

Factors affecting childbearing with an emphasis on virtual social networks

Narges kiyanpour¹ | seyed Ali rahman zadeh² | nowrouz hashemzahi³

Abstract

The aim of the research is to identify the factors influencing the tendency to have children with an emphasis on virtual social networks. The statistical population is one-child or childless couples in the four cities of Tehran, which were interviewed based on theoretical saturation and targeted sampling of 15 couples. To analyze the data, the qualitative strategy of Strauss and Corbin's data-based theory was used and three stages of open, central and selective coding were used. For validation, third-party coding was used to ensure the correctness of the coding and the lack of bias in the researcher's understanding of the content of the interviews. Based on the results, the research model in the framework of six categories; Causal conditions include bad economic conditions, the formation of new cultures and political instability, background conditions including media pressure, public beliefs and tendencies, illusions, the dominance and attack of virtual influencers, mediating or intervening conditions including increasing family expectations, the difficulty of providing for children's expenses, Fear of responsibility, concern about the stability of the country and disturbing news, the central category including fear of responsibility, strategies including positive presence in the virtual space, promoting childbearing in this space, Providing good role models in the virtual space, facilitating the economic situation, holding analytical meetings in this space, the consequences include reducing the fear of young couples, creating the joy of having children and having children, increasing the tendency to get married and marginalizing the negative pages. Based on the results of the research, the higher the presence in the virtual space in order to restore the health of the society and the country's population, the more we see the joy of having children and raising children among young couples and the increase in the tendency to get married.

Keywords: Virtual networks, marriage, family, single child, childlessness.

64

Vol. 3
Autumn 2023



Research Paper

Received:
2022-02-20

Revise:
2022-12-24

Accepted
2023-05-12

Publication:
2023-09-23

P.P: 37-54



DOR: 20.1001.1.26454955.1402.18.64.2.0

1. PhD student, Department of Social Communication Sciences, Faculty of Humanities, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
2. Corresponding Author: Associate Professor, Department of Social Communication Sciences, Faculty of Humanities, North Tehran Azad University, Tehran, Iran. alirahmanzadeh@gmail.com
3. Assistant Professor, Department of Social Communication Sciences, Faculty of Humanities, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Publisher: Imam Hussein University

© Authors



This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).



عوامل موثر بر فرزندآوری با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی

نرجس کیانپور^۱ | سیدعلی رحمانزاده^۲ | نوروز هاشم‌زهی^۳

چکیده

هدف پژوهش شناسایی عوامل موثر بر گرایش به فرزندآوری با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی است. جامعه آماری، زوج‌های تک‌فرزند و یا بی‌فرزند منطقه چهار شهر تهران است که برحسب اشیاع نظری و نمونه‌گیری هدفمند از ۱۵ زوج، مصاحبه به عمل آمد. برای تحلیل داده‌ها از راهبرد کیفی نظریه داده‌بنیاد استراوس و کوربین و طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد. جهت اعتبارسنجی از کدگذاری شخص ثالث استفاده شد تا از درستی کدگذاری و سلیقه‌ای نبودن درک محقق از مضمون مصاحبه‌ها اطمینان حاصل شود. بر مبنای نتایج، مدل پژوهش در چارچوب شش مقوله؛ شرایط علی شامل شرایط بد اقتصادی، شکل‌گیری فرهنگ‌های جدید و ناپایداری سیاسی، شرایط زمینه‌ای دربرگیرنده فشارهای رسانه‌ای، باورها و گرایش‌های عمومی، چشم‌وهم‌چشمی‌ها، غلبه و هجمه اینفلوئنسر های مجازی، شرایط میانجی یا مداخله‌گر شامل افزایش توقعات خانواده‌ها، دشواری تأمین هزینه‌های کودک، ترس از مسئولیت، نگرانی بابت ثبات کشور و اخبار نگران کننده، مقوله محوری شامل ترس از مسئولیت، راهبردها شامل حضور مثبت در فضای مجازی، تبلیغ فرزندآوری در این فضا، ارائه الگوهای خوب در فضای مجازی، تسهیل وضعیت اقتصادی، برگزاری جلسات تحلیلی در این فضا، پیامدها شامل کاهش ترس زوجین جوان، ایجاد لذت فرزند داشتن و فرزند آوری، افزایش گرایش به ازدواج و به حاشیه راندن صفحات معاند می‌باشد. بر مبنای نتایج پژوهش، هر چه حضور در فضای مجازی در راستای احیای سلامت جامعه و جمعیت کشور بالاتر باشد بیشتر شاهد ایجاد لذت فرزند داشتن و فرزند آوری در بین زوج‌های جوان و افزایش گرایش به ازدواج هستیم.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های مجازی، ازدواج، خانواده، تک‌فرزندی، بی‌فرزندی.

۱. دانشجوی دکتری، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول: استادیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
alirahmanzadeh@gmail.com

۳. استادیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه

جمعیت و مسائل مربوط به آن، از جمله مسائل چند بعدی و پیچیده جوامع انسانی است که تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است. زادآوری به عنوان یکی از اجزای اصلی رشد جمعیت، موضوعی است که همواره مورد توجه قرار گرفته و پژوهش‌های گسترده و دامنه‌داری در زمینه شناخت عوامل مؤثر بر آن در کشورهای مختلف از جمله ایران صورت گرفته است (برون، ۱۳۹۹). در واقع نقش زادآوری به عنوان مهم‌ترین پدیده تعیین‌کننده نوسانات جمعیتی، باعث شده که مطالعات مربوط به آن نسبت به سایر پدیده‌های جمعیتی از اهمیت قابل توجهی برخوردار باشد. اندازه‌گیری و شناخت سطح زادآوری و عوامل مؤثر بر آن، نه تنها در پیش‌بینی‌های جمعیتی که اساس و زیربنای برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، اجتماعی و جمعیتی است، بلکه در ارزیابی شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه مورد مطالعه نیز از شاخص‌های کلان و مهم به شمار می‌آید (شیوندی چلیچه و رمضی، ۱۳۹۹). جمعیت و مسائل مربوط به آن، از جمله مسائل چند بعدی و پیچیده جوامع انسانی است که تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است. زادآوری به عنوان یکی از اجزای اصلی رشد جمعیت، موضوعی است که همواره مورد توجه قرار گرفته و پژوهش‌های گسترده و دامنه‌داری در زمینه شناخت عوامل مؤثر بر آن در کشورهای مختلف از جمله ایران صورت گرفته است (برون، ۱۳۹۹). در واقع نقش زادآوری به عنوان مهم‌ترین پدیده تعیین‌کننده نوسانات جمعیتی، باعث شده که مطالعات مربوط به آن نسبت به سایر پدیده‌های جمعیتی از اهمیت قابل توجهی برخوردار باشد. اندازه‌گیری و شناخت سطح زادآوری و عوامل مؤثر بر آن، نه تنها در پیش‌بینی‌های جمعیتی که اساس و زیربنای برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، اجتماعی و جمعیتی است، بلکه در ارزیابی شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه مورد مطالعه نیز از شاخص‌های کلان و مهم به شمار می‌آید (شیوندی چلیچه و رمضی، ۱۳۹۹).

کاهش زادآوری منجر به پیری جمعیت می‌شود که همین امر باعث کاهش نیروی کار و دشواری در برآوردن نیازهای عرصه شغلی آینده می‌شود و پیر شدن جمعیت نیز به معنای کاهش یافتن مالیات پایه است که به دنبال آن، حفظ سطح فعلی درآمد، بهداشت و سایر هزینه‌های اجتماعی به مخاطره خواهد افتاد (بلوم و همکاران^۱، ۲۰۱۱).

1. Bloom

خانواده ایرانی امروزه با مسائلی روبه‌رو است؛ چالش‌های مابین ارزش‌های سنتی و مدرن، ورود فناوری و فرهنگ نهفته در بطن آن به‌علاوه تحولات عمیق و گسترده سیاسی و اقتصادی و پیدایی طبقه متوسط شهری، افزایش بی‌سابقه مصرف کالاهای جدید، ورود امکانات جدید ارتباطی نظیر اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای به زندگی شهروندان موجب تغییرات ارزشی شدید در جامعه ما شده‌اند. یکی از عرصه‌هایی که در این سال‌ها دستخوش تغییر و تحولات بسیاری شده، روند رشد جمعیت و فرزندآوری و روی آوردن خانواده‌ها به داشتن یک فرزند است (صالحی، ۱۳۹۹). این پدیده که از یکی دو دهه قبل شروع شده است کم‌کم در حال غالب شدن در جامعه و تبدیل شدن به یک کنش هنجاری می‌باشد (نقش و همکاران، ۱۳۹۸). طبق مطالعات صورت گرفته نسبت تعداد خانوارهای تک فرزند به کل خانوارهای کشور در سال‌های ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰ به ترتیب به نسبت‌های ۱۷/۲ درصد، ۲۳/۹ درصد و ۲۸/۵ درصد تغییر کرده است (فروتن و بیژنی، ۱۳۹۹). این نوع تک‌فرزندی به دلیل شرایط نامساعد بهداشتی و مرگ‌ومیر بالا نیست، بلکه والدین به طور ارادی و به‌دلخواه خود به داشتن یک فرزند اکتفا می‌کنند (یاسین و فریدونی، ۱۳۹۵).

کشور ایران نیز در حال حاضر یک کاهش زادآوری را تجربه می‌کند، در این راستا نتایج سرشماری‌های آماری نشان می‌دهد که زادآوری کل در کشور از سال‌های ۱۳۶۵ به بعد کاهش یافته است. همچنین بر مبنای داده‌های بررسی ویژگی‌های بهداشتی- جمعیتی ایران، میزان زادآوری کل در سال ۱۳۷۹ به حدود ۲/۱ کاهش یافته و بسیاری از نقاط شهری کشور باوری پایین‌تر از حد جانمایی را تجربه نموده‌اند (عباسی شوازی، ۱۳۸۱). مطالعه سرایی (۱۳۸۱) نشان داد که در نسل‌های مربوط به پیش از انقلاب، نگرش به ازدواج و تشکیل خانواده جایگاه ویژه‌ای در بین افراد جامعه داشته و در اوایل انقلاب و در سال‌های جنگ متأثر از تجربه جهانی شدن و گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، میزان زادآوری کاهش قابل توجهی داشته است. مهم‌تر از آن گسترش روند کاهش جمعیت و تمایل پایین به زادآوری در سال‌های اخیر با وجود بهبود نسبی سطح زندگی است. مطالعات مشابه در سایر کشورها نیز نشان دهنده کاهش زادآوری و تثبیت سیاست تک‌فرزندی است. به طور مثال، یافته‌های پژوهش هو و شی^۱ (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که

1. Hu & Shi

سیاست تک‌فرزندی در میان مردم چین نمی‌تواند تأثیرات مثبتی بر ابعاد فرهنگی جامعه چینی داشته باشد و تداوم این سیاست می‌تواند ارتباطات میان نسلی را به مخاطره بیندازد. به باور جیتل-باستان^۱ و همکاران (۲۰۱۹) اصلی‌ترین تأثیر این سیاست را می‌توان به تغییر در شیوه‌های تربیتی، تغییرات گسترده میان نسلی و انزوای نسل جدید دانست. به باور این پژوهشگران شکل جدید زیست در میان خانواده‌های چینی باعث انقطاع گسترده از فرهنگ باستانی میان مردمان این کشور شده است. شجاعی و عرفانی (۱۳۹۸)، در پژوهش خود روند و الگوی تک‌فرزندی در ایران را مورد بررسی قرار داده و دریافتند که نه تنها تک‌فرزندی احتمالی بلکه تک‌فرزندی قطعی طی یک دهه گذشته در ایران نیز افزایش یافته است. نتایج پژوهش دیگری نیز نشان می‌دهد که احتمال تک‌فرزندی در بین زنان با تحصیلات دانشگاهی و شاغل بیشتر از زنان با دیگر سطوح تحصیلی و خانه دار بود. سکونت در منازل آپارتمانی، استیجاری و نیز افزایش تعداد خانوارهای ساکن در یک مکان احتمال تک‌فرزندی را به‌طور معنی‌دار افزایش می‌دهد (محمودیانی، ۱۳۹۹). این در حالی است که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مؤلفه جمعیت و فرزندآوری عامل اصلی در پیشرفت تکنولوژی و اقتدار اقتصادی و اجتماعی بوده است، زیرا نه تنها تأمین نیاز مالی و اقتصادی، رشد و پیشرفت علم و تکنولوژی را سرعت می‌بخشد بلکه نوعی رقابت برای دست یافتن بروزترین تکنولوژی‌های دنیا نیز افزایش پیدا می‌کند (شکراللهی فر و همکاران، ۱۳۹۹). از جمله مواردی که می‌تواند نقش مؤثری در روند کاهش زادآوری داشته باشد، پیشرفت و توسعه و رشد تکنولوژی است که بر زندگی مردم حتی در زمینه‌های ارزشی و عاطفی تأثیر گذاشته و به صورت عاملی در جهت کاهش زادآوری عمل می‌کند (مظاهری و قادرنیا، ۱۳۹۹). نمونه‌ای از رشد تکنولوژی، گسترش صنعت ارتباطات و به‌ویژه فضای مجازی اینترنت است که باعث سرعت و دقت در کارها و گسترش ارتباطات شده است؛ به‌گونه‌ای که کره زمین را تبدیل به دهکده جهانی کرده است. اینترنت منتقل‌کننده میلیون‌ها پیام است، پیام‌هایی که بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت فرهنگی کاربران آن در سطح خرد و بر نظام‌های فرهنگی-اجتماعی در سطح کلان تأثیر می‌گذارد. با پیشرفت این رسانه‌ها، دوره سیال و ابهام‌آمیزی از پیامدهای احتمالاً منفی دنیای مدرن و رسانه‌های ارتباطی نوین آن برای انسان معاصر ترسیم می‌شود (نصراللهی، ۱۳۹۳). در سراسر

1. Gietel-Basten

جهان صدها میلیون از کاربران عضو صدها شبکه اجتماعی مختلف هستند (برات دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱). امروزه شبکه‌های اجتماعی بر پایه اینترنت از جمله فیس‌بوک^۱ در بین کاربران محبوبیت بسزایی کسب کرده‌اند. این شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی برای تبادل نظر هستند که در آنها کاربران عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند (نقش و همکاران، ۱۳۹۸). رسانه‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها جهان شده‌اند و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده‌اند؛ بدین معنی که امروزه با استفاده از اینترنت، امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری دیداری و نوشتاری با هزینه‌های نسبتاً کم فراهم آمده است (کیانی و همکاران، ۱۳۹۳). از این‌رو، عده‌ای از اندیشمندان علوم اجتماعی معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی ظرفیت ایجاد حوزه عمومی مجازی را دارند که کاربران می‌توانند از طریق آن به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوع‌های مختلف بپردازند (عبداللهی و رحیمی، ۱۳۹۷).

با وجود اهمیت کارکردهای شبکه اجتماعی، اما امروزه از رفت‌وآمدهای خانوادگی، ارتباطات چهره به چهره دوستان و آشنایان با یکدیگر به شدت کاسته شده و در مقابل، همه این کنشگری‌های اجتماعی جای خود را به تعاملات از بستر فضای مجازی و الکترونیکی در صفحات شخصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی داده است (آلکات و جنتزکوو^۲، ۲۰۱۷). بنابراین، شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی، با قابلیت و امکانات خود تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون داشته‌اند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۵). یکی از این مسائل مهم که رسانه و شبکه‌های اجتماعی آن را متأثر می‌سازد، مسئله جمعیت و مسائل مربوط به آن است که تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و ارتباطی قرار دارد. مطالعات نشان می‌دهد نسبت‌های فرزندآوری بر مبنای داده‌های شاخص‌های چندگانه سلامت و جمعیت در ایران روند کند کاهش زادآوری در دهه گذشته را تأیید می‌کند (نظری، ۱۳۹۹). با توجه به استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر و به اشتراک گذاشتن جزئی‌ترین مسائل زندگی خصوصی افراد در این شبکه‌های، تأثیرپذیری زوجین به‌ویژه زوجین

1. Facebook
2. Allcott. & Gentzkow

جوان از سبک‌های زندگی ترویج شده قابل مطالعه است. از این‌رو، کار کردن در این زمینه می‌تواند راهگشای پژوهش‌های آینده باشد و خلأهای موجود را پوشش دهد. از این‌رو مسئله اصلی پژوهش این است که تعیین‌کننده‌های تمایل زوجین به ناباروری خودخواسته و تک‌فرزندی با در نظر گرفتن نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی چیست؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر به شیوه کیفی و با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد^۱ انجام می‌گیرد. نظریه داده‌بنیاد برای شناسایی فرایندها در بستر اجتماعی‌شان و تجزیه و تحلیل و تفسیر عوامل و وضعیت‌های مرتبط با فرایندها مناسب است و از سوی دیگر به شناسایی، توصیف و توضیح فرایندهای تعاملی بین افراد و گروه‌ها در یک بستر اجتماعی می‌پردازد (پولیت و هانگلر^۲، ۲۰۰۶). جامعه آماری پژوهش، زوج‌های تک‌فرزند و یا بی‌فرزند در منطقه چهار شهر تهران در سال ۱۴۰۰ است که با ۱۵ نفر از آنها مصاحبه عمیق صورت گرفت. به منظور غنای پژوهش، تلاش شد تا با افرادی که شخصاً موضوع پژوهش را تجربه کرده‌اند و علاقمند به همکاری بودند مصاحبه صورت گیرد. با توجه به هدف پژوهش، از روش نمونه‌گیری در دسترس برای مصاحبه استفاده شد. جمع‌آوری اطلاعات تا زمان رسیدن به اشباع رسیدن داده‌ها ادامه پیدا کرد. به تدریج کدگذاری متن مصاحبه‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها منجر به جمع‌بندی و طبقه‌بندی داده‌ها شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش استراوس و کوربین^۳ (۱۹۹۸) شامل سه مرحله کدگذاری باز^۴، کدگذاری محوری^۵ و کدگذاری انتخابی^۶ استفاده شد. در مرحله کدگذاری باز، متن کلیه مصاحبه‌ها به صورت جداگانه و خط به خط مطالعه، مفاهیم و سپس مقوله‌های آنها استخراج گشت. در مرحله کدگذاری محوری، مقوله‌های استخراج شده از هر مصاحبه را باهم و با مقوله‌های سایر مصاحبه‌ها مقایسه و مقوله‌ها را یکپارچه کردیم. برای مقوله‌ها در صورت لزوم زیر مقوله‌ها، خصوصیات و ابعاد تعریف نمودیم. در مرحله کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها و ابعاد آنها، مقایسه و یکپارچه شده،

1. Grounded Theory
2. Polit, & Hungler
3. Strauss & Corbin
4. Open Coding
5. Axial Coding
6. Selective Coding

طبقات نهایی به دست آمدند؛ که گام اول برای استخراج مدل از داده‌ها است. برای اطمینان از روایی و پایایی پژوهش، پرسش‌های مصاحبه به تأیید چند متخصص رسانه‌ها شد. لینکلن و گوبا در ارزیابی مطالعات کیفی به معیارهای اعتمادپذیری^۱، باورپذیری^۲، اطمینان‌پذیری^۳، انتقال‌پذیری^۴ و تصدیق‌پذیری^۵ اشاره نمودند (فلیک، ۲۰۰۹، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۷). برای دستیابی به این موارد، اقدامات زیر انجام شد: پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تحلیل مداوم و همراه با گردآوری داده در طول انجام مصاحبه‌ها، بررسی نحوه کدگذاری مصاحبه‌ها توسط متخصصی دیگر برای اطمینان از درستی کدگذاری و سلیقه‌ای نبودن درک محقق از مضمون مصاحبه‌ها.

یافته‌ها

در این پژوهش ۱۵ مشارکت‌کننده حضور داشتند که تعداد ۹ نفر را زن و ۶ نفر را مرد تشکیل دادند. همه افراد متأهل بوده و حداقل ۱۰ سال سابقه تأهل داشته‌اند. از این تعداد ۸ نفر کارمند اداری و دولتی و ۷ نفر دارای شغل آزاد بودند. همچنین تعداد ۱۰ نفر از حاضرین دارای یک فرزند و ۵ نفر فاقد فرزند بودند.

جدول ۱: وضعیت جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

۹	زن	جنسیت
۶	مرد	
۸	کارمند اداری و دولتی	شغل
۷	شغل آزاد	
۱۰	یک فرزند	تعداد فرزند
۱۵	بدون فرزند	

بر مبنای تئوری داده بنیاد و رویکرد استراوس و کوربین، هر پدیده شامل شش مقوله محوری، یکسری شرایط علی، مجموعه‌ای از شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، تعدادی راهبرد برای تأثیرگذاری

1. Trustworthiness
2. Credibility
3. Dependability
4. Transferability
5. Confirmability

بر مقوله محوری و نهایتاً مجموعه‌ای از پیامدهاست. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، در گام اول اقدام به کدگذاری باز شد. نتایج چند مورد از این کدگذاری در جدول (۲) نشان داده شده است.

جدول ۲: کدگذاری باز مصاحبه‌های انجام شده

کدهای باز	گزاره‌های حاصل از مصاحبه
اثرگذاری بیش از حد سلبریتی‌ها بر افکار عمومی	متأسفانه امروز سلبریتی‌ها و چهره‌های مجازی بسیار بر افکار عامه تأثیرگذار هستند و همین مسئله باعث می‌شود تا در بسیاری از موارد ببینیم که آنها با ارائه مدلی که به ما نشان می‌دهند باعث می‌شوند که تک‌فرزندی و فرزند نداشتن تبدیل به ارزش شود.
ناتوانی در تأمین نیازهای شخصی خود	یکی از ترس‌هایی که خیلی از افراد دارند این است که نتوانند از پس نیازهای زندگی زناشویی و اساساً زمانی که شما در فضای مجازی می‌چرخید و می‌بینید همه چیز بد است و فقر همه جا را گرفته در نتیجه به همین نتیجه می‌رسید و خب دیگر نمی‌شود کاری کرد.
ناتوانی در رسیدن به آرزوهای فردی، گرانی بی‌رویه	متأسفانه این ترس وجود دارد که افراد نتوانند به آرزوهای فردی خود برسند و در کنار این نگرانی زمانی که با گرانی افسار گسیخته و تورم روبه‌رو می‌شوند خب این وضعیت تشدید می‌شود. شما وارد فضای مجازی می‌شود و می‌بینید که زندگی بعضی افراد چه زرق‌وبرقی دارد خب وقتی به خودتان رجوع می‌کنید می‌بینید که هیچ ندارد طبیعی است که نسبت به ازدواج و فرزند آوری دل‌سرد می‌شود.
گسترش گرایش به داشتن سگ به جای فرزند	گسترش گرایش به داشتن سگ به جای فرزند از جمله چیزهایی است که امروزه خیلی در فضای مجازی شایع و رایج است. متأسفانه نمی‌دانم منشأ این مسئله کجاست اما خب وقتی کسی این وضعیت را می‌بیند دلش می‌خواهد این را تکرار کند.
نداشتن الگوی مناسب در زندگی	یک مشکل دیگر این است که ما در فضای مجازی خیلی الگوهای درستی نداریم. یعنی مشکل این است که ما اصلاً الگوهای خوبی به آن شکل نمی‌بینیم در این فضا.
الگوگیری‌های منفی	تماشای نوع زندگی شخصیت‌های مجازی باعث می‌شود که بسیاری از خانواده‌ها از آنها تبعیت کنند چون زندگی پر زرق‌وبرقی دارند.
ترویج ارزش‌های زندگی مدرنیته و رفاه‌طلب	متأسفانه بسیاری از شبکه‌های مجازی با استفاده از ضعف مخاطبین در بازشناسی مسائل در ارائه محتوا شیطنت‌هایی می‌کنند که همین امر باعث می‌شود تا شاهد این باشیم که به راحتی خیلی از افراد علی‌رغم اینکه دلشان فرزند می‌خواهد اما تحت تأثیر شرایط این کار را نمی‌کنند.
شکاف بین انتظارات و	این راهم فراموش نکنیم که امروزه شاهد افزایش توقع خانواده‌ها هستیم. زندگی پر

کدهای باز	گزاره‌های حاصل از مصاحبه
ظرفیت‌ها	زرق و برق خیلی‌ها را در فضای مجازی می‌بینیم و این امر باعث می‌شود تا توقعات بالا برود و خب نتیجه‌اش هم طبیعتاً این است که خیلی‌ها کناره‌گیری می‌کنند و ترجیح می‌دهند تا هیچ کاری نکنند.
تبلیغ راحت بودن در صورت نداشتن فرزند، لذت‌طلبی حال و غفلت از آینده	تبلیغ راحت بودن زندگی مشترک و فرزند آوری در این بین کاری است که ما باید انجام دهیم. در واقع ما باید نشان دهیم که آن‌قدرها هم که یک عده می‌گویند زندگی مشترک سخت نیست. برعکس زندگی مشترک می‌تواند خیلی شیرین باشد و فرزند داشتن به شیرینی این وضعیت کمک کند.

در مرحله بعد، اقدام به کدگذاری محوری و انتخابی شد. هدف از کدگذاری محوری ایجاد رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. اساس ارتباط‌دهی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از مقوله‌ها قرار دارد. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و کدگذاری محوری، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. به این ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و مقوله‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می‌کند. کدگذاری مصاحبه‌ها نشان داد که عوامل مربوط به مدل پارادایمی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تک‌فرزندی و بی‌فرزندی والدین در قالب طبقه‌بندی به شرح جدول (۲) مقوله‌ها ذکر شده است.

جدول ۳: کدگذاری باز و محوری داده‌ها

کدمحوری	کدباز	گزاره
پدیده محوری	ترس از مسئولیت	نگرانی از باب ناتوانی در تأمین نیازهای اقتصادی فرزندان، گرایش به بخشیدن یک زندگی مجلل به فرزند، تماشای زندگی لوکس فرزندان شاخ‌های مجازی
شرایط علی	شرایط بد اقتصادی	ناتوانی در تأمین نیازهای شخصی خود، ناتوانی در رسیدن به آرزوهای فردی، گرانی بی‌رویه، تورم افسارگسیخته
	شکل‌گیری فرهنگ‌های جدید	گسترش گرایش به داشتن سگ به‌جای فرزند، الگوگیری‌های منفی، تبلیغ تک‌فرزندی و بی‌فرزندی در فضای مجازی، تبلیغ راحت بودن در صورت نداشتن

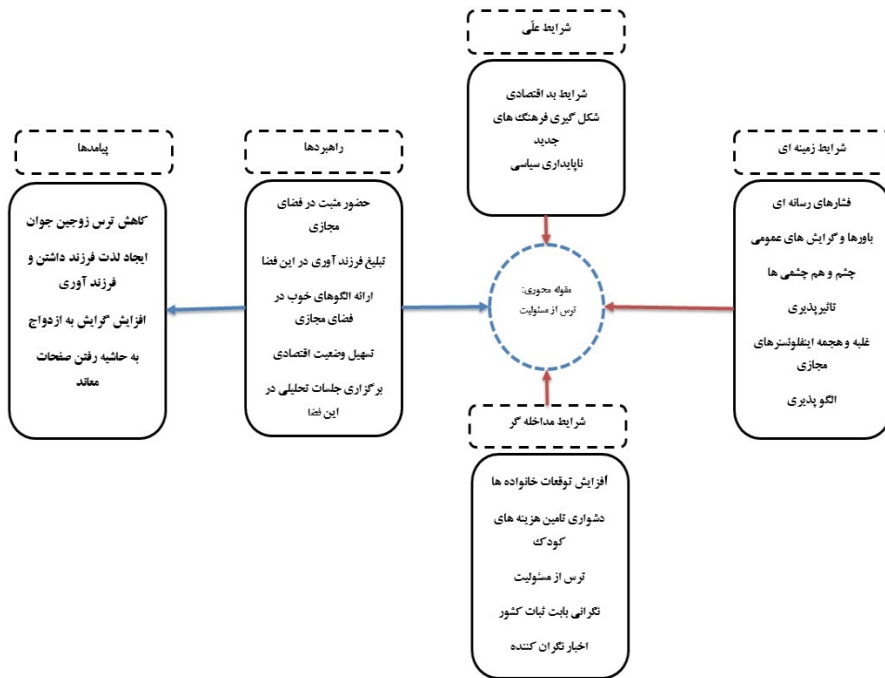
کدمحوری	کدباز	گزاره
		فرزند، لذت‌طلبی حال و غفلت از آینده، تأکید بر سختی‌های فرزند آوری
	ناپایداری سیاسی	عدم ثبات سیاسی در سطح منطقه، گرایش به مهاجرت، تبلیغ خوبی‌های زندگی در خارج از ایران، سیاه‌نمایی از وضعیت داخلی ایران
شرایط زمینه‌ای	فشارهای رسانه‌ای	تبدیل شبکه‌های مجازی به اصلی‌ترین مرکز برای تبلیغات و خبررسانی، استفاده از شبکه‌های مجازی جهت اشاعه ارزش‌های فرهنگی، مقابله با توسعه جمعیتی ایران
	باورها و گرایش‌های عمومی	ایجاد یک ترس و واکنش عمومی نسبت به فرزند آوری، ناتوانی نسبت به تأمین نیازهای کودک، تبدیل تک‌فرزندی به الگوی درست زندگی
	چشم‌وهم‌چشمی‌ها	رقابت در فضای مجازی میان خانواده‌ها، الگوپذیری خانواده‌ها از چهره‌های معروف مجازی و سلبریتی‌ها
	تأثیرپذیری	نمایش و زرق‌وبرق زیاد زندگی شخصیت‌های مجازی تک‌فرزند و یا بی‌فرزند، گره زدن خوشبختی به تک‌فرزندی در فضای مجازی، نمایش دشواری‌های کودک آوری، تأکید بر به هم ریختن اندام‌های زنانه پس از بارداری
	غلبه و هجوم اینفلوئنسرهای مجازی	اثرگذاری بیش از حد سلبریتی‌ها بر افکار عامه، فقدان عزت نفس عمومی در مقابل سلبریتی‌ها، نداشتن الگوی مناسب در زندگی
	الگوپذیری	احساس پوچی در مقابل زرق‌وبرق زندگی سلبریتی‌ها، نداشتن عزت نفس در مقابل سلبریتی‌های مجازی، ترویج ارزش‌های زندگی مدرنیته و رفاه‌طلب
شرایط مداخله‌گر	افزایش توقعات خانواده‌ها	شکاف بین انتظارات و ظرفیت‌ها، تمایل به داشتن زندگی پر زرق‌وبرق نظیر قهرمانان مجازی
	دشواری تأمین هزینه‌های	نمایش کالاهای لوکس مربوط به کودکان در اینستاگرام،

کدمحوری	کدباز	گزاره
	کودک	احساس ناتوانی در مقابل تأمین نیازهای مالی کودک، فاصله زیاد بین مطلوب و موجود اقتصادی در ذهن کودکان
	ترس از مسئولیت	ترس از ناتوانی در مقابل مسئولیت‌های زندگی مشترک، ترس از جدا شدن و یتیم ماندن کودکان
	نگرانی بابت ثبات کشور	بی‌ثباتی وضعیت داخلی کشور، ناامن و عدم امنیت اقتصادی
	اخبار نگران کننده	بمباران اخبار ناراحت کننده در فضای مجازی، تکثیر سرطانی ناامیدی نسبت به آینده در فضای مجازی
راهنم‌ها	حضور مثبت در فضای مجازی	افزایش حضور حامیان ازدواج و فرزند آوری در فضای مجازی، تبلیغات مثبت و اصولی
	تبلیغ فرزند آوری در این فضا	نشان دادن زیبایی‌های داشتن فرزند، ارائه تصویری شفاف از داشتن فرزند و زیبایی‌های آن، تأکید بر اهمیت مسئولیت‌پذیری
	ارائه الگوهای خوب در فضای مجازی	تأکید بر الگوهای خوب در فضای مجازی پیرامون فرزندآوری، نشان دادن جنبه‌های مثبت فرزندآوری، تأکید بر جنبه‌های معنوی و روحی به جای مسائل اقتصادی در فرزندآوری
	تسهیل وضعیت اقتصادی	ارائه کمک نسبت به فرزندآوری از لحاظ اقتصادی، اعطای مشوق به مادران باردار
	برگزاری جلسات تحلیلی در این فضا	اجرای لایوهای مشترک جهت کاهش ترس خانواده‌ها، ارائه راهنم‌های عملیاتی برای ایجاد تعادل میان آرزوی فرزند آوری و دشواری‌های اقتصادی
پیامدها	کاهش ترس زوجین جوان	کم شدن ترس زوجین از ازدواج و فرزندآوری، غلبه تمایل به فرزند آوری بر ترس از ازدواج
	ایجاد لذت فرزند داشتن و فرزند آوری	تأکید بر اهداف غایی در زندگی، تأکید بر گذرا بودن سختی‌ها، گسترش میل به فرزند آوری، آسان گرفتن زندگی
	افزایش گرایش به ازدواج	افزایش گرایش به ازدواج در میان جوانان، گسترش ارتباطات میان طرفین

عوامل موثر بر فرزندآوری با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی

گزاره	کدباز	کدمحوری
کم شدن بازدید از صفحات معاند، کم شدن میزان بازدید صفحات سیاه نما و ناامید ساز	به حاشیه رفتن صفحات معاند	

پس از شناسایی مقوله‌ها و مفاهیم و جای دادن آنها در عوامل بیان شده، محقق آنها را در چارچوب شرایط علی، زمینه‌ای، شرایط میانجی، راهبردهای کنش/کنش متقابل و پیامدها قرار داد و ارتباط بین آنها نیز با فلش‌هایی مشخص شد. طبق مدل پارادایمی نظریه داده‌بنیاد به شرح ذیل می‌باشد:



شکل ۱: عوامل موثر بر فرزندآوری با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر شناسایی تعیین‌کننده‌های گرایش به فرزندآوری با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی است. رسانه‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به تحول در شدت

و میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان شده‌اند و تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی افراد داشته است. به طوری که به نظر قربانی و همکاران (۱۳۹۵) شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی، با قابلیت و امکانات خود تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون داشته‌اند.

یکی از مسائل مهم مسئله جمعیت می‌باشد؛ به طوری که نتایج پژوهش‌های صورت گرفته (شجاعی و عرفانی، ۱۳۹۸؛ فروتن و بیژنی، ۱۳۹۹) نشان داد که روند رشد جمعیت و نسبت فرزندآوری در حال کاهش است. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل موثر بر گرایش به فرزندآوری با توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی شامل یک‌سری شرایط علی، زمینه، شرایط میانجی یا مداخله‌گر، مقوله محوری، راهبردها و پیامدها می‌باشد. اصلی‌ترین شرایط زمینه‌ای شامل فشارهای رسانه‌ای، باورها و گرایش‌های عمومی، چشم‌وهم‌چشمی‌ها، تأثیرپذیری، غلبه و هجومه سلبریتی‌های مجازی و الگوپذیری است. در واقع زمینه‌های اصلی شکل‌گیری این پدیده را می‌توان در غلبه فضای مجازی بر زندگی‌های امروز دانست؛ جایی که افراد ارزش‌ها و باورهای خود را از فضای مجازی دریافت می‌کنند و این فضا به اذهان عمومی شکل می‌دهد و باعث می‌شود که افراد زمینه‌های گرایش به تک‌فرزندی را پیدا کنند. این نتیجه با یافته‌های شرف‌الدین و اسماعیلی (۱۳۹۳) مطابقت دارد. نتایج پژوهش آنها بیانگر این است که اکثر رسانه‌ها کمکی به تحکیم بنیان خانواده نمی‌کنند. از سوی دیگر، نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های قربانی و همکاران (۱۳۹۵) مطابقت ندارد. نتایج آنها نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر کاهش تمایل به باروری تأثیری نداشته است. این در حالی است که شبکه‌های اجتماعی از طریق الگوسازی و تغییر سبک زندگی بر زادآوری تأثیرگذار است.

شرایط علی مستقیماً بر پدیده اصلی یعنی ترس از مسئولیت اثر می‌گذارند. این مؤلفه‌ها شامل شرایط بد اقتصادی، شکل‌گیری فرهنگ‌های جدید و ناپایداری سیاسی است. در واقع در دوره‌ای که به سر می‌بریم مسائلی نظیر شرایط بد اقتصادی در کنار ناپایداری‌های سیاسی و افزایش بی‌رویه قیمت دلار و تورم افسارگسیخته سبب شده‌اند تا شاهد آن باشیم که افراد نمی‌خواهند زیر بار مسئولیت بروند. مطابق با یافته نظری (۱۳۹۹) مسئله جمعیت تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی قرار دارد.

در همین رابطه شرایط مداخله‌گر سومین دسته از مؤلفه‌هایی هستند که از بیرون بر شکل‌گیری گرایش به فرزندآوری اثر می‌گذارند. این مؤلفه‌ها شامل افزایش توقعات خانواده‌ها، دشواری تأمین هزینه‌های کودک، نگرانی بابت ثبات کشور و گسترش اخبار نگران‌کننده است. امروز در فضای مجازی غلبه با اخبار بد و ناامیدکننده است که باعث می‌شود ترس در تصمیم‌گیری‌ها بیشتر شود. در واقع زمانی که افراد هر روز اخبار ناامیدکننده از شرایط اقتصادی و بهداشتی می‌شنوند و هر روز بیشتر احساس می‌کنند که وضعیت جامعه به سمت وسوی بد حرکت می‌کند در نتیجه بدیهی است که گرایش به ازدواج و فرزندآوری کاهش یابد. بر مبنای نتایج پژوهش خدیوزاده^۱ و همکاران (۲۰۱۳) شبکه‌های اجتماعی از طریق چهار مقوله ادراک از زادآوری در ارتباط با شبکه اجتماعی، انواع مختلف تاثیر شبکه اجتماعی، قضاوت‌های ذهنی نسبت به منافع شبکه اجتماعی و تناسب آن با زندگی فرد و تعامل زنان با شبکه اجتماعی بر قصد داشتن نخستین فرزند افراد مورد مطالعه تاثیرگذار بودند.

مطابق با یافته‌های لی^۲ و همکاران (۲۰۱۸) با گسترش ارتباطات در فضای مجازی، روابط بین اعضای خانواده به سردی می‌گراید. سردی روابط خانوادگی را می‌توان به سبب داشتن تجربیات زیستی متفاوت بین اعضای خانواده دانست. والدین و فرزندان کمتر در فضاهای مشترک فیزیکی و عاطفی و اطلاعاتی و تفریحی واقعی، خاطرات مشترکی را با هم تجربه می‌کنند. این کاهش اشتراکات عاطفی و فکری و اطلاعاتی به تفاوت در منظر و دیدگاه آن‌ها دامن می‌زند و در نتیجه هر کدام از این دو، زندگی را از دید خود تفسیر متفاوت می‌کنند.

مطابق با یافته‌های پژوهش اصلی‌ترین راهبردها جهت مدیریت این امر حضور مثبت در فضای مجازی، تبلیغ فرزندآوری در این فضا، ارائه الگوهای خوب در فضای مجازی، تسهیل وضعیت اقتصادی و برگزاری جلسات تحلیلی در این فضا است. در واقع زمانی که ما می‌بینیم فضای مجازی تبدیل به ابزاری برای سیاه‌نمایی و سم‌پاشی شده است که امید نسل جوان را هدف گرفته‌اند ضمن اصلاح زیرساخت‌ها و مؤلفه‌های تشدیدکننده وضع موجود، ضمن اصلاح نظام اقتصادی و بهبود قدرت خرید و تأمین‌کنندگی عمومی لازم است تا در فضای مجازی نیز حضوری مستقیم و متمرکز داشته باشیم تا از این طریق بتوانیم به مقابله با دشمن بپردازیم. طبیعی است که در صورت

1. Khadivzadeh

2. Li

اجرای درست این راهبردها شاهد پیامدهایی خواهیم بود که منجر به قوام‌گیری هر چه بیشتر سرزمین‌مان خواهد بود. از جمله پیامدهای اجرای این راهبردها می‌توان به کاهش ترس زوج‌های جوان از مسئله ازدواج و فرزندآوری اشاره کرد چرا که طبعاً زمانی که علل و ریشه‌های شکل‌گیری یک مشکل از بین برود آن مسئله سیر طبیعی خود را پیدا خواهد کرد، همچنین از دیگر پیامدهای کاربست این راهبردها می‌توان به ایجاد لذت فرزند داشتن و فرزندآوری در بین زوج‌های جوان و افزایش گرایش به ازدواج اشاره کرد.

گرایش به ازدواج و فرزندآوری و بقای نسل اساساً در زمره نیازهای فطری انسان است که این نیاز فطری و گرایش طبیعی به واسطه شرایط خاص تربیتی و همچنین شرایط جامعه ممکن است دستخوش تغییراتی شود. در نتیجه فراهم‌سازی بستری که در آن افراد مایل به زندگی عادی و سالم باشند اصل اساسی است. همچنین با توجه به اینکه فضای مجازی امروز در اختیار گروه‌های معاند و دشمنان می‌باشد طبیعی است هر چه حضور ما در فضای مجازی مثبت‌تر و سازنده‌تر باشد و تلاش در راستای احیای سلامت جامعه و جمعیت کشورمان صحیح‌تر باشد این امر باعث می‌شود که شاهد به حاشیه رفتن صفحات معاند باشیم.

بر مبنای یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود نقش رسانه‌های داخلی و خارجی بر تشدید گرایش خانواده‌ها بر تک‌فرزندی مورد مقایسه قرار گیرد. از سوی دیگر، پیامدهای ازدواج دیرتر از موعد بر گرایش به تک‌فرزندی میان زوج‌های جوان مورد بررسی قرار گیرد. از سوی دیگر یکی از اصلی‌ترین محدودیت‌های پژوهش، نبود مبنای نظری داخلی بود که محقق را مجبور به استفاده از دستاوردهای سایر پژوهشگران خارجی کرد؛ در نتیجه تعمیم‌پذیری یافته‌ها کمی دشوار به نظر می‌رسد.

منابع

- برات دستجردی، نگین و صیادی، سمیه (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور شهر اصفهان، پژوهش‌های علوم رفتاری، ۱۰(۵) پیاپی ۳۳۲-۳۴۱: ۲۶.
- برون، مهرداد (۱۳۹۹). فضای مجازی و آسیب‌های آن در نظام خانواده، هشتمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران.
- سرای، حسن (۱۳۸۱). روش‌های مقدماتی تحلیل جمعیت با تأکید بر زادآوری و مرگ‌ومیر، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- شجاعی، جواد؛ عرفانی، امیر (۱۳۹۸). روند و الگوی تک‌فرزندی در ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۶(۸۵): ۸۹-۱۰۵.
- شرف‌الدین، سید حسین و اسماعیلی، رفیع‌الدین (۱۳۹۳). نقش رسانه‌ها در تحکیم خانواده ایرانی، پژوهش‌های فرهنگ و تربیت اسلامی، ۱: ۱۶۲-۱۳۵.
- شکرالهی‌فر، نسرين و فاتحی، حمیدرضا و قائدمحمدی، محمدجواد (۱۳۹۹). بررسی تأثیر فضای مجازی اینترنت تلفن همراه و ماهواره بر خانواده و نقش آن بر جدایی عاطفی، ششمین کنفرانس سراسری دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران، تهران.
- شیوندی چلیچه، کامران و رمضی، فریدون (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی فضای مجازی و خانواده؛ تهدیدها و چالش‌ها، هشتمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران.
- صالحی، مسلم (۱۳۹۹). خانواده و فضای مجازی؛ تهدیدها و چالش‌ها، هفتمین همایش ملی مطالعات و پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی، روانشناسی و مشاوره ایران، تهران.
- عباسی شوازی، محمد جلال (۱۳۸۱). همگرایی رفتارهای زادآوری در ایران: میزان، روند و الگوی سنی زادآوری در استان‌های کشور طی سال‌های ۱۳۵۱، ۱۳۷۵، نامه علوم اجتماعی، ۱۸: ۲۳۱-۲۰۱.
- عبداللهی، عادل و رحیمی، علی (۱۳۹۷). تفسیر و بازنمایی ابعاد مختلف فرزندآوری در بین کاربران اینترنتی، فصلنامه جمعیت، ۲۴ (۱۰۰ و ۹۹): ۶۴-۴۷.
- فروتن، یعقوب و بیژنی، حمیدرضا (۱۳۹۹). تک‌فرزندی و تعیین‌کننده‌های آن در ایران، دو فصلنامه نامه انجمن جمعیت‌شناسی، ۱۵(۲۹): ۱۵-۱.
- فلیک، اوه (۲۰۰۹). درآمدی بر پژوهش کیفی، ترجمه جلیلی، هادی (۱۳۸۷). تهران: نشر نی.
- قربانی، فائزه؛ گلمکانی، ناهید؛ شاکری، محمدتقی (۱۳۹۵). ارتباط استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به فرزندآوری در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی و فردوسی مشهد: مطالعه مقطعی، مجله زنان مامایی و نازایی ایران، ۱۹(۱۹): ۲۴-۱۵.

- کیانپور، مسعود؛ عدلی پور، صمد و حکیمه، ملک احمدی (۱۳۹۳)، تعامل در فیس بوک و تأثیر آن بر هویت مدرن جوانان شهر اصفهان، جهانی رسانه، ۹(۲): ۲۸۴-۲۶۷.
- محمودیانی، سراج‌الدین (۱۳۹۹)، بررسی شیوع و عوامل مؤثر بر رفتار تک‌فرزندی در بین زنان: مطالعه موردی در استان فارس، دو ماهنامه پایش، ۲۰(۱): ۲۳۴-۲۱۲.
- مظاهری، مصطفی و قادرنیا، زهرا (۱۳۹۹)، نقش و مدیریت خانواده در تربیت دینی فرزندان (با محوریت فضای مجازی و در راستای تحقق الگوی پیشرفت)، سیزدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.
- نصراللهی اکبر، شریفی فرزانه، حقیقی محمدرضا (۱۳۹۳). تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی، مطالعات رسانه‌ای، ۹(۲۶): ۱۱۷-۱۱۱.
- نظری، مرضیه (۱۳۹۹)، آسیب‌های خانواده‌های تک‌فرزندی از منظر اسلام، چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم اسلامی، پژوهش‌های دینی و حقوق، تهران.
- نقش، سیمین؛ غیائی اصفهانی، امید و میرزایی، سحر (۱۳۹۸)، رابطه بین رسانه‌ها و فضای مجازی با فرهنگ خانواده کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان، دومین همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار، قم.
- یاسین، سید علی آل و فریدونی، سمیه (۱۳۹۵)، مقایسه مثبت نگری، امید به زندگی و رضایت از زندگی بین دانش‌آموزان دختر تک‌فرزندی و چند فرزند، مجله مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی، ۱۱(۲): ۴۱-۲۳.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236 .
- Bloom, D. E., Boersch-Supan, A., McGee, P., & Seike, A. (2011). Population aging: facts, challenges, and responses. *Benefits and compensation International*, 41(1), 22 .
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.
- Gietel-Basten, S., Han, X., & Cheng, Y. (2019). Assessing the impact of the “one-child policy” in China: A synthetic control approach. *PLoS ONE*, 14(11), e0220170 .
- Hu, Y., & Shi, X. (2020). The impact of China’s one-child policy on intergenerational and gender relations. *Contemporary Social Science*, 15(3), 360-377 .
- Khadivzadeh, T., Roudsari, R. L., Bahrami, M., Taghipour, A., & Shavazi, J. A. (2013). The influence of social network on couples’ intention to have the first child. *Iranian journal of reproductive medicine*, 11(3), 209 .
- Li, T., Yang, Y. C., & Zhang, Y. (۲۰۱۸). Culture, economic development, social-network type, and mortality: Evidence from Chinese older adults. *Social Science & Medicine*, 204, 23-30 .
- Polit, D., & Hungler, B. (2006). *Nursing research principles and methods* (pp. 491-492, 6th edn): New York, NY: Lippincott Philadelphia.
- Zhang, J. (2017). The evolution of China's one-child policy and its effects on family outcomes. *Journal of economic perspectives*, 31(1), 141-160.