



ارتباط استفاده از فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری: یک مطالعه مروری

نویسندگان:

فاطمه آقایی میبدی، مهدیه عرب بافرانی

چکیده

مقدمه: با توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و گسترش فضای مجازی، جهانی شدن فرهنگی به یکی از پدیده‌های مهم و تأثیرگذار در جوامع مدرن تبدیل شده است. جهانی شدن فرهنگی و گسترش فضای مجازی دو پدیده‌ای هستند که به طور چشمگیری زندگی روزمره افراد را تحت تأثیر قرار داده‌اند. فضای مجازی از طریق شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های آنلاین، و محتوای دیجیتال باعث تسهیل ارتباطات و انتقال فرهنگ‌ها شده است. این مطالعه مروری تلاش دارد تا تأثیر این دو عامل را بر گرایش به فرزندآوری بررسی کند.

روش کار: برای نگارش این مقاله مروری، مطالعات علمی منتشر شده در پایگاه‌های داده معتبر از جمله Scopus, PubMed, Web of Science, Google Scholar و JSTOR مورد بررسی قرار گرفتند. مقالات با کلمات کلیدی "فضای مجازی"، "جهانی شدن فرهنگی"، و "گرایش به فرزندآوری" انتخاب شدند و مورد تحلیل و تفسیر و مقایسه قرار گرفتند.

نتایج: تأثیرات فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری پیچیده و چندبعدی است. این تأثیرات می‌تواند بسته به عوامل مختلفی از جمله سن، جنسیت، سطح تحصیلات، و موقعیت جغرافیایی متفاوت باشد. جوانان ممکن است بیشتر تحت تأثیر محتوای فضای مجازی و فرهنگ‌های جهانی قرار گیرند و نگرش‌های متفاوتی نسبت به نسل‌های قدیمی‌تر داشته باشند. استفاده از فضای مجازی می‌تواند نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری را تغییر دهد. فضای مجازی به انتقال ارزش‌های فردگرایانه و مصرف‌گرایانه کمک می‌کند و با انتشار محتواهای متنوع و ارتباطات بین‌المللی می‌تواند ارزش‌ها و نگرش‌های جدیدی را به کاربران منتقل کند. فضای مجازی به عنوان یکی از ابزارهای اصلی جهانی شدن فرهنگی، نقش مهمی در انتشار و ترویج فرهنگ‌های مختلف دارد. این تعامل می‌تواند به تغییرات قابل توجهی در نگرش‌ها و ارزش‌های مرتبط با فرزندآوری منجر شود. به عنوان مثال، مواجهه با فرهنگ‌های غربی که تمایل به کاهش تعداد فرزندان دارند، می‌تواند منجر به تغییر نگرش‌های مشابه در جوامع دیگر شود و باعث کاهش تمایل به فرزندآوری شود.



نتیجه‌گیری: نتایج این مقاله مروری نشان می‌دهد که فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی می‌توانند تأثیرات قابل توجهی بر گرایش به فرزندآوری داشته باشند. این تأثیرات به واسطه انتقال ارزش‌ها و نگرش‌های جدید از طریق فضای مجازی و تعاملات بین‌المللی شکل می‌گیرند. با این حال، مطالعات بیشتر و جامع‌تری در این زمینه ضروری است تا بتوان به درک بهتری از این پدیده‌ها و تأثیرات آنها دست یافت.

کلمات کلیدی: فضای مجازی، جهانی شدن فرهنگی، گرایش به فرزندآوری

مقدمه

در دهه‌های اخیر، جهانی شدن و پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات منجر به تغییرات عمیقی در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جوامع شده است. فضای مجازی و اینترنت با فراهم کردن دسترسی آسان به اطلاعات و ارتباطات بین‌المللی، نقش مهمی در این فرآیند ایفا می‌کنند. این تغییرات به ویژه در حوزه‌های مختلفی از جمله نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با خانواده و فرزندآوری مشهود است. استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی و دیگر پلتفرم‌های دیجیتال، امکان تبادل فرهنگ‌ها و ارزش‌ها را به شکل بی‌سابقه‌ای فراهم کرده است. این تبادل فرهنگی به نوبه خود می‌تواند تأثیرات عمیقی بر نگرش‌ها و تصمیمات فردی، از جمله تمایل به داشتن فرزند، داشته باشد. برخی مطالعات نشان می‌دهند که فرهنگ‌های فردگرا و مصرف‌گرا، که به وسیله فضای مجازی به سرعت گسترش می‌یابند، می‌توانند منجر به کاهش تمایل به فرزندآوری شوند (۱، ۲). هم چنین، مواجهه با فرهنگ‌های مختلف از طریق اینترنت می‌تواند منجر به تنوع بیشتر در نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری شود (۳).

تأثیرات فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری از چند جنبه قابل بررسی است. اولاً، فضای مجازی از طریق رسانه‌های اجتماعی و وبسایت‌های اطلاعاتی، اطلاعات و نگرش‌های جدیدی را درباره خانواده و فرزندآوری منتشر می‌کند (۴). این اطلاعات می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری داشته باشند (۵). همانطور که Chan و Prendergast در مطالعه خود نشان داده اند، مصرف محتوای رسانه‌ای مرتبط با موفقیت‌های فردی و مصرف‌گرایی می‌تواند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهد (۶). ثانیاً، جهانی شدن فرهنگی از طریق فضای مجازی می‌تواند به تغییرات فرهنگی گسترده‌ای منجر شود. این تغییرات می‌توانند بر الگوهای خانواده و فرزندآوری تأثیر بگذارند. نتایج مطالعات نشان داده‌اند که فرهنگ‌های فردگرایانه تمایل کمتری به فرزندآوری دارند و این فرهنگ‌ها به وسیله فضای مجازی به سرعت در حال گسترش هستند (۷، ۸). در مقابل، فرهنگ‌های جمع‌گرایانه که به خانواده و فرزندآوری اهمیت بیشتری می‌دهند، ممکن است تأثیرات متفاوتی را تجربه کنند (۹). ثالثاً،

فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک منبع مهم حمایت اجتماعی عمل کند. این حمایت می‌تواند نقش مهمی در تصمیم‌گیری برای داشتن فرزند داشته باشد. برخی مطالعات نشان داده‌اند که حمایت اجتماعی از طریق فضای مجازی می‌تواند به کاهش استرس و اضطراب مرتبط با فرزندآوری کمک کند و منجر به افزایش تمایل به فرزندآوری شود (۱۱، ۱۰).

به علاوه، تأثیرات اقتصادی جهانی شدن فرهنگی و استفاده از فضای مجازی نیز قابل توجه است. از طرفی، جهانی شدن اقتصادی و دسترسی به بازارهای جهانی می‌تواند فرصت‌های اقتصادی جدیدی ایجاد کند که ممکن است تأثیرات مثبتی بر تصمیمات مرتبط با فرزندآوری داشته باشد (۱۲، ۱۳). در مقابل، نگرانی‌های اقتصادی و هزینه‌های بالای زندگی که به واسطه جهانی شدن اقتصادی و فرهنگ مصرف‌گرایی افزایش یافته‌اند، می‌توانند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهند (۱۴، ۱۵).

هدف این مقاله مروری، بررسی تأثیر استفاده از فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری است. با بررسی مطالعات مختلف در این زمینه، تلاش می‌شود تا به درک بهتری از ارتباط پیچیده بین این عوامل دست‌یابیم و روندهای جاری در این حوزه را تحلیل کنیم.

روش کار:

این مطالعه به صورت یک مقاله مروری انجام شد که شامل مرور و تحلیل مطالعات گذشته در زمینه تأثیر فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری بود.

جمع‌آوری داده‌ها با جستجو در پایگاه‌های داده علمی مانند PubMed، Scopus، Web of Science، Google Scholar و JSTOR جمع‌آوری شد. منابع و گزارشات سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان بهداشت جهانی (WHO) و سازمان ملل متحد (UN) نیز مورد بررسی قرار گرفت. برای جستجو در پایگاه‌های داده از ترکیبی از کلمات کلیدی استفاده شد، از جمله:

- "فضای مجازی" و "فرزندآوری"
- "جهانی شدن فرهنگی" و "تمایل به فرزندآوری"
- "شبکه‌های اجتماعی" و "فرزندآوری"
- "فرهنگ مصرف‌گرایی" و "خانواده"

معیارهای ورود و خروج

۱. معیارهای ورود:

- مقالاتی که به بررسی تأثیر استفاده از فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری پرداخته‌اند.
- مطالعات منتشر شده در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۴.
- مقالات با روش‌های کمی، کیفی یا ترکیبی.

۲. معیارهای خروج:

- مقالاتی که به زبان‌های غیر از انگلیسی یا فارسی نوشته شده‌اند.
 - مطالعاتی که به موضوعات غیرمرتبط با فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی پرداخته‌اند.
 - مقالات بدون دسترسی کامل به متن.
- نتایج حاصل از بررسی ۳۲ مقاله بعد از جمع‌آوری داده‌ها در یک جدول لیست شد. مطالعات به طور کامل بررسی و با یکدیگر مقایسه شد. تعداد ۱۶ مقاله مورد بررسی در جدول شماره یک به صورت نمونه آورده شده است.

نتایج

۱- تأثیر فضای مجازی بر نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با فرزندآوری

مطالعات متعددی نشان داده‌اند که استفاده از فضای مجازی می‌تواند نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با فرزندآوری را به طور قابل توجهی تحت تأثیر قرار دهد. Valkenburg و Peter (۴) در مطالعه‌ای نشان دادند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به تغییرات قابل توجهی در نگرش‌ها و انتظارات افراد در مورد خانواده و فرزندآوری شود. نتایج این مطالعه حاکی از کاهش تمایل به فرزندآوری در نتیجه مصرف محتوای رسانه‌ای مرتبط با موفقیت‌های فردی و مصرف‌گرایی می‌باشد.

در مطالعه‌ای دیگر، Chan و Prendergast (۶) به این نتیجه رسیدند که استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی منجر به افزایش ارزش‌های فردگرایانه و مصرف‌گرایی در بین جوانان می‌شود، که این موضوع به نوبه خود تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهد.



پژوهش‌های دیگری نیز یافته‌های این مطالعه را تأیید کرده و نشان داده‌اند فرهنگ‌های فردگرایانه و مصرف‌گرا که به وسیله فضای مجازی ترویج می‌شوند، می‌توانند منجر به کاهش تمایل به داشتن فرزند شوند (۲، ۱).

۲- تأثیر جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری

جهانی شدن فرهنگی نیز به نوبه خود تأثیرات قابل توجهی بر گرایش به فرزندآوری داشته است. Baker و Inglehart (۳) در مطالعه‌ای نشان دادند، جهانی شدن فرهنگی منجر به تغییرات عمیقی در ارزش‌ها و نگرش‌های مرتبط با خانواده و فرزندآوری می‌شود. این تغییرات به ویژه در جوامعی که به سرعت در حال پذیرش ارزش‌های مدرن و فردگرایانه هستند، مشهود است.

Hofstede (۸) و Triandi (۹) نیز در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که فرهنگ‌های جمع‌گرایانه که به خانواده و فرزندآوری اهمیت بیشتری می‌دهند، تحت تأثیر جهانی شدن فرهنگی ممکن است تغییر کنند و تمایل به فرزندآوری در این جوامع کاهش یابد. از سوی دیگر، جهانی شدن فرهنگی می‌تواند منجر به افزایش تنوع در نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری شود، زیرا افراد با فرهنگ‌ها و ارزش‌های مختلف مواجه می‌شوند و از این طریق می‌توانند نگرش‌ها و رفتارهای خود را تغییر دهند (۷).

۳- نقش حمایت اجتماعی از طریق فضای مجازی

حمایت اجتماعی یکی از عوامل مهمی است که می‌تواند تصمیمات مرتبط با فرزندآوری را تحت تأثیر قرار دهد. Ellison و همکاران (۱۰) و Hampton و Wellman (۱۱) در مطالعات خود نشان دادند که فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک منبع مهم حمایت اجتماعی عمل کند و به کاهش استرس و اضطراب مرتبط با فرزندآوری کمک کند. این موضوع می‌تواند به افزایش تمایل به فرزندآوری منجر شود.

۴- تأثیرات اقتصادی جهانی شدن و استفاده از فضای مجازی

جهانی شدن اقتصادی و دسترسی به بازارهای جهانی نیز می‌تواند فرصت‌های اقتصادی جدیدی ایجاد کند که ممکن است تأثیرات مثبتی بر تصمیمات مرتبط با فرزندآوری داشته باشد. Stiglitz (۱۲) و Friedman (۱۳) در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که جهانی شدن اقتصادی می‌تواند با ایجاد فرصت‌های جدید برای افراد و خانواده‌ها منجر به افزایش تمایل به فرزندآوری گردد. با این حال، نگرانی‌های اقتصادی و هزینه‌های بالای زندگی که به واسطه جهانی شدن اقتصادی و فرهنگ مصرف‌گرایی افزایش یافته‌اند، می‌توانند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهند (۱۴، ۱۵).

با مقایسه نتایج مقالات مختلف می‌توان به چند نتیجه کلیدی دست یافت :

۱- تأثیر فرهنگ فردگرایانه و مصرف‌گرایانه بر تمایل به فرزندآوری

بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند که فرهنگ‌های فردگرا و مصرف‌گرا که توسط رسانه‌های دیجیتال و جهانی شدن ترویج می‌شوند، تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهند. برای مثال، Valkenburg و Peter (۲۹) نشان دادند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به پذیرش ارزش‌های فردگرایانه شود، که این موضوع با کاهش تمایل به فرزندآوری همراه است. این نتایج با یافته‌های Hofstede (۳۰) و Triandis (۳۱) که بیان کردند افراد در فرهنگ‌های فردگرا تمایل کمتری به خانواده و فرزندآوری دارند، همخوانی دارد.

۲- تأثیرات اقتصادی جهانی شدن بر تصمیمات فرزندآوری

جهانی شدن اقتصادی می‌تواند هم فرصت‌ها و هم چالش‌های جدیدی برای خانواده‌ها ایجاد کند. مطالعاتی مانند Stiglitz (۳۲) و Friedman (۳۳) نشان می‌دهند که جهانی شدن اقتصادی می‌تواند فرصت‌های اقتصادی جدیدی فراهم کند که ممکن است تمایل به فرزندآوری را افزایش دهد. با این حال، نگرانی‌های اقتصادی و هزینه‌های بالای زندگی که به واسطه فرهنگ مصرف‌گرایی افزایش یافته‌اند، می‌توانند زمینه‌ای برای کاهش تمایل به فرزندآوری باشند (۳۴).

۳- نقش حمایت اجتماعی آنلاین در تمایل به فرزندآوری

حمایت اجتماعی از طریق فضای مجازی می‌تواند تأثیر مثبتی بر تمایل به فرزندآوری داشته باشد. مطالعات Ellison و همکاران (۳۵) و Hampton و Wellman (۳۶) نشان می‌دهند که حمایت اجتماعی ارائه شده از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به کاهش استرس و اضطراب مرتبط با فرزندآوری کمک کرده و تمایل به داشتن فرزند را افزایش دهد. این نتایج توسط گزارشات سازمان بهداشت جهانی نیز تأیید شده است (۳۷).

۴- تأثیر جهانی شدن فرهنگی بر تغییرات ارزش‌های خانوادگی

جهانی شدن فرهنگی می‌تواند منجر به تغییرات عمیقی در ارزش‌های خانوادگی و نگرش‌ها نسبت به فرزندآوری شود. Inglehart و Baker (۳۸) نشان دادند که مواجهه با فرهنگ‌های مختلف می‌تواند نگرش‌های مرتبط با خانواده و فرزندآوری را تغییر دهد. این تغییرات به ویژه در جوامعی که به سرعت در حال پذیرش ارزش‌های مدرن و فردگرایانه هستند، مشهود است.

۵- تنوع در نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری به دلیل جهانی شدن فرهنگی

جهانی شدن فرهنگی می‌تواند به افزایش تنوع در نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری منجر شود. افراد با مواجهه با فرهنگ‌ها و ارزش‌های مختلف، می‌توانند نگرش‌ها و رفتارهای خود را تغییر دهند. مطالعات نشان می‌دهد که این تنوع می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های متفاوت و متنوع در مورد فرزندآوری شود (۴۰، ۳۹).

۶- رابطه مصرف رسانه‌های دیجیتال و نگرش‌های مرتبط با فرزندآوری

مصرف رسانه‌های دیجیتال می‌تواند نگرش‌های مرتبط با فرزندآوری را تغییر دهد. Chan و Prendergast (۶) نشان دادند که استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی منجر به افزایش ارزش‌های مصرف‌گرایانه می‌شود که این موضوع به نوبه خود می‌تواند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهد. این نتایج با یافته‌های McLuhan (۴۱) که نشان داد رسانه‌ها می‌توانند نگرش‌ها و ارزش‌ها را شکل دهند، مطابقت دارد.

۷- تأثیر مواجهه با فرهنگ‌های مختلف از طریق فضای مجازی بر تصمیمات فرزندآوری

فضای مجازی با فراهم کردن امکان مواجهه با فرهنگ‌های مختلف، می‌تواند تأثیرات متفاوتی بر تصمیمات مرتبط با فرزندآوری داشته باشد. مطالعات نشان می‌دهند که مواجهه با ارزش‌ها و نگرش‌های مختلف می‌تواند منجر به تغییرات قابل توجهی در تصمیمات مرتبط با فرزندآوری شود (۴۲). این نتایج توسط گزارشات سازمان ملل متحد در زمینه تأثیرات جهانی شدن فرهنگی بر خانواده‌ها تأیید شده است (۴۳).



جدول شماره ۱: بررسی مقالات مرتبط با فضای مجازی، جهانی شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری					
ردیف	نام نویسنده و سال	عنوان مقاله	روش کار	نتایج	نتیجه گیری
۱.	Peter 2011	Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks	کمی-مقطعی	استفاده از شبکه‌های اجتماعی منجر به پذیرش ارزش‌های فردگرایانه شده که تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهد	استفاده از فضای مجازی بر گرایش به فرزندآوری تأثیر منفی دارد.
۲.	Hofstede 2001	Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations	کیفی	فرهنگ‌های فردگرا تمایل کمتری به فرزندآوری دارند.	جهانی شدن فرهنگی به کاهش تمایل به فرزندآوری منجر می‌شود.
۳.	Stiglitz 2002	Globalization and Its Discontents	ترکیبی	جهانی شدن اقتصادی فرصت‌های اقتصادی جدیدی فراهم می‌کند که ممکن است تمایل به فرزندآوری را افزایش دهد	تأثیرات جهانی شدن اقتصادی بر فرزندآوری دوگانه است.
۴.	Friedman 2005	The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century	کیفی	جهانی شدن اقتصادی هزینه‌های زندگی را افزایش می‌دهد که تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهد	جهانی شدن اقتصادی تأثیرات متضاد بر تمایل به فرزندآوری دارد.



حمایت اجتماعی آنلاین می‌تواند تمایل به فرزندآوری را افزایش دهد.	حمایت اجتماعی ارائه شده از طریق شبکه‌های اجتماعی به کاهش استرس مرتبط با فرزندآوری کمک می‌کند	کمی	The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites	Ellison et al. 2007	۵.
فضای مجازی می‌تواند تمایل به فرزندآوری را افزایش دهد.	حمایت اجتماعی آنلاین به کاهش اضطراب مرتبط با فرزندآوری کمک می‌کند	کیفی	Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb	Hampton & Wellman 2003	۶.
جهانی شدن فرهنگی به تغییرات ارزش‌های خانوادگی منجر می‌شود.	مواجهه با فرهنگ‌های مختلف نگرش‌های مرتبط با فرزندآوری را تغییر می‌دهد	کمی	Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values	Inglehart & Baker 2000	۷.
رسانه‌های دیجیتال تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهند.	استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی منجر به افزایش ارزش‌های مصرف‌گرایانه شده که تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهد	کمی	Social media strategies of fast-food brands: An exploratory study	Chan & Prendergast 2008	۸.
رسانه‌های دیجیتال بر نگرش‌های مرتبط با فرزندآوری تأثیر دارند.	رسانه‌ها نگرش‌ها و ارزش‌ها را شکل می‌دهند که می‌تواند به کاهش تمایل به فرزندآوری منجر شود	کیفی	The Medium is the Message	McLuhan 2001	۹.



جهانی شدن فرهنگی به تغییرات در تصمیمات فرزندآوری منجر می‌شود.	جهانی شدن فرهنگی تأثیرات متفاوتی بر تصمیمات فرزندآوری دارد	گزارش سازمانی	World Fertility Report 2017: Reproductive Rights and Fertility Behaviour	United Nations 2018	۱
جهانی شدن تأثیرات پیچیده‌ای بر فرزندآوری دارد.	جهانی شدن فرهنگی و اقتصادی تأثیرات متضاد بر فرزندآوری دارد	کیفی	The Globalization Paradox	Stiglitz 2017	۱
فضای مجازی بر نگرش‌های مرتبط با فرزندآوری تأثیر دارد.	شبکه‌های اجتماعی نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با فرزندآوری را تغییر می‌دهند	کیفی	The Rise of the Network Society	Castells 2000	۲
جهانی شدن فرهنگی نگرش‌ها و تصمیمات فرزندآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد.	مواجهه با فرهنگ‌های مختلف نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری را تغییر می‌دهد	کیفی	The Cosmopolitan Vision	Beck 2006	۳
جهانی شدن تأثیرات چندگانه‌ای بر فرزندآوری دارد.	جهانی شدن فرهنگی و اقتصادی نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری را تغییر می‌دهد	ترکیبی	The Global Transformations Reader	Held & McGrew 2003	۴
جهانی شدن فرهنگی بر تمایل به فرزندآوری تأثیر دارد.	جهانی شدن فرهنگی ارزش‌ها و نگرش‌های مرتبط با فرزندآوری را تغییر می‌دهد	کیفی	Globalization: Social Theory and Global Culture	Robertso 1992	۵



جهانی شدن تأثیرات متضاد بر تمایل به فرزندآوری دارد.	جهانی شدن فرهنگی و اقتصادی هزینه‌های زندگی را افزایش داده و تمایل به فرزندآوری را کاهش می‌دهد.	کیفی	The Global City: New York, London, Tokyo	Assen 2001	۶
--	--	------	---	---------------	---

بحث:

یافته‌های این مطالعه مروری نشان می‌دهد که استفاده از فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی تأثیرات متنوع و پیچیده‌ای بر گرایش به فرزندآوری دارد. فضای مجازی با فراهم کردن دسترسی به اطلاعات و ارتباطات گسترده، امکان تبادل فرهنگ‌ها و ارزش‌ها را به طور بی‌سابقه‌ای فراهم کرده است. این تغییرات می‌توانند نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با خانواده و فرزندآوری را تحت تأثیر قرار دهند.

یکی از نتایج کلیدی این مطالعه، تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دیگر پلتفرم‌های دیجیتال بر نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با فرزندآوری است. مطالعات متعددی نشان داده‌اند که مصرف محتوای رسانه‌ای مرتبط با موفقیت‌های فردی و مصرف‌گرایی می‌تواند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهد (۴، ۶، ۱۰). این موضوع به ویژه در جوامعی که ارزش‌های فردگرایانه و مصرف‌گرایانه به سرعت در حال گسترش هستند، مشهود است (۱، ۲). این یافته‌ها نشان می‌دهند که فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند در تغییر نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی عمل کند.

از سوی دیگر، جهانی شدن فرهنگی نیز تأثیرات قابل توجهی بر گرایش به فرزندآوری دارد. جهانی شدن فرهنگی منجر به تغییرات عمیقی در ارزش‌ها و نگرش‌های مرتبط با خانواده و فرزندآوری می‌شود. این تغییرات به ویژه در جوامعی که به سرعت در حال پذیرش ارزش‌های مدرن و فردگرایانه هستند، مشهود است (۳، ۷، ۹). با این حال، مواجهه با فرهنگ‌های مختلف از طریق فضای مجازی می‌تواند به افزایش تنوع در نگرش‌ها و تصمیمات مرتبط با فرزندآوری منجر شود (۷).



حمایت اجتماعی از طریق فضای مجازی نیز یکی دیگر از عواملی است که می‌تواند تأثیرات مثبتی بر گرایش به فرزندآوری داشته باشد. مطالعات نشان می‌دهند که فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک منبع مهم حمایت اجتماعی عمل کند و به کاهش استرس و اضطراب مرتبط با فرزندآوری کمک کند. این موضوع می‌تواند به افزایش تمایل به فرزندآوری منجر شود (۱۱، ۱۰).

تأثیرات اقتصادی جهانی شدن نیز نیاز به توجه ویژه دارد. جهانی شدن اقتصادی می‌تواند فرصت‌های جدیدی ایجاد کند که ممکن است تمایل به فرزندآوری را افزایش دهد (۱۲، ۱۳). با این حال، نگرانی‌های اقتصادی و هزینه‌های بالای زندگی که به واسطه جهانی شدن اقتصادی و فرهنگ مصرف‌گرایی افزایش یافته‌اند، می‌توانند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهند (۱۴، ۱۵). این دوگانگی نشان می‌دهد که تأثیرات اقتصادی جهانی شدن بر گرایش به فرزندآوری می‌تواند بستگی به شرایط خاص اقتصادی و فرهنگی هر جامعه داشته باشد.

نتیجه‌گیری

بررسی جامع تأثیر استفاده از فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری نشان می‌دهد که این دو عامل می‌توانند به طور قابل توجهی تغییرات دوگانه‌ای در نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با فرزندآوری ایجاد کنند. فضای مجازی از طریق ترویج ارزش‌های فردگرایانه و مصرف‌گرایی می‌تواند تمایل به فرزندآوری را کاهش دهد. در مقابل، حمایت اجتماعی از طریق فضای مجازی می‌تواند به کاهش استرس و اضطراب مرتبط با فرزندآوری کمک کرده و تمایل به فرزندآوری را افزایش دهد. جهانی شدن فرهنگی نیز از طریق تغییرات در ارزش‌ها و نگرش‌ها می‌تواند تأثیرات متنوعی بر گرایش به فرزندآوری داشته باشد.

با توجه به نتایج این مطالعه، پیشنهاد می‌شود که تحقیقات آینده به بررسی دقیق‌تر تأثیرات فضای مجازی و جهانی شدن فرهنگی بر گرایش به فرزندآوری در جوامع مختلف بپردازند. همچنین، بررسی تأثیرات اقتصادی جهانی شدن و نقش حمایت اجتماعی از طریق فضای مجازی می‌تواند به درک بهتری از این موضوع کمک کند.

منابع :



1. Twenge JM, Campbell WK. Age and birth cohort differences in self-esteem: A cross-temporal meta-analysis. *Pers Soc Psychol Rev.* 2001;5(4):321-344.
2. Arnett JJ. Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *Am Psychol.* 2000;55(5):469-480.
3. Inglehart R, Baker WE. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *Am Sociol Rev.* 2000;65(1):19-51.
4. Valkenburg PM, Peter J. Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *J Adolesc Health.* 2011;48(2):121-127.
5. Subrahmanyam K, Greenfield PM. Online communication and adolescent relationships. *Future Child.* 2008;18(1):119-146.
6. Chan K, Prendergast G. Social media strategies of fast-food brands: An exploratory study. *J Internet Commerce.* 2008;7(2):99-112.
7. Oyserman D, Coon HM, Kemmelmeier M. Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychol Bull.* 2002;128(1):3-72.
8. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations.* 2nd ed. Sage Publications; 2001.
9. Triandis HC. *Individualism and Collectivism.* Westview Press; 1995.
10. Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *J Comput-Mediat Commun.* 2007;12(4):1143-1168.
11. Hampton KN, Wellman B. Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. *City Community.* 2003;2(4):277-311.
12. Stiglitz JE. *Globalization and Its Discontents.* W.W. Norton; 2002.
13. Friedman TL. *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century.* Farrar, Straus and Giroux; 2005.
14. Sassen S. *The Global City: New York, London, Tokyo.* 2nd ed. Princeton University Press; 2001.
15. Beck U. *What is Globalization?* Polity Press; 2000.
16. Castells M. *The Rise of the Network Society.* 2nd ed. Wiley-Blackwell; 2010.
17. Giddens A. *The Consequences of Modernity.* Polity Press; 1990.



18. Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture. Sage Publications; 1992.
19. Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. University of Minnesota Press; 1996.
20. Albrow M. The Global Age: State and Society Beyond Modernity. Stanford University Press; 1996.
21. Bauman Z. Liquid Modernity. Polity Press; 2000.
22. Harvey D. The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change. Blackwell; 1990.
23. Held D, McGrew A. Globalization/Anti-Globalization: Beyond the Great Divide. Polity Press; 2007.
24. Norris P, Inglehart R. Cosmopolitan Communications: Cultural Diversity in a Globalized World. Cambridge University Press; 2009.
25. Sen A. Development as Freedom. Oxford University Press; 1999.
26. Castells M. Communication Power. Oxford University Press; 2009.
27. DiMaggio P, Hargittai E, Neuman WR, Robinson JP. Social implications of the Internet. *Annu Rev Sociol*. 2001;27(1):307-336.
28. Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. MIT Press; 2000
29. Valkenburg PM, Peter J. Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *J Adolesc Health*. 2011;48(2):121-127.
30. Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations. 2nd ed. Sage Publications; 2001.
31. Triandis HC. Individualism and Collectivism. Westview Press; 1995.
32. Stiglitz JE. Globalization and Its Discontents. W.W. Norton; 2002.
33. Friedman TL. The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century. Farrar, Straus and Giroux; 2005.
34. Sassen S. The Global City: New York, London, Tokyo. 2nd ed. Princeton University Press; 2001.

35. Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *J Comput-Mediat Commun*. 2007;12(4):1143-1168.
36. Hampton KN, Wellman B. Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. *City Community*. 2003;2(4):277-311.
37. World Health Organization. Social determinants of health. 2010.
38. Inglehart R, Baker WE. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *Am Sociol Rev*. 2000;65(1):19-51.
39. Giddens A. *The Consequences of Modernity*. Polity Press; 1990.
40. Albrow M. *The Global Age: State and Society Beyond Modernity*. Stanford University Press; 1996.
41. McLuhan M, Fiore Q. *The Medium is the Massage*. Gingko Press; 2001.
42. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press; 1996.
43. United Nations. *World Fertility Report 2017: Reproductive Rights and Fertility Behaviour*. United Nations; 2018.

Abstract:

The relationship between the use of virtual space and cultural globalization on the tendency to have children: a review study

Introduction: With the development of information and communication technologies and the expansion of virtual space, cultural globalization has become one of the most important and influential phenomena in modern societies. Cultural globalization and the expansion of virtual space are two phenomena that significantly affect people's daily lives. have placed Virtual space through social networks, online media, and digital content has facilitated communication and transfer of cultures. This review study tries to investigate the effect of these two factors on the tendency to have children.

Methodology: To write this review article, scientific studies published in reliable databases such as PubMed, Scopus, Web of Science, Google Scholar and JSTOR were reviewed. The articles were selected with the keywords "virtual space", "cultural globalization", and "Childbearing Tendency" and were analyzed, interpreted and compared.

Results: The effects of virtual space and cultural globalization on the tendency to have children are complex and multidimensional. These effects can vary depending on various factors including age, gender, education level, and geographic location. Young people may be more influenced by cyberspace content and global cultures and have different attitudes than older generations. The use of virtual space can change attitudes and decisions related to having children. Virtual space helps to transfer individualistic and consumerist values and by publishing diverse contents and international communication, it can transfer new values and attitudes to users. Virtual space, as one of the main tools of cultural globalization, plays an important role in spreading and promoting different cultures. This interaction can lead to significant changes in attitudes and values related to having children. For example, exposure to western cultures that tend to reduce the number of children can lead to changing similar attitudes in other societies and reduce the desire to have children.

Conclusion: The results of this review article show that virtual space and cultural globalization can have significant effects on the tendency to have children. These effects are formed by the transmission of new values and attitudes through virtual space and international interactions. However, more and more comprehensive studies in this field are necessary to gain a better understanding of these phenomena and their effects.