهنگی را همچون یک سرمایه می‌داند که سود و منافع لازم از جمله برخورداری از تحصیلات بالا و نیز امکان بازتولید اجتماعی را فراهم می‌آورد. بورديو با طرح ایده سرمایه‌های مختلف به ما امکان می‌دهد که به‌جای شکل هرمی از نابرابری‌های اجتماعی، عرصه اجتماعی را فضایی چندبعدی ببینیم؛ فضایی که تفاوت‌ها بر آن حاکم است (شویره، ۱۳۸۵: ۱۳۲). به نظر وی، سرمایه فرهنگی درون یک فضای اجتماعی پخش شده است و سپس از طریق میراث انتقال می‌یابد و در نهایت به‌صورت فرهنگ سرمایه‌گذاری می‌شود (میرزایی، ۱۳۹۰). بورديو می‌خواست نشان دهد طبقات اجتماعی از طریق ایجاد سرمایه فرهنگی در کودکان، خود را بازتولید می‌کنند. از همین مسیر فرضیه مهم سرمایه فرهنگی و بازتولید طبقاتی خلق می‌شود (باینگانی و کاظمی، ۱۳۸۹). بورديو منشأ و خاستگاه سرمایه فرهنگی را در خانواده جست‌وجو می‌کند. به اعتقاد او، هر خانواده اغلب به‌صورت غیرمستقیم، به کودکان خود یک سرمایه فرهنگی معین و خلق‌و‌خوی ویژه‌ای را انتقال می‌دهد (عباسی، ۱۳۹۲). در نتیجه، از نظر وی خانواده‌ها نوعی میل به جاودانه‌کردن موجودیت اجتماعی خود به همراه تمام قدرت‌ها و امتیازات وابسته به آن دارند که ریشه راهبردهای بازتولید است؛ برای مثال، راهبردهای باروری و زایمان، راهبردهای مربوط به ازدواج، راهبردهای وراثت و جانشینی، راهبردهای اقتصادی و به‌ویژه راهبردهای تربیتی و پرورش. خانواده‌ها به تناسب اینکه سرمایه فرهنگی بیشتر داشته باشند و وزن نسبی سرمایه فرهنگی آن‌ها در قیاس با سرمایه اقتصادی آن‌ها بزرگ‌تر باشد، سرمایه‌گذاری بیشتری در زمینه آموزش و پرورش فرزندان خود انجام می‌دهند (بورديو، ۱۳۸۱: ۵۳-۵۵). براین اساس، بورديو سرمایه فرهنگی را به سه بعد تقسیم می‌کند:

**سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته:** سرمایه تجسم‌یافته نوعی ثروت بیرونی است که به بخش جدایی‌ناپذیر فرد تبدیل شده است. این همان بخشی است که بورديو آن را ابعاد سرمایه فرهنگی

همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از طریق هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این نوع سرمایه به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد؛ یعنی شامل تمایلات و گرایش‌های روانی فرد درباره استفاده از کالاهای فرهنگی می‌شود (شارع پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱). این سرمایه در فرد عجین می‌شود و نوعی از رفتار فرد می‌شود؛ بنابراین، به‌طور آنی انتقال نمی‌یابد (ابراهیمی و ضیاپور، ۱۳۹۱).

**سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته:** یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین شکل‌های سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که ممکن است تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی باشد. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته در اشیای مادی، رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن و درکل در ماهیت آن قابل انتقال است. در نتیجه، کالاهای فرهنگی را می‌توان هم به صورت مادی تخصیص داد که به سرمایه اقتصادی منجر می‌شود و هم به صورت نمادی تخصیص داد که به سرمایه فرهنگی منجر می‌شود (فخرایی و کریمیان، ۱۳۸۸). این سرمایه شامل اموری مانند محصولات فرهنگی (مانند کتاب، اثر نقاشی و...) و فعالیت‌هایی نظیر حضور در کنسرت موسیقی، بازدید از موزه‌ها و جشنواره‌ها، تماشای مسابقات ورزشی، حضور در نهادهای آموزشی مناسب و کسب مدرک تحصیلی است (ادریسی و همکاران، ۱۳۹۱).

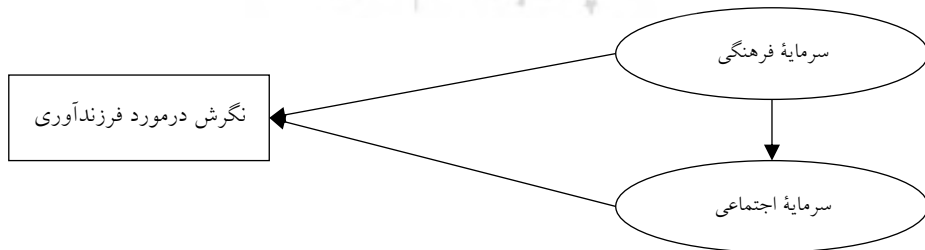
**سرمایه فرهنگی نهادی و ضابطه‌ای:** این شکل از سرمایه به مدد ضوابط اجتماعی و فراهم آوردن عناوین معتبر، برای افراد کسب موقعیت می‌کند؛ مانند مدرک تحصیلی و تصدیق حرفه‌ای کار. این سرمایه قابل واگذاری نیست و به‌دست آوردن آن به شرایط معینی بستگی دارد (بورديو، ۱۹۸۶: ۴۷). از ویژگی‌های بارز سرمایه یادشده این است که مانند پلی میان اقتصاد و فرهنگ عمل می‌کند و می‌تواند سرمایه فرهنگی را از طریق کاربرد آن به روش‌های معقول و رسمی، به نوعی سرمایه اقتصادی تبدیل کند. سرمایه فرهنگی نهادی با قوانین و مقررات نهادینه‌شده حاصل می‌شود و برای دارنده آن پایگاه اجتماعی ایجاد می‌کند. این سرمایه به کمک ضوابط اجتماعی و به‌دست آوردن عنوان‌هایی مانند مدارک تحصیلی، تصدیق حرفه و کار، برای افراد موقعیت ایجاد می‌کند. همچنین، این سرمایه قابل واگذاری و انتقال نیست و به‌دست آوردن آن برای افراد به شرایط معینی بستگی دارد (نیازی و کارکنان، ۱۳۸۶).

### چارچوب نظری تحقیق

در این پژوهش، نظریه سرمایه اجتماعی و فرهنگی بورديو برای هدایت این پژوهش انتخاب و سایر



مراحل پژوهش براساس این رویکردها پی گرفته شد. براساس مطالب نظری، سرمایه اجتماعی و فرهنگی حاصل روابط و داشته‌های افراد در روابط اجتماعی بین افراد جامعه است و این سرمایه‌ها ممکن است موجب پیوند و حتی تمایز افراد جامعه شوند. در نتیجه، براساس اظهارات نظریه‌پردازان این نوع سرمایه‌ها، سرمایه‌های یادشده همیشه برای جامعه کارکرد مطلوبی ندارند، بلکه در مواردی کارکردهای نامطلوبی در سطح جامعه دارند. براین اساس، اگر سرمایه اجتماعی در یک جامعه تضعیف شود، افراد نسبت به یکدیگر بی‌اعتماد می‌شوند و تعهد و همبستگی آن‌ها به جامعه کم می‌شود. شایان ذکر است سرمایه اجتماعی در مدل تحلیلی این تحقیق تحت تأثیر سرمایه فرهنگی است. به این ترتیب، براساس نظریه بوردیو استنباط می‌شود افرادی که سرمایه فرهنگی بالاتری دارند، روابط بیشتری با دیگران دارند که این روابط نوعی سرمایه اجتماعی است؛ برای مثال، افراد دارای سرمایه فرهنگی بالا، با توجه به اینکه در میدان‌های بیشتری قرار می‌گیرند، پیوند اجتماعی بیشتری با دیگران دارند و این پیوندهای اجتماعی خاستگاه سرمایه‌های اجتماعی است. همچنین، با توجه به اینکه سرمایه فرهنگی موجب پرستیژ برای افراد می‌شود، اعتماد به نفس افراد افزایش می‌یابد و آن‌ها به مشارکت در جامعه وادار می‌شوند و به نوعی این سرمایه محرک ایجاد سرمایه‌های اجتماعی برای این افراد است. در نتیجه، نگاه یک فرد به فرزندآوری متأثر از سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی در اختیار وی است. به علاوه، هرگونه تغییر در خانواده و نگرش‌های افراد در مورد فرزندآوری تأثیر مهمی بر همه ابعاد نظام اجتماعی می‌گذارد. براین اساس، سرمایه‌های در دسترس افراد مؤلفه‌های مهم و اساسی در نگرش افراد در زمینه فرزندآوری است.



نمودار ۱. مدل نظری تحقیق

## روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش براساس هدف تحقیق کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی است. همچنین، این پژوهش از لحاظ میزان ژرفایی، پهنانگر است و با در نظر گرفتن معیار

زمان، مقطعی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمام زوج‌های در آستانه ازدواج مراجعه‌کننده به مراکز بهداشتی و درمانی شهر تهران در یک سال گذشته به تعداد ۳۵۵۰۰ زوج می‌شود که با استفاده از فرمول کوکران ۴۰۰ زوج در آستانه ازدواج در شهر تهران برای نمونه در نظر گرفته شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد و پرسشنامه بعد از پیش‌آزمون و انجام دادن اصلاحات در آن در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. برای تعیین واحدهای نمونه از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای طبقه‌ای استفاده شده است. در مرحله اول، مراکز بهداشتی در زمینه مشاوره ازدواج شناسایی شدند و در مرحله دوم با توجه به سطح توسعه‌یافتگی مناطق با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده چهار منطقه برای نمونه انتخاب شدند (جدول ۱). در مرحله سوم سعی شد با توجه به تقسیم‌بندی پنج‌گانه شهر تهران مانند مناطق بالای بالا، بالا، متوسط، پایین و پایین پایین از هر منطقه یک مرکز<sup>۱</sup> برای نمونه تحقیق در نظر گرفته شود که از منطقه بالا منطقه ۶، از منطقه متوسط منطقه ۱۱، از منطقه پایین منطقه ۱۷ و از منطقه پایین پایین منطقه ۱۹ انتخاب شد. در نهایت، برای بررسی اعتبار وسیله اندازه‌گیری، اعتبار محتوایی مدنظر بوده و برای بررسی پایایی گویه‌ها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که میزان پایایی برای همه متغیرها بالای ۰/۷ بوده است.

جدول ۱. تقسیم‌بندی مناطق شهر تهران براساس شاخص‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی و شماره منطقه انتخابی در نمونه

شماره مناطق	مناطق انتخاب شده
۱-۳	بالای بالا
۲-۶-۷-۲۲	بالا
۴-۵-۸-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴	متوسط
۹-۱۰-۱۵-۱۶-۱۷-۲۰-۲۱	پایین
۱۸-۱۹	پایین پایین

\* نبود مرکز بهداشت برای انجام دادن کارهای مشاوره ازدواج.

## تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

سرمایه اجتماعی<sup>۲</sup>: در تحقیق حاضر، به دلیل اینکه هدف بررسی، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است. چهار بعد اعتماد، مشارکت، حمایت اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی سنجیده شدند.

۱. مراکز بهداشتی انتخاب شده عبارت‌اند از: مرکز بهداشتی شهید هاشمی‌نژاد، مرکز بهداشتی فرمان فرمایان، مرکز بهداشتی شهید آیت و مرکز بهداشتی فاضل.

**اعتماد اجتماعی:** اعتماد اجتماعی سطوح بالاتری از پذیرش کارهای داوطلبانه را ترویج می‌کند و هزینه مبادلات را کاهش می‌دهد و بدین طریق همکاری را روان می‌سازد (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۸۹). اعتماد اجتماعی در سه بعد مجزا سنجیده شده است:

**اعتماد بین شخصی:**<sup>۱</sup> اعتماد بین شخصی به معنی اعتماد و اطمینان به افراد آشنا و افراد دارای ارتباط با آنان است (امیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۴). برای سنجش اعتماد بین شخصی این پرسش برای پاسخگویان مطرح شد: تا چه اندازه پدر، مادر، خواهر، برادر، همسایه‌ها، اقوام، همکاران و دوستان برای شما قابل اعتمادند؟ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع شد و در نهایت نمره به دست آمده میزان اعتماد بین شخصی زوجین در نظر گرفته شد.

**اعتماد نهادی:** شکلی از اعتماد تعمیم یافته است که میزان تمایل به اعتماد به حسن نیت و حسن انجام دادن کار (عملکرد) خرده نظام‌های مختلف جامعه را اندازه می‌گیرد (امیرکافی و زارع، ۱۳۹۱)؛ بنابراین، حالت انتزاعی اعتماد به نهادها و سازمان‌هایی مانند مدرسه، ارتش، دانشگاه، دادگاه، نیروی انتظامی و... است (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۸۹). به منظور سنجش اعتماد نهادی این پرسش برای پاسخگویان مطرح شد: تا چه اندازه به ارگان‌ها و ادارات یادشده در پرسشنامه (۱۵ نهاد) اعتماد دارید؟ نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع شد و در نهایت نمره به دست آمده میزان اعتماد نهادی زوجین در نظر گرفته شد.

**اعتماد بنیادی (عام):** این نوع اعتماد با توجه به میزان اعتماد و اطمینان فرد به افرادی که الزاماً با آنان ارتباط رودررو ندارد و همچنین آشنایی کامل درباره آنان ندارد، سنجیده می‌شود. در تحقیق حاضر، اعتماد اجتماعی به سه شکل اعتماد بین شخصی، اعتماد بنیادی و اعتماد نهادی مدنظر بوده است که برای عملیاتی کردن آن از طیف لیکرت استفاده شده است. برای سنجش اعتماد بنیادی<sup>۲</sup> ۹ گویه در قالب طیف لیکرت پرسیده شد. نمرات پاسخگویان در هر مورد جمع شد و در نهایت نمره به دست آمده میزان اعتماد بنیادی زوجین در نظر گرفته شد.

**مشارکت اجتماعی:** مشارکت اجتماعی به آن دسته از فعالیت‌های ارادی دلالت دارد که از

## 1. Interpersonal Trust

۲. گویه‌های سنجش اعتماد بنیادی عبارت‌اند از: ۱. نمی‌توان به راحتی با غریبه‌ها درد و دل کرد و راز خود را گفت، ۲. امروزه می‌توان بدون نگرانی و اعتماد به فروشندگان یک کالا و جنس خوب خرید، ۳. معتمد امروزه می‌توان به همه اعتماد کرد، ۴. اگر قرار باشد با کسی شریک یا همکار شوم بهتر است آن فرد همشهری یا هم‌قوم من باشد تا غریبه، ۵. به برخی از افراد آشنا به هیچ وجه نمی‌توان اعتماد کرد، ۶. علاقه مندم در زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی با افراد غریبه همکاری کنم، ۷. در جامعه ما هرکس به دنبال کار خودش است تا کمک به دیگران، ۸. اگر قرار است وصلتی صورت بگیرد بهتر است این وصلت با یک فرد آشنا باشد تا یک غریبه، ۹. اگر وسایلم را جا بگذارم اطمینان دارم در صورت مراجعه آن را به من پس می‌دهد.

طریق آن‌ها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا شرکت می‌کنند و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل‌دادن به حیات اجتماعی مشارکت دارند. این مشارکت در نهادهای مشارکتی چون انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمان‌های محلی و غیردولتی نمود می‌یابد (نبی‌زاده، ۱۳۹۳). در این تحقیق، مشارکت اجتماعی در دو سطح سنجش شده است: ۱. بعد غیررسمی مشارکت همان مشارکت در گروه‌ها و انجمن‌هایی است که غیردولتی است و جنبه خودجوش دارد و سازمان‌دهی آن‌ها مردمی و غیررسمی است، ۲. بعد رسمی آن نیز مشارکت فعال در انجمن‌های خیریه‌ای، ورزشی، بسیج و... است. به منظور عملیاتی‌کردن مشارکت اجتماعی از پاسخگویان خواسته شد میزان مشارکت خود را با گویه‌های در قالب طیف لیکرت در پرسشنامه مشخص کنند. به منظور سنجش بعد رسمی مشارکت اجتماعی این پرسش برای پاسخگویان مطرح شد: در صورت همکاری با انجمن‌های یادشده در پرسشنامه، میزان همکاری شما تا چه اندازه است؟<sup>۱</sup> درنهایت، نمرات پاسخگویان در هر دو بعد جمع شد و نمره به دست آمده میزان مشارکت اجتماعی زوجین در نظر گرفته شد.

**حمایت اجتماعی:** حمایت اجتماعی حمایتی تعریف می‌شود که فرد از خانواده، دوستان، سازمان‌ها و سایر افراد دریافت می‌کند (تمنائی‌فر و منصوری نیک، ۱۳۹۲). در این تحقیق نیز حمایت اجتماعی به سه سطح عاطفی، ابزاری و مالی تقسیم شده است. حمایت عاطفی بر روابط همدلانه با اعضای شبکه اجتماعی تأکید می‌کند و شامل روابط کلامی و مراقبتی مثل گوش‌دادن، همدلی‌کردن، ایجاد آسایش و راحتی می‌شود. این نوع حمایت به افراد اجازه می‌دهد تا احساسات خود را بیان کنند و از این طریق تنش بین آن‌ها کاهش می‌یابد و روابط آن‌ها بهبود می‌یابد (حیدری، ۱۳۸۸). برای عملیاتی‌کردن این شاخص از زوجین خواسته شده است میزان حمایت مالی، عاطفی و ابزاری خود را طبق یک طیف لیکرت در مورد همسر، خواهر، برادر، پدر، مادر، همکاران، همسایگان، خویشاوندان و دوستان مشخص کنند. درنهایت، نمرات پاسخگویان در هر دو بعد جمع شد و نمره به دست آمده میزان حمایت اجتماعی زوجین در نظر گرفته شد.

**شبکه‌های اجتماعی:** شبکه‌های اجتماعی فضاهایی در دنیای مجازی هستند که برای ارتباط میان افراد مختلف، با سطوح گوناگون دسترسی به وجود آمده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی و تبادل اطلاعات و نظریات شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند (نقیب‌السادات و قصابی، ۱۳۹۱). در این پژوهش منظور از شبکه‌ها،

۱. گزینه اصلاً در پرسشنامه به این معنی است که پاسخگو در انجمن خاصی عضو نبوده است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی است و شبکه روابط اجتماعی در دنیای واقعی مانند رابطه با خانواده، دوستان و... است. برای عملیاتی کردن بعد شبکه روابط اجتماعی از زوجین خواسته شده است که میزان رفت و آمد خود را با افراد مختلف از جمله پدر، مادر، همسایه‌ها و... در یک طیف لیکرت مشخص کنند و برای عملیاتی کردن بعد مجازی آن نیز عضویت و میزان استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی مدنظر بوده است که در یک طیف لیکرتی مشخص کنند. در نهایت، نمرات پاسخگویان جمع شد و در نهایت نمره به دست آمده میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی زوجین در نظر گرفته شد.

**سرمایه فرهنگی<sup>۱</sup>:** سرمایه فرهنگی در مهارت‌ها و دانش کسب شده در افراد شکل می‌گیرد (خواجهنوری و مقدس، ۱۳۸۷). بورديو سرمایه فرهنگی را قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد می‌داند که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند (موحد و همکاران، ۱۳۹۱). سرمایه فرهنگی براساس تقسیم‌بندی بورديو به سه بعد تقسیم شده است:

**سرمایه فرهنگی تجسم یافته<sup>۲</sup>:** این سرمایه به واسطه تلاش، تجربه و استعداد فرد حاصل می‌شود و با مرگ دارنده آن از بین می‌رود و نمی‌توان آن را به دیگران انتقال داد. برای عملیاتی کردن بعد تجسم یافته، علاقه فرد برای یادگیری مهارت‌ها در یک طیف لیکرت مشخص شد. در نهایت، نمرات پاسخگویان میزان سرمایه فرهنگی تجسم یافته آنان را نشان داد.

**سرمایه فرهنگی عینیت یافته<sup>۳</sup>:** این سرمایه عبارت است از مجموعه میراث‌های فرهنگی مانند آثار هنری، فناوری ماشینی و قوانین علمی که به صورت کتب و اشیا در تملک اختصاصی افراد و خانواده‌هاست.

**سرمایه فرهنگی نهادی:** برای عملیاتی کردن بعد نهادی آن، داشتن مدارک رسمی مدنظر بوده است که از پاسخگویان خواسته شد در یک طیف دوگزینه‌ای (۱. بله ۲. خیر) مشخص کنند مدارکی دارند یا خیر. در نهایت، نمره به دست آمده میزان استفاده از محصولات فرهنگی در نظر گرفته شده است.

**نگرش به فرزندآوری:** نگرش‌ها به افراد در پذیرش دیدگاه مشخصی از جهانی که در آن قرار گرفته‌اند، کمک می‌کند و فرد، گروه و جامعه می‌دانند کجا هستند و چه می‌کنند (صنایعی و شافعی،

۱. در این پژوهش، سرمایه فرهنگی براساس نظریه بورديو و در سه بعد عملیاتی شده است.

۱۳۹۱). نگرش افراد یک جامعه به مسائل اجتماعی به منزله تعیین کننده نیت عمل افراد در برخورد با مسائل اجتماعی است. برای عملیاتی کردن نگرش زوجین<sup>۱</sup> (مرد و زن) در مورد فرزندآوری از آنها خواسته شد میزان موافقت یا مخالفت خود را با ۲۱ گویه<sup>۲</sup> در یک طیف لیکرتی پنج درجه‌ای مشخص کنند. در نهایت، نمرات پاسخگویان با هم جمع شد و نمره به دست آمده، نگرش زوجین (یعنی هر دو زوج که در آستانه ازدواج بوده‌اند) در مورد فرزندآوری در نظر گرفته شد.

## یافته‌ها

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات و وضع فعالیت

ویژگی	مرد		زن	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
ابتدایی	۴	۱/۰	۱	۰/۲
راهنمایی	۱۳	۳/۳	۱۳	۳/۲
میزان متوسطه و دیپلم	۱۳۵	۳۴/۴	۱۱۰	۲۷/۹
تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس	۱۷۷	۴۵/۱	۲۰۶	۵۲/۲
فوق لیسانس و بالاتر	۶۱	۱۵/۵	۶۵	۱۶/۵
حوزوی	۳	۰/۷	۰	۰
وضع شغل	۲۸۰	۷۰/۴	۱۶۵	۴۲/۳
فعالیت* غیر شاغل	۱۱۸	۲۹/۶	۲۲۵	۵۷/۷

\* وضع فعالیت هریک از زوجین به صورت جداگانه در پرسشنامه پرسیده شد. وضع فعالیت هر دو گروه در جدول ۲ وجود دارد. همچنین، دو نفر از مردان و ده نفر از زنان وضع فعالیت خود را ذکر نکردند.

- در این پژوهش، نگرش زوجین حاصل جمع نگرش هر دو زوج (یعنی مردان و زنان) است.
- گویه‌های سنجش نگرش به فرزندآوری عبارت‌اند از: ۱. داشتن فرزند به پایداری و قوام خانواده کمک می‌کند، ۲. داشتن فرزند بیشتر موجب می‌شود والدین هیچ‌گونه اوقات فراغتی نداشته باشند، ۳. داشتن فرزند مانع مشارکت زنان در کارهای بیرون از خانه می‌شود، ۴. معتقدم هر زوجی باید بیش از دو فرزند داشته باشند، ۵. هدف از ازدواج، فرزندآوری نیست، ۶. بدون فرزند زندگی بی‌معنا می‌شود، ۷. فرزندآوری موجب می‌شود زن زیبایی جسمی خود را از دست بدهد، ۸. ترجیح می‌دهم کار کنم و به اهدافم بیندیشم تا اینکه وقتم را صرف بارداری و بزرگ کردن بچه کنم، ۹. برخی اعتقاد دارند اختیار زاد و ولد دست ما نیست، ۱۰. با داشتن فرزند زیاد آدم احساس می‌کند بعد از مرگش زنده است، ۱۱. برخی بر این باورند که «هر آن کس که دندان دهد نان دهد»، ۱۲. کیفیت زندگی فرزندان و پیشرفت آنها مهم است نه تعداد آنها، ۱۳. داشتن فرزند کمتر موجب می‌شود والدین بیشتر احساس آرامش داشته باشند، ۱۴. برخی خانواده‌ها معتقدند «فرزند عصای دست پیری است»، ۱۵. برایم مهم نیست که بعد از ازدواج حتماً فرزند داشته باشم، ۱۶. داشتن فرزند زیاد موجب می‌شود نام من در بین آیندگان باشد، ۱۷. داشتن فرزند سبب می‌شود فضای خانه شادتر و گرم‌تر باشد، ۱۸. داشتن فرزند موجب می‌شود نتوان از زندگی لذت برد، ۱۹. معتقدم برای جلوگیری کردن از حرف مردم باید بچه‌دار شویم، ۲۰. معتقدم زنانی که شاغل هستند نباید وقت خود را صرف بارداری و فرزندآوری کند، ۲۱. معتقدم وقتی شرایط مناسب نیست، نباید بچه‌دار شد.

طبق نتایج جدول ۲، در نمونه مورد مطالعه در زمینه تحصیلات مردان، ۰/۱ درصد تحصیلات ابتدایی، ۳/۳ درصد تحصیلات راهنمایی، ۳۴/۴ درصد تحصیلات متوسطه و دیپلم، ۴۵/۱ درصد تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس، ۱۵/۵ درصد تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر و ۰/۷ درصد تحصیلات حوزوی داشتند. همچنین در زمینه تحصیلات زنان، ۰/۲ درصد تحصیلات ابتدایی، ۳/۲ درصد تحصیلات راهنمایی، ۲۷/۹ درصد تحصیلات متوسطه و دیپلم، ۵۲/۲ درصد تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس و ۱۶/۵ درصد تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر داشتند. از نظر وضعیت فعالیت، ۷۰/۴ درصد مردان مورد بررسی شاغل و ۲۹/۶ درصد آن‌ها غیرشاغل و ۴۲/۳ درصد زنان شاغل و ۵۷/۷ درصد آن‌ها نیز غیرشاغل بوده‌اند. همچنین، تقریباً نیمی از پاسخگویان مرد (۴۵/۱ درصد) تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس و بیش از نیمی از پاسخگویان زن (۵۲/۲ درصد) تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس داشته‌اند. همان‌طورکه ملاحظه می‌شود، از بین مردان پاسخگو ۷۰/۴ درصد شاغل و از بین زنان تحقیق نیز ۴۲/۳ درصد شاغل بوده‌اند.

جدول ۳. توزیع نمونه تحقیق براساس سطوح سرمایه اجتماعی و فرهنگی و نگرش به فرزندآوری

متغیر	تعداد	درصد
سرمایه اجتماعی	بالا	۶۵
	متوسط	۲۸۸
	پایین	۴۵
سرمایه فرهنگی	بالا	۶۷
	متوسط	۲۷۷
	پایین	۵۶
نگرش به فرزندآوری	قوی	۱۳۰
	متوسط	۱۸۵
	ضعیف	۸۵

براساس نتایج جدول ۳، ۱۶/۲ درصد زوجین سرمایه اجتماعی در سطح بالا، ۷۲ درصد آن‌ها سرمایه اجتماعی متوسط و ۱۱/۸ درصد آن‌ها سرمایه اجتماعی پایینی داشته‌اند. همچنین، نتایج این جدول نشان می‌دهد ۱۶/۸ درصد زوجین سرمایه فرهنگی در سطح بالا، ۶۹/۲ درصد آن‌ها سرمایه فرهنگی متوسط و ۱۴ درصد آن‌ها سرمایه فرهنگی پایینی داشته‌اند. به علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهد ۳۲/۵ درصد زوجین نگرش ضعیف به فرزندآوری دارند، ۴۶/۲ درصد زوجین نگرش متوسط و ۲۱/۳ درصد آن‌ها نیز نگرش قوی (یعنی داشتن تعداد فرزندان زیاد) به فرزندآوری دارند.

در این بررسی، ۸ متغیر مستقل به‌منزله متغیرهای اثرگذار بر نگرش زوجین نسبت به فرزندآوری در نظر گرفته شد که عبارت‌اند از: اعتماد اجتماعی، حمایت اجتماعی، شبکه روابط اجتماعی، مشارکت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، مصرف محصولات فرهنگی، سرمایه فرهنگی نهادی و سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته. جدول ۳ با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین متغیرهای مستقل را با متغیر وابسته (نگرش نسبت به فرزندآوری) نشان می‌دهد. با استناد به نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها که در جدول ۴ منعکس شده است، رابطه آماری مثبت و معناداری بین متغیرهای مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و حمایت اجتماعی وجود دارد؛ یعنی با افزایش این متغیرها، نگرش زوجین به فرزندآوری سنتی‌تر می‌شود، درحالی‌که بین متغیرهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرمایه فرهنگی نهادی و سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته رابطه منفی و معناداری با نگرش زوجین به فرزندآوری وجود دارد به این معنا که با افزایش این متغیرها نگرش زوجین به فرزندآوری ضعیف‌تر می‌شود. همچنین، نتایج جدول ۴ نشان داد شبکه روابط اجتماعی و مصرف محصولات فرهنگی ارتباط معناداری با متغیر وابسته نگرش به فرزندآوری ندارند.

جدول ۴. نتایج آزمون پیرسون درمورد رابطه میان نگرش زوجین به فرزندآوری و متغیرهای مستقل تحقیق

فرضیات	تعداد مشاهدات	کمیت پیرسون	سطح معنی‌داری
نگرش زوجین و مشارکت اجتماعی	۴۰۰	۰/۲۹۸	۰/۰۰۰
نگرش زوجین و اعتماد اجتماعی	۴۰۰	۰/۱۳۰	۰/۰۰۹
نگرش زوجین و حمایت اجتماعی	۴۰۰	۰/۱۴۷	۰/۰۰۳
نگرش زوجین و شبکه روابط اجتماعی	۴۰۰	۰/۰۴۰	۰/۴۲۳
نگرش زوجین و شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴۰۰	-۰/۱۸۴	۰/۰۰۰
نگرش زوجین و مصرف محصولات فرهنگی	۴۰۰	۰/۰۳۰	۰/۵۴۸
نگرش زوجین و سرمایه فرهنگی نهادی	۴۰۰	-۰/۱۳۶	۰/۰۰۶
نگرش زوجین و سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته	۴۰۰	-۰/۱۰۷	۰/۰۳۲

جدول ۵. ضریب تعیین رگرسیون چندمتغیره

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح‌شده	اشتباه استاندارد
۰/۳۹۳	۰/۱۵۵	۰/۱۴	۷/۱۴۴۵۷



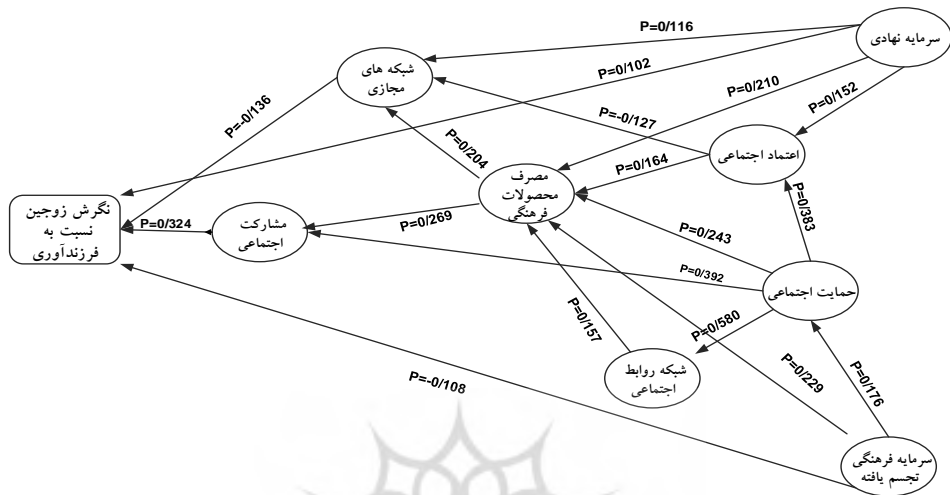
همان‌طور که نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد، R یا ضریب همبستگی چندگانه (۰/۳۹۳) بدین معناست که متغیرهای مستقل داخل معادله به‌طور هم‌زمان ۰/۳۹ با متغیر نگرش زوجین به فرزندآوری (متغیر وابسته) ارتباط دارند.  $R^2$  یا ضریب تعیین به‌دست‌آمده نشان می‌دهد ۱۵/۵ درصد از واریانس متغیر نگرش به فرزندآوری از طریق متغیرهای مستقل موجود در معادله تبیین می‌شود و حدود ۸۴/۵ درصد باقیمانده را متغیرهای دیگری تبیین می‌کنند که خارج از این بررسی قرار دارند. جدول ۵ به‌منظور تعیین مقدار تأثیر و معناداری تی برای متغیرهای داخل مدل ارائه شده است.

جدول ۶. متغیرهای واردشده در معادله رگرسیون

متغیرها	بتا	خطای استاندارد	ضریب بتا	مقدار تی	سطح معناداری
مقدار ثابت	۴۵/۱۴۵	۳/۶۰۲	-	۱۲/۵۲۳	۰/۰۰۰
مشارکت اجتماعی	-۰/۰۹۵	۰/۰۷۱	۰/۳۲۴	۵/۷۰۱	۰/۰۰۰
شبکه اجتماعی مجازی	۰/۱۵۶	۰/۰۳۴	-۰/۱۳۶	۵/۷۰۱	۰/۰۰۵
سرمایه فرهنگی نهادی	۰/۱۶۱	۰/۰۷۷	-۰/۱۰۲	۲/۰۹۳	۰/۰۳۷
سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته	-۰/۱۳۱	۰/۰۶۵	-۰/۱۰۸	-۲/۰۰۹	۰/۰۴۵

نتایج منعکس‌شده در جدول ۶ نشان می‌دهد از بین ۸ متغیر بررسی‌شده که هم‌زمان وارد معادله رگرسیونی شدند، چهار متغیر با نگرش به فرزندآوری رابطه معنادار داشتند و متغیرهایی که با متغیر وابسته رابطه معنادار نداشتند، از مدل حذف شدند. در بین متغیرهای واردشده در معادله که با متغیر نگرش به فرزندآوری رابطه معنادار داشته‌اند، متغیر مشارکت اجتماعی با ضریب بتای ۰/۳۲۴ بیشترین سهم را در نگرش زوجین به فرزندآوری داشته است و متغیرهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و سرمایه فرهنگی نهادی به‌ترتیب با ضرایب بتای ۰/۱۳۶، -۰/۱۰۸ و -۰/۱۰۲ در نگرش به فرزندآوری زوجین نمونه تحقیق تعیین‌کننده بوده‌اند. نمودار ۲ تحلیل مسیر آثار مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در مدل تحلیل مسیر (نمودار ۲) و نتایج تحلیل رگرسیون (جدول ۷) مشاهده می‌شود، متغیرهای مشارکت اجتماعی، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی نهادی بر نگرش به فرزندآوری تأثیر مستقیم دارند. شایان ذکر است در بین متغیرهای واردشده در مدل تحلیل مسیر، متغیر اعتماد اجتماعی با تأثیر بتای ۰/۱۸۳ بیشترین تأثیر غیرمستقیم را بر نگرش به فرزندآوری دارد.



نمودار ۲. تحلیل مسیر آثار مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر نگرش به فرزندآوری

جدول ۷. تأثیر مستقیم و غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (نگرش نسبت به فرزندآوری)

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
مشارکت اجتماعی	۰/۳۲۴	-	۰/۳۲۴
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	-۰/۱۰۸	۰/۰۴۲	-۰/۰۱۵
سرمایه فرهنگی نهادی	-۰/۱۰۲	۰/۰۰۰۸	-۰/۱۰۱
شبکه های اجتماعی مجازی	-۰/۱۳۶	-	-۰/۱۳۶
شبکه روابط اجتماعی	-	۰/۰۱۰	۰/۰۱۰
مصرف محصولات فرهنگی	-	۰/۰۶۰	۰/۰۶۰
اعتماد اجتماعی	-	۰/۱۸۳	۰/۱۸۳
حمایت اجتماعی	-	۰/۰۲۰	۰/۰۲۰

هرچند متغیر شبکه روابط اجتماعی، مصرف محصولات فرهنگی، اعتماد اجتماعی و حمایت اجتماعی بر نگرش به فرزندآوری اثر مستقیم ندارند، این متغیرها به ترتیب با ضرایب بتای ۰/۰۱۰، ۰/۰۶۰، ۰/۱۸۳ و ۰/۰۲۰ بر نگرش به فرزندآوری از طریق متغیرهای دیگر اثر می گذارند.

با در نظر گرفتن مجموع آثار (اثر کل) هر متغیر اعم از اثر مستقیم و غیرمستقیم می توان گفت متغیر مشارکت اجتماعی با اثر کل ۰/۳۲۴ بیشترین تأثیر را بر نگرش به فرزندآوری دارد، در حالی که متغیر شبکه روابط اجتماعی با ضریب بتای ۰/۰۱۰ کمترین تأثیر را دارد؛ به عبارت دیگر،

متغیر مشارکت اجتماعی بیشترین سهم و متغیر شبکه روابط اجتماعی کمترین سهم را در تبیین متغیر نگرش به فرزندآوری داشته‌اند.

همچنین، در بین متغیرهای اثرگذار بر متغیر وابسته، متغیرهای مصرف محصولات فرهنگی و شبکه‌های مجازی در بین متغیرهای میانی بیشترین تأثیر را از متغیرهای دیگر پذیرفته‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، جامعه 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. در بیشتر تفاسیر رایج درباره میزان باروری، بر نوعی ارتباط قوی میان عناصر خانواده و الگوهای باروری تأکید شده است. همچنین، تفاوت ایده‌آل‌ها و رفتارهای باروری در ارتباط با تفاوت ویژگی‌های ساختاری خانواده تحلیل شده و در تبیین تحولات باروری بر نقش کلیدی تغییرات خانواده تأکید شده است. به علاوه، رواج سبک‌های زندگی متفاوت در بین افراد و نگاه لذت‌گرایانه آن‌ها به ازدواج و فرزندآوری، گرایش به فرزندآوری در بین آن‌ها را کاهش داده است. براین اساس، با توجه به صنعتی‌شدن جامعه و حتی مدرنیزاسیون و هزینه‌های بالای فرزندآوری، نگرش زوجین به فرزندآوری تغییر اساسی کرده است.

براساس یافته‌های تحقیق، متغیرهای مشارکت اجتماعی و مصرف فرهنگی به ترتیب با ضریب بنای ۰/۳۲۴ و ۰/۱۳۶- به عنوان متغیرهای بلافصل تأثیرگذار بر نگرش به فرزندآوری زوجین نمونه تحقیق است. همچنین، با توجه به اهمیت ارتباطات انسانی و گروه‌های اجتماعی، زوجینی که مشارکت اجتماعی بالاتری دارند، خواهان پذیرش فرد دیگری در بین خود هستند. در نتیجه، آن‌ها با توجه به داشتن احساس مسئولیت‌پذیری بیشتر در جامعه، نگرش قوی‌تری به فرزندآوری دارند. به علاوه، با توجه به اینکه در این تحقیق بعد مذهبی مشارکت نیز مطرح شده است، می‌توان گفت در این‌گونه مشارکت‌ها حس همبستگی گروهی تقویت می‌شود. در نتیجه، این نوع مشارکت‌ها و تشریفات افراد را به قلمروهایی معنوی وارد می‌کند که در آن اعضای گروه خود را با نیروهای متعالی می‌بینند. به این ترتیب، با توجه به چهارچوب نظری تحقیق نظریه بورديو نیز تأیید می‌کند کسانی که ازدواج می‌کنند بیشتر از سایر افراد در گروه‌های مختلف عضو می‌شوند؛ بنابراین، وی ازدواج موفق همراه با داشتن فرزند را یکی از راه‌های افزایش فعالیت‌های اجتماعی می‌داند. همچنین، دونالد

مایکل<sup>۱</sup> معتقد است انسان‌ها زمانی بیشتر از خود مایه می‌گذارند و آرمان‌های خلاق ارائه می‌دهند که در فرایند تصمیم‌گیری در زمینه زندگی خود مشارکت پیدا کنند؛ بنابراین، مشارکت اجتماعی موجب نگرش مثبت به فرزندآوری می‌شود. نتایج تحقیق قدرتی و همکاران (۱۳۹۰) نیز نشان‌دهنده تفاوت معنی‌دار بین عضویت در گروه‌های اجتماعی و میزان باروری زنان است.

همچنین، وجود دنیای جدید ارتباطات بر نگرش زوجین تأثیر گذاشته است؛ بنابراین، در دنیای جدید اهمیت شبکه‌های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. همان‌طور که نتایج تحقیق نشان داد، شبکه‌های اجتماعی مجازی با ضریب بتای ۰/۱۳۶- یکی دیگر از متغیرهای مهم اثرگذار بر نگرش به فرزندآوری است؛ بنابراین، شبکه‌های اجتماعی با توجه به طراحی خاص این شبکه‌ها وقت زیادی را از افراد می‌گیرد و جایگزینی برای خروج از تنهایی زوجین می‌شود. همچنین، برخلاف روابط در دنیای واقعی این شبکه‌ها با توجه به رسالت اصلی‌شان انسان‌ها را وارد یک ارتباط خیالی می‌کنند که بیشتر روحیه فردگرایی را در افراد تقویت می‌کند. این شبکه‌ها علاوه بر کارکردهای مثبت، کارکردهای منفی زیادی دارند، زیرا برخلاف روابط اجتماعی واقعی به نوعی روحیه لذت‌گرایی را در افراد تقویت می‌کند؛ بنابراین، تبلیغات شبکه‌های مجازی مبنی بر زندگی بهتر و پررنگ کردن هزینه‌های فرزندآوری هستند. در نتیجه، این شبکه‌ها بر افکار و روحیات زوجین تأثیر می‌گذارد. نتایج تحقیق عنایت و پرنیان (۱۳۹۲) نیز نشان‌دهنده رابطه معنی‌دار و معکوس بین وسایل ارتباطی نوین و گرایش به فرزندآوری است.

سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته نیز یکی دیگر از متغیرهای احتمالی تأثیرگذار بر نگرش زوجین به فرزندآوری بوده است؛ یعنی هرچه قدر سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته بالاتر باشد، زوجین نگرش ضعیف‌تری به فرزندآوری دارند. نتایج تحقیق نشان داد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته با ضریب بتای ۰/۱۰۸- یکی از متغیرهای اثرگذار بر نگرش به فرزندآوری زوجین است. براین اساس، هرچه قدر افراد علاقه بیشتری به یادگیری مهارت‌ها داشته باشند، نگرش آن‌ها نیز تغییر می‌کند، درحالی‌که با وجود دنیای مدرن و وجود امکانات مناسب نسبت به گذشته، افراد هرچه بیشتر به دنبال پیشرفت هستند و ممکن است وجود فرزند مانع دسترسی آن‌ها به این مهارت‌ها شود. در نتیجه، براساس تئوری اشاعه، به موازات صنعتی‌شدن و شهرنشینی و اشاعه ارزش‌های جدید، نگرش‌ها و باورهای افراد به فرزندآوری نیز تغییر می‌کند.

سرمایه فرهنگی نهادی با ضریب بتای ۰/۱۰۲- از دیگر متغیرهای تأثیرگذار بر نگرش به

فرزندآوری است. براین اساس، سطح تحصیلات بالاتر به طور غیرمستقیم از طریق نگرش‌ها و عقاید فردی موجب نگرش‌های ضعیف‌تری به باروری (مانند فرزند کمتر زندگی بهتر) می‌شود؛ بنابراین، نگرش به فرزندآوری به سمت مدرن‌شدن گرایش پیدا می‌کند. همچنین، در عصر فناوری اطلاعات، تحصیلات و از جمله مدارک تحصیلی فرصت‌ها و پاداش‌هایی را عاید زوجین می‌کند که با داشتن فرزند زیاد سازگاری ندارد. درضمن، نتایج تحقیقات مختلف عباسی شوازی و خواجه صالحی (۱۳۹۲)، قدرتی و همکاران (۱۳۹۰)، شیری و بیداریان (۱۳۸۸) و علی محسنی و همکاران (۱۳۸۹) نشان‌دهنده تفاوت معنی‌دار بین مدارک تحصیلی (تحصیلات) و تمایل زنان به فرزندآوری است.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد مدل نظری که براساس چهارچوب نظری تحقیق طراحی شده است، با مدل تجربی یافته‌های تحقیق هم‌خوانی دارد، زیرا در مدل نظری سرمایه اجتماعی تحت تأثیر سرمایه فرهنگی بوده است و در مدل تجربی همه متغیرهای سرمایه اجتماعی مقدم بر متغیرهای سرمایه فرهنگی بوده‌اند و به نوعی شاخص‌های سرمایه اجتماعی از شاخص‌های سرمایه فرهنگی تأثیر پذیرفته‌اند؛ برای مثال، متغیر مشارکت اجتماعی هرچند براساس مدل مفهومی بر نگرش زوجین تأثیر می‌گذارد، خود نیز متأثر از متغیرهای سرمایه فرهنگی است. درنتیجه، مدل نظری تحقیق حاضر مورد تأیید واقع شده است. براین اساس، سرمایه اجتماعی و فرهنگی و مؤلفه‌های آن‌ها، محصول جانبی دیگر فعالیت‌های اجتماعی است.

جامعه ایران تحت تأثیر مدرنیته و تجربه نوسازی بوده و این مدرنیته و نوسازی بر کل سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی تأثیر گذاشته است و به نوعی سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی جدیدی را به وجود آورده است؛ بنابراین، همان‌گونه که نظریه نوسازی تأکید می‌کند، صنعتی‌شدن و فناوری‌های ارتباطی نوین با ورود به جامعه ایران علاوه بر تأثیر بر دیگر جنبه‌ها، موجب تغییر نگرش به فرزندآوری شده است و به نوعی نگرش مدرنی ایجاد کرده و سبب کاهش گرایش به فرزندآوری شده است. براین اساس، زن و شوهر در دنیای امروز از شرایط جدید جامعه تأثیر پذیرفته‌اند و از الگوی باروری پدر و مادر خود فاصله گرفته‌اند و گویی هنجارهای ویژه خود را تولید کرده‌اند؛ هنجارهایی که نگرش نسل جوان را درمورد فرزندآوری تغییر داده است و به نظر می‌رسد در آینده نیز این هنجارها مؤثرتر باشد. درنتیجه، براساس این نظریات نوعی همگرایی در رفتارهای فرزندآوری افراد ایجاد شده است تا همه اقشار و طبقات به گونه‌ای شبیه به هم فکر کنند.

## منابع

- ابراهیمی، قربانعلی و ضیاپور، آرش (۱۳۹۱)، «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن (مطالعه تجربی جوانان شهر گیلان غرب)»، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۱: ۱۲۵-۱۴۸.
- اخترمحقق، مهدی (۱۳۸۵)، *سرمایه اجتماعی*، تهران: انتشارات اختر.
- ادیسی، افسانه؛ رحمانی خلیلی، احسان و حسینی امینی، سیده نرگس (۱۳۹۱)، «سرمایه فرهنگی خانواده و ذائقه فراغتی دانشجویان با رویکرد نظری بوردیو مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران»، *فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، شماره ۵: ۲۷-۵۰.
- اسمیت، فلیپ (۱۳۸۳)، *درآمدی بر نظریه فرهنگی*، ترجمه حسن پویان، تهران: انتشارات غزال.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۸۰)، «بررسی احساس امنیت و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر تهران)»، *تحقیقات علوم اجتماعی ایران*، شماره ۱: ۲۴-۳۹.
- امیرکافی، مهدی و زارع، بهنام (۱۳۹۱)، «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر شادکامی (مطالعه موردی: شهر کرمان)»، *فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی*، شماره ۴۱: ۷۷-۴۱.
- اوجاقلو، سجاد و سرابی، بهنام (۱۳۹۳)، «مطالعه تغییرات زمانی ارزش فرزند در ایران»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۲: ۲۶۱-۲۸۳.
- باینگانی، بهمن و کاظمی، علی (۱۳۸۹)، «بررسی مبانی تئوریک مفهوم سرمایه فرهنگی»، *مجله برگ فرهنگ*، شماره ۲۱: ۸-۲۱.
- بردیو، پی‌یر (۱۳۸۱)، *نظریه کنش دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۵)، *سرمایه اجتماعی (اعتماد، دموکراسی و توسعه)*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: انتشارات شیرازه.
- تمنائی‌فر، محمدرضا و منصوری نیک، اعظم (۱۳۹۲)، «پیش‌بینی رضایت از زندگی بر اساس رگه‌های شخصیتی، حمایت اجتماعی و بهزیستی معنوی»، *فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی*، شماره ۲۹: ۷۲-۹۲.
- جمشیدی‌ها، غلامرضا؛ صادقی فسایی، سهیلا و لولا آور، منصوره (۱۳۹۲)، «نگرش جامعه‌شناختی بر تأثیر فرهنگ مدرن از منظر جنسیتی بر تحولات خانواده در تهران»، *نشریه زن در فرهنگ و هنر*، شماره ۲: ۱۸۳-۱۹۸.
- حسینی حاتم (۱۳۹۲)، *جمعیت‌شناسی اقتصادی اجتماعی و تنظیم خانواده*، همدان: انتشارات دانشگاه بوعلی سینا.
- حسینی، حاتم و بگی، بلال (۱۳۹۱)، «فرهنگ و فرزندآوری: بررسی تمایلات باروری زنان کرد شهرستان مهاباد»، *مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۵۸: ۱۲۱-۱۶۱.

- حیدری، سعیده (۱۳۸۸)، «بررسی اندازه شبکه اجتماعی و منابع حمایت عاطفی و عوامل مرتبط با آن‌ها در بیماران مبتلا به سرطان»، پژوهش پرستاری، شماره ۱۲ و ۱۳: ۹۱ - ۱۰۱.
- خواجه‌نوری، بیژن و مقدس، علی‌اصغر (۱۳۸۷)، «جهانی‌شدن و سرمایه اجتماعی زنان»، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۲: ۱۲۱ - ۱۵۴.
- راسخ، محمد و خداپرست، امیرحسین (۱۳۹۳)، «حق بر باروری»، مجله ایرانی اخلاق و تاریخ پزشکی، شماره ۲: ۲۷ - ۳۵.
- سیددوست، لیلا (۱۳۸۶)، بررسی تأثیر میزان سرمایه اجتماعی در واحدهای بیمه‌ای سازمان تأمین اجتماعی بر میزان رضایت بیمه‌شدگان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی.
- سیدمیرزایی، سیدمحمد (۱۳۷۷)، «انتقال جمعیتی، علل و نتایج اقتصادی و اجتماعی آن»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی، شماره ۱۲: ۶۹ - ۹۰.
- شارع‌پور، محمود و خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۸۱)، «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان مطالعه موردی شهر تهران»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰: ۱۳۳ - ۱۴۷.
- شارع‌پور، محمود؛ رازقی، نادر و غلامزاده، خلیل (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه انواع اعتماد با اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه مازندران»، مجله مطالعات اجتماعی ایران، شماره ۱۱: ۶۳ - ۸۲.
- شویره، کریستین و اولیویه، فونتین (۱۳۸۵)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: انتشارات نی.
- شیرینی، طهمورث و بیداریان، سهیلا (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل اقتصادی جمعیتی مؤثر بر باروری زنان ۴۹-۱۵ ساله شاغل در آموزش و پرورش منطقه ۲۲ تهران»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره ۳: ۹۳ - ۱۰۷.
- صناعی، علی و شافعی، رضا (۱۳۹۱)، «ارائه مدلی برای تحلیل و پیش‌بینی رفتار خرید مشتری‌ها بر اساس تئوری کارکردی نگرش (مطالعه موردی صنعت خودرو ایران)»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۶۲: ۱۵۳ - ۱۹۲.
- عباسی شوازی محمدجلال (۱۳۸۹)، «طرح تحولات باروری در ایران»، مرکز آمار ایران، پژوهشکده آمار.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۹۲)، «تحولات باروری در ایران در چهار دهه اخیر»، مرکز آمار ایران، پژوهشکده آمار.
- \_\_\_\_\_ و خواجه صالحی، زهره (۱۳۹۲)، «سنجش تأثیر استقلال، مشارکت اجتماعی، و تحصیلات زنان بر تمایل به فرزندآوری (مطالعه موردی شهر سیرجان)»، نشریه زن در توسعه و سیاست، شماره ۱: ۴۵ - ۶۴.
- عباسی، جعفر (۱۳۹۲)، تدوین سناریوی مدیریت برای پرورش بر اساس شاخص‌های سرمایه

- فرهنگی دانش‌آموزان و تعیین آثار آموزشی و پرورشی آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی.
- علی محسنی، رضا؛ نقیب السادات، سیدرضا و نامداری بیرگانی، آیتنا (۱۳۸۹)، «تحلیل باروری زنان؛ عوامل اجتماعی، اقتصادی و دموگرافی مؤثر بر آن»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۳۴: ۱۲۳-۱۳۷.
  - عنایت، حلیمه و پرنیان، لیلیا (۱۳۹۲)، «مطالعه رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری»، فصلنامه زن و جامعه، سال چهارم، شماره ۲: ۱۰۹-۱۳۶.
  - فخرایی، سیروس و کریمیان، انور (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت‌پذیری مطالعه موردی در بین دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی پسرانه شهرستان بوکان در سال تحصیلی ۹۰-۸۹»، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳: ۱۲۵-۱۴۸.
  - قدرتی، حسین؛ یاراحمدی، علی؛ مختاری، مریم و افراسیابی، حسین (۱۳۹۰)، «تحلیل سرمایه اجتماعی و باروری زنان در مناطق شهری سبزوار»، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، شماره ۴: ۷۹-۹۴.
  - کروب، مهدی (۱۳۸۷)، «فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری»، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲۸: ۳۰۹-۳۲۴.
  - کلاتری، صمد؛ عباس‌زاده، محمد؛ امین مظفری، فاروق و راکعی بناب، ندا (۱۳۸۹)، «بررسی جامعه‌شناختی گرایش به فرزندآوری و برخی عوامل مرتبط با آن مورد مطالعه: جوانان متأهل شهر تبریز»، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۱: ۸۳-۱۰۴.
  - مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)، دفتر آمارهای جمعیت، نیروی کار و سرشماری [www.Amar.org.ir](http://www.Amar.org.ir).
  - مهدوی، محمدصادق و ظهیری، هوشنگ (۱۳۹۰)، «نقش سرمایه اجتماعی درون خانواده بر سبک‌های اجتماعی‌شدن فرزندان»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۳: ۲۹-۶۲.
  - موحد، مجید، مظفری، روح‌الله و علیزاده، سمانه (۱۳۹۱)، «مطالعه رابطه سرمایه فرهنگی با اعتماد نهادی»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، شماره ۳: ۷۱-۹۷.
  - موسوی، سیده فاطمه و قافله باشی، مهدیه سادات (۱۳۹۳)، «بررسی جایگاه و نگرش به فرزندآوری در خانواده‌های جوان شهر قزوین»، فصلنامه مطالعات زن و خانواده، شماره ۲: ۱۱۱-۱۳۴.
  - میرزایی، مسعود (۱۳۹۰)، بررسی تطبیقی رابطه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (اعتقاد، انسجام اجتماعی و مشارکت سیاسی) در شهر تهران مطالعه موردی: محله گیشا و محله امام‌زاده عبدالله، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
  - نامدار، حسین؛ ارشدی، محمد؛ ابراهیمی، حسین و صاحبی حق، محمدحسین (۱۳۸۷)، «نگرش دانشجویان پرستاری به بیماری‌های روان»، پژوهش پرستاری، شماره ۱۰: ۱۷-۲۳.



- نبی‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۳)، بررسی مقایسه‌ای رابطه سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی سالمندان ساکن منازل و آسایشگاه‌های شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی.
- نقیب‌السادات، سیدرضا، قصابی، فاطمه (۱۳۹۱)، «ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی تحلیل محتوای ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی ایرانی و غیر ایرانی»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، شماره ۳: ۲۱۷-۲۴۶.
- نیازی، محسن و کارکنان، محمد (۱۳۸۶)، «تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان»، فصلنامه مطالعات ملی، سال هشتم، شماره ۳: ۵۵-۸۱.
- Adkins, Lisa (2005), «Social Capital: the Anatomy of a Troubled Concept», **Feminist Theory**, No 6 (2): 195-211.
- Bernardi, Laura & Klarner, Andreas (2014). «Social networks and fertility», **journal of population sciences**, No 30: 641-670.
- Bourdieu, Pierre (1986), **The Forms of Capital** in J. G. Richardson s Handbook for Theory and Research for Sociology of Education.
- Buhler, Christoph (2009), «On the Structural Value of Children and Its Implication on Intended Fertility in Bulgaria», **Demography Research**, No 18: 569-610.
- Kaptijn, Ralf. Thomese, Fleur. G. van Tilburg, Theo. Liefbroer, Aart C & Deeg, Dorly J.H. (2010), «Low fertility in contemporary humans and the mate value of their children: sex-specific effects on social status indicators», **Evolution and Human Behavior**, No 31: 59-68.