

DOI: 10.20241403/CRPS.2507.1054.3.6.1

# بازتعریف مادرانگی در جنگ شناختی و تأثیر آن بر کاهش فرزندآوری در ایران

سمانه موحدی<sup>۱</sup> | سیدجلال دهقانی فیروزآبادی<sup>۲</sup>

## چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل پیامدهای بازتعریف نقش مادری در چارچوب جنگ شناختی دشمن و تأثیر آن بر کاهش فرزندآوری در میان زنان ایرانی انجام شده است. با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون، داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختار یافته با ۱۵ زن در سنین باروری گردآوری و در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. چارچوب نظری پژوهش بر مبنای تلفیق سه نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی، فمینیسم لیبرال/رادیکال و جنگ شناختی طراحی شد تا بتواند لایه‌های مفهومی، گفتمانی و شناختی پدیده مورد بررسی را به صورت جامع تبیین کند. یافته‌ها نشان داد که نقش مادری در ذهن بسیاری از زنان مشارکت‌کننده دچار تحول معنایی شده و از جایگاه ارزشی و هویتی، به نقشی تحمیلی، محدود‌کننده و حتی ضد ارزش بدل شده است. رسانه‌ها از طریق بازنمایی منفی مادران، الگوسازی از زنان بی‌فرزند، فریم‌سازی منفی مادری و پیوند دادن آن با خستگی، افسردگی و حذف اجتماعی، نقش محوری در بازتعریف مادرانگی ایفا کرده‌اند. این بازتعریف، نه فقط نتیجه تحولات فرهنگی یا ساختاری، بلکه محصول عملیات هدفمند شناختی با بهره‌گیری از گفتمان‌های فمینیستی و ابزارهای رسانه‌ای ارزیابی می‌شود. نتایج پژوهش حاکی از آن است که مقابله با کاهش فرزندآوری نیازمند مداخله‌ای چندلایه در سطح بازسازی گفتمان مادری، طراحی سیاست‌های فرهنگی فعال و افزایش سواد شناختی زنان در برابر جنگ نرم است.

**کلمات کلیدی:** مادری، جنگ شناختی، فمینیسم، فرزندآوری، بازنمایی رسانه‌ای، ساخت‌گرایی اجتماعی.

شماره ۳(۶)

سال ۲

فصل پاییز ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۴/۰۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۵/۱۰

صص: ۱-۲۲



<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری روابط بین الملل دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

s.movahedi@atu.ac.ir

<sup>۲</sup> استاد روابط بین الملل دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. dehghani@atu.ac.ir

**استناد:** موحدی، سمانه و دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال. (۱۴۰۴). بازتعریف مادرانگی در جنگ شناختی و تأثیر آن بر کاهش فرزندآوری در ایران.

شناخت پژوهی مطالعات سیاسی، ۲(۳)، ۱-۲۲. doi: 10.20241403/CRPS.2507.1054.3.6.1

Movahedi, S. and Dehghani Firooz Abadi, S. J. (2025). Redefining motherhood in cognitive warfare and its impact on reducing childbearing in Iran. Cognitive Research in Political Studies, 2(3), 1-22. doi: 10.20241403/CRPS.2507.1054.3.6.1



## مقدمه

یکی از تحولات معنادار و نگران‌کننده‌ای که در دهه اخیر در ساختار جمعیتی و فرهنگی ایران بروز یافته، کاهش شدید تمایل به فرزندآوری و دگرگونی در نگرش نسبت به نهاد خانواده و نقش مادری است. اگرچه تحلیل‌های متعددی درباره علل کاهش نرخ باروری در ایران ارائه شده است، این تحلیل‌ها اغلب بر عوامل اقتصادی، مهاجرت، بیکاری و تغییر سبک زندگی تمرکز داشته‌اند. با این حال، تحولات اخیر نشان می‌دهند که در لایه‌های عمیق‌تر اجتماعی و ذهنی، نوعی دگرگونی ارزشی و شناختی در حال وقوع است که نمی‌توان آن را صرفاً به عوامل ساختاری یا مادی نسبت داد.

بررسی‌های جدید در حوزه جمعیت‌شناسی، جامعه‌شناسی فرهنگی و مطالعات زنان بیانگر آن‌اند که «فرزندآوری» دیگر یک امر بدیهی یا هنجاری محسوب نمی‌شود، بلکه به تصمیمی فردی، مشروط و محل تردید تبدیل شده است. زنان امروزی، به‌ویژه در محیط‌های شهری و رسانه‌زده، کمتر فرزندآوری را بخشی از هویت زنانه می‌دانند و بیشتر آن را مانعی بر سر راه رشد، استقلال مالی و خودتحقق‌ی تلقی می‌کنند. بنابراین، کاهش نرخ باروری در ایران را باید در چارچوب تحولات مفهومی و گفتمانی پیرامون نقش مادری فهم کرد. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و چارچوب نظری تلفیقی، در پی تحلیل همین بُعد مغفول مسئله جمعیت است. در این چارچوب، بازتعریف نقش مادری صرفاً یک پیامد ناخواسته مدرنیزاسیون یا جهانی‌شدن فرهنگی نیست، بلکه بخشی از پروژه‌ای آگاهانه در قالب جنگ شناختی است؛ پروژه‌ای که از سوی دشمنان ایران اسلامی، با هدف تضعیف هویت فرهنگی، انسجام اجتماعی و آینده جمعیتی کشور طراحی و اجرا شده است. رسانه‌ها و پلتفرم‌های فارسی‌زبان، با شناخت دقیق از جایگاه زن در نظام تمدنی ایران، در پی آن‌اند که نقش مادری را از یک ارزش مقدس و هویتی، به نقشی تحمیلی، منسوخ و حتی ضد ارزش تبدیل کنند.

از منظر نظری، این بازتعریف در سه سطح قابل تحلیل است: نخست، در سطح مفهومی و بر اساس نظریه «ساخت‌گرایی اجتماعی» برگر و لاکمن، مادری به‌عنوان برساخته‌ای اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که تحت تأثیر زبان، رسانه و تعاملات فرهنگی، معنا و جایگاه آن قابل تغییر است. در سطح دوم، نظریه‌های فمینیسم لیبرال و رادیکال، نقش مادری را به‌مثابه ابزار کنترل و انقیاد زن تصویر می‌کنند. این دیدگاه‌ها که در رسانه‌های فراملی بازتاب یافته‌اند، به تدریج در ذهن برخی زنان ایرانی

نیز نهادینه شده‌اند. در سطح سوم، از منظر نظریه «جنگ شناختی»، این روندها بخشی از یک عملیات شناختی چندلایه و هدفمند برای تغییر ادراکات ذهنی و تصمیمات رفتاری زنان محسوب می‌شوند. در این زمینه، فضای مجازی و رسانه‌های جهانی، نقش برجسته‌ای در تغییر معنای مادری ایفا کرده‌اند. تحلیل محتوای سریال‌ها، تبلیغات و صفحات پرمخاطب زنان در شبکه‌های اجتماعی، نشان می‌دهد که الگوی زن ایده‌آل، زنی بدون فرزند، مستقل و رها از تعهدات خانوادگی تصویر می‌شود، در حالی که زنان مادر، خصوصاً مادران چندفرزندی، اغلب با تصویرهایی منفی، خسته، بی‌انگیزه و ناکام بازنمایی می‌شوند. این بازنمایی‌ها، تأثیر عمیقی بر نظام ارزشی نسل جدید زنان داشته و موجب شده‌اند که بسیاری از آنان مادری را تصمیمی پرهزینه و گاه ضدارزشی قلمداد کنند. از سوی دیگر، مادری در گفتمان اسلامی - انقلابی، جایگاهی اساسی دارد و زن در اوج معنای وجودی خود، با نقش مادری و تربیت نسل تعریف می‌شود. در این گفتمان، مادری نه تنها وظیفه‌ای طبیعی یا شرعی، بلکه رسالتی تمدنی و نقشی استراتژیک در پایداری فرهنگی جامعه محسوب می‌شود. تقابل میان این دو گفتمان - یکی رسانه‌ای و جهانی؛ و دیگری دینی و بومی - سبب شده است که زنان در کشاکشی هویتی میان دو تصویر متضاد از زن بودن قرار گیرند.

عدم توفیق سیاست‌های رسمی در حوزه جمعیت، تا حد زیادی ناشی از ناتوانی در بازنمایی مثبت و معناساز از نقش مادری بوده است. سخنرانی‌ها، مشوق‌های مالی یا تصویب قوانین حمایتی، تا زمانی که با بازسازی گفتمانی نقش مادری در ذهن زنان همراه نباشد، توان تأثیرگذاری محدود خواهد داشت. مادری، در غیاب منزلت اجتماعی، تصویر مثبت رسانه‌ای و ادراک شناختی متعالی، به تدریج در ذهن بسیاری از زنان به امری کم‌اهمیت یا حتی بازدارنده بدل شده است. پژوهش حاضر در تلاش است تا با تمرکز بر لایه‌های مفهومی، گفتمانی و شناختی این تحول، نشان دهد چگونه بازتعریف مادری - از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی - منجر به کاهش میل به فرزندآوری شده است. در واقع، سؤال اصلی پژوهش آن است که چه گفتمان‌ها و سازوکارهای رسانه‌ای در حال بازتعریف مادرانگی هستند و چگونه این فرآیند ذهنی، موجب دگرگونی نگرش زنان نسبت به فرزندآوری شده است؟ با تحلیل این فرایند، پژوهش بر آن است که نشان دهد بحران جمعیت در ایران، پیش از آن که مسئله‌ای صرفاً اقتصادی یا حقوقی باشد، پدیده‌ای «شناختی - فرهنگی» است که باید با ابزارهای گفتمانی، رسانه‌ای و آموزشی به آن پاسخ گفت.

## ۱- پیشینه پژوهش

بررسی مطالعات پیشین در حوزه کاهش باروری و پیامدهای آن در ایران نشان می‌دهد که موضوع جمعیت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادین قدرت و پایداری اجتماعی، طی دهه اخیر به دغدغه‌ای فزاینده برای سیاست‌گذاران، پژوهشگران و نهادهای فرهنگی و امنیتی کشور تبدیل شده است.

فاروقی و فریدونی (۱۴۰۳) در پژوهشی با رویکرد مروری و تحلیلی، پیامدهای کاهش باروری در ایران را از جنبه‌های سیاسی، امنیتی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بررسی کرده‌اند. آن‌ها با مرور تحولات سیاست‌های جمعیتی از دهه ۶۰ تاکنون، هشدار می‌دهند که استمرار روند کاهش نرخ فرزندآوری، می‌تواند به چالش‌های متعددی از جمله سالخورده‌گی جمعیت، کاهش نیروی کار و تضعیف توان ملی منجر شود.

در همین راستا، شمسی پورسیاهمزی (۱۴۰۳) در یک پایان‌نامه کارشناسی ارشد با تمرکز بر قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، به ارزیابی نحوه اجرای سیاست‌های جمعیتی در ایران پرداخته است. وی ضمن استناد به آمارهای رسمی کاهش باروری، به پیامدهای اجرای ناقص این قانون در قالب بروز بحران سالخورده‌گی و کاهش جمعیت مولد اشاره کرده است. همچنین اهمیت پیوست‌های فرهنگی و رسانه‌ای در مقابله با جنگ شناختی مرتبط با این موضوع را مورد تأکید قرار داده است.

اصلاحی و سهرابی شعبجره (۱۴۰۳) در پژوهشی که با رویکرد پویایی‌های سیستم انجام شده، تلاش کرده‌اند با استفاده از مدل‌سازی سیستماتیک، سناریوهای مختلف آینده جمعیت جوان کشور را پیش‌بینی کرده و نقش عوامل متغیری همچون افزایش سن ازدواج، مهاجرت و نرخ باروری پایین را در بروز بحران جمعیت جوان تحلیل کنند. این پژوهش، مدل‌هایی را برای پیش‌بینی روند آینده جمعیت فعال کشور ارائه داده است.

افروغ (۱۴۰۴) در مقاله‌ای با رویکرد تحلیل گفتمان، به بررسی الگوهای جنگ شناختی رسانه‌های بیگانه در مواجهه با نقش اجتماعی زنان ایرانی پرداخته و نشان داده است که بخشی از بازتعریف‌های رسانه‌ای در حوزه هویت زنانه، درصدد تضعیف نقش مادری و نهاد خانواده است. یافته‌های این پژوهش در فهم ریشه‌های فرهنگی و رسانه‌ای کاهش تمایل به مادری در جامعه ایران حائز اهمیت است.

خالق پناه، میرزاوندیان و رحیمی (۱۳۹۸) با نگاهی نشانه‌شناختی به بازنمایی مادرانگی در سینمای ایران پس از انقلاب، نشان داده‌اند که تصویر مادری در فیلم‌های برجسته سینمایی از حالت اسطوره‌ای به سمت نوعی بحران هویتی سوق یافته است. این روند در آثار سینمایی، مادر را در تقابل با ساختارهای فرهنگی، اقتصادی و جنسیتی بازنمایی می‌کند و نقش او را به چالش می‌کشد. جوکار و صفورایی پاریزی (۱۳۹۳) نیز در مقاله‌ای با تحلیل تأثیر مدرنیته بر تغییر سبک زندگی ایرانیان، به این نتیجه رسیده‌اند که الگوهای نوظهور مصرف‌گرایی، افزایش طلاق، کاهش تمایل به ازدواج و تضعیف نقش مادری، از عوامل مؤثر بر کاهش نرخ فرزندآوری در جامعه ایران هستند. آن‌ها تأکید دارند که مدرنیته به‌عنوان یک نظام فکری، باعث دگرگونی در ارزش‌های سنتی خانواده‌محور شده است.

فولادی (۱۳۹۹) در پژوهشی حوزوی، با تأکید بر ابعاد امنیتی و راهبردی تحولات جمعیتی، پیامدهای کاهش باروری را از منظر تهدیدآفرینی برای توسعه و اقتدار ملی بررسی کرده است. این مقاله، کاهش باروری را یکی از عوامل مؤثر در کاهش سرمایه انسانی، افزایش وابستگی اقتصادی و تضعیف جایگاه ژئوپلیتیکی ایران می‌داند.

پژوهش حاضر در امتداد جریان پژوهش‌های پیشین، به بررسی پیامدهای کاهش فرزندآوری می‌پردازد، اما تفاوت و نوآوری اصلی آن در تمرکز بر نقش بازتعریف مادرانگی در چارچوب جنگ شناختی دشمن به‌عنوان عاملی مؤثر بر کاهش باروری است. در حالی که اغلب مطالعات پیشین مانند آثار فاروقی و فریدونی (۱۴۰۳)، فولادی (۱۳۹۹) یا شمسی‌پورسیاهمزیگی (۱۴۰۳) به بررسی پیامدهای جمعیتی، اقتصادی و سیاسی کاهش فرزندآوری یا سیاست‌های جمعیتی پرداخته‌اند و مقالاتی مانند اثر جوکار و صفورایی پاریزی (۱۳۹۳) یا افروغ (۱۴۰۴) از منظر تغییرات سبک زندگی یا هویت زنان این تحولات را تحلیل کرده‌اند، پژوهش حاضر با تلفیق این دو رویکرد، به گونه‌ای میان‌رشته‌ای به بررسی نقش رسانه‌ها، گفتمان‌های فرهنگی معارض و الگوهای تبلیغاتی در تضعیف نقش مادری، تحقیر مادرانگی سنتی و ساختن تصویر معارض از زن در فضای اجتماعی و رسانه‌ای ایران می‌پردازد. بنابراین، این مطالعه ضمن برخورداری از اشتراک مفهومی با پیشینه (کاهش جمعیت، سبک زندگی، مدرنیته و جنگ نرم)، از حیث تمرکز بر جنگ شناختی و بازنمایی نقش زن به‌عنوان ابزار اثرگذاری رسانه‌ای بر فرزندآوری، رویکردی نوآورانه و متفاوت اتخاذ کرده است.

## ۲- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کیفی بوده و با رویکردی توصیفی-تحلیلی طراحی شده است. هدف آن، بررسی چگونگی بازتعریف نقش مادرانگی در چارچوب جنگ شناختی رسانه‌های معاند و تحلیل پیامدهای آن بر کاهش تمایل به فرزندآوری در زنان ایرانی است. این مطالعه درصدد است تا از طریق روش‌های کیفی، ادراک، باورها، تجربه زیسته و نگرش‌های زنان نسبت به نقش مادری و فرزندآوری در بستر گفتمان‌های رسانه‌ای را شناسایی و تحلیل نماید. روش گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته عمیق با ۱۵ زن در بازه سنی ۱۸ تا ۴۵ سال خواهد بود که به صورت هدفمند و با رعایت تنوع فرهنگی، اجتماعی، تحصیلی و خانوادگی انتخاب می‌شوند. معیارهای انتخاب مشارکت‌کنندگان شامل: قرار گرفتن در سن باروری، آشنایی با فضای رسانه‌ای داخلی و خارجی و تجربه یا مواجهه مستقیم با تبلیغات یا گفتمان‌های رسانه‌ای پیرامون نقش زن و مادر است. مصاحبه‌ها با رضایت کتبی و آگاهانه افراد انجام شده و به صورت صوتی ضبط، سپس پیاده‌سازی و کدگذاری می‌شوند. ابزار گردآوری داده، راهنمای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است که بر پایه محورهای همچون: تلقی فرد از نقش مادری، تجربه مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای درباره مادری، تأثیرات روانی و ذهنی این مواجهه، دلایل ترجیح فرزند کمتر یا بی‌فرزندی و برداشت فرد از تغییرات ارزشی پیرامون زنان و خانواده طراحی شده است. شیوه تحلیل داده‌ها، روش تحلیل محتوای کیفی مبتنی بر کدگذاری سه‌مرحله‌ای (باز، محوری و انتخابی) است. پس از پیاده‌سازی کامل متن مصاحبه‌ها، در مرحله نخست کدهای مفهومی استخراج می‌شود، سپس در قالب طبقات معنایی دسته‌بندی شده و در نهایت، مضامین محوری پژوهش با تأکید بر الگوهای گفتمانی مؤثر بر نگرش به مادرانگی شکل می‌گیرد. برای اعتبارسنجی داده‌ها از روش بازبینی مشارکت‌کنندگان و مقایسه مستمر کدها استفاده خواهد شد و برای افزایش پایایی نیز کدگذاری مضاعف توسط پژوهشگر دوم صورت می‌پذیرد. این روش‌شناسی امکان تحلیل عمیق نگرش‌ها، باورها و تأثیرپذیری شناختی زنان ایرانی از جریان رسانه‌ای معارض در حوزه نقش مادری را فراهم می‌سازد و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا الگوهای معنایی پنهان شده در گفتارهای فردی را با گفتمان‌های کلان رسانه‌ای تطبیق دهد. در نهایت، یافته‌های به‌دست آمده، مبنایی برای ارائه راهکارهای فرهنگی، رسانه‌ای و سیاستی در راستای احیای منزلت مادرانگی و بازسازی گفتمان فرزندآوری خواهد بود.

### ۳- مبانی نظری و ادبیات پژوهش

#### ۳-۱- تبیین مفاهیم کلیدی

**مادرانگی<sup>۱</sup>:** مادرانگی نه فقط یک پدیده زیستی، بلکه مفهومی فرهنگی، اجتماعی و روان‌شناختی است که در بسترهای گوناگون معنای متفاوتی به خود می‌گیرد. در سنت ایرانی-اسلامی، مادرانگی فراتر از تولد فرزند، با مفاهیمی چون تربیت، پرورش، ایثار، عشق و مرکزیت خانواده پیوند خورده است. این مفهوم، یکی از ارکان هویت زنانه محسوب می‌شود که با مسئولیت‌پذیری اجتماعی و انسجام خانواده عجین شده است. در مقابل، جریان‌های فکری غربی (به‌ویژه در قالب فمینیسم رادیکال یا لیبرال) مادرانگی را به‌عنوان نقشی تحمیلی از سوی نظم مردسالارانه تلقی کرده‌اند و آن را نوعی «ابزار سلطه» یا «مانع خودتحقق‌ی زن» می‌دانند. این نگاه، از طریق رسانه‌ها، فضای مجازی و گفتمان‌های جهانی به جوامع غیرغربی نیز سرایت یافته و به تدریج باعث تغییر نگرش زنان نسبت به مادری، تعویق یا انکار آن شده است. در شرایط کنونی، مفهوم مادرانگی در ایران در کشاکش میان دو گفتمان سنتی/ارزشی و مدرن/فردگرا در حال بازتعریف است که این بازتعریف، در مرکز عملیات جنگ شناختی دشمن قرار گرفته است (Taeib, Shakeri, Golpaygani, Rezaei and Imani, 2017: 174).

**جنگ شناختی:** جنگ شناختی یکی از پیشرفته‌ترین و پیچیده‌ترین اشکال جنگ نرم است که هدف آن نه تسلط بر خاک یا منابع مادی، بلکه تسلط بر ذهن، هویت و اراده انسان‌هاست. در این نوع جنگ، از ابزارهایی چون رسانه، شبکه‌های اجتماعی، سرگرمی‌های تصویری، تولید محتواهای فرهنگی، آموزش رسمی و حتی هوش مصنوعی برای تغییر ادراکات و بازسازی نگرش‌ها استفاده می‌شود. در ادبیات امنیتی، جنگ شناختی به معنای «عملیاتی هدفمند برای تغییر باورها، ارزش‌ها، رفتارها و تصمیم‌گیری‌های افراد و جوامع بدون استفاده از ابزار نظامی» تعریف شده است. این جنگ، برخلاف جنگ روانی که بر احساسات موقت تکیه دارد، در پی ایجاد تغییرات پایدار و نهادینه‌شده در شناخت و نظام ارزشی مخاطب است. در حوزه جمعیت، جنگ شناختی دشمن تلاش می‌کند از طریق تقلیل اهمیت خانواده، بازتعریف نقش‌های جنسیتی، برجسته‌سازی سبک زندگی فردگرایانه و تبلیغ بی‌فرزندگی، ارزش فرزندآوری و مادری را از ذهن جامعه-به‌ویژه زنان- پاک یا تضعیف کند.

<sup>1</sup> Motherhood

**فرزندآوری:** فرزندآوری به معنای کلی، به فرآیند بیولوژیکی، روانی، اجتماعی و فرهنگی تصمیم‌گیری برای داشتن فرزند اطلاق می‌شود. در ادبیات جمعیت‌شناسی، رفتار فرزندآوری شامل تمام عواملی است که بر تعداد فرزندان، زمان تولد، فاصله فرزندان و انگیزه برای تولیدمثل تأثیر می‌گذارد. این رفتار از سوی عوامل گوناگون متأثر می‌شود؛ از جمله ساختار خانواده، وضعیت اقتصادی، سطح تحصیلات، دین‌داری، نگرش‌های جنسیتی، نقش‌های اجتماعی، حمایت‌های دولتی و البته زمینه‌های فرهنگی و شناختی. در دهه‌های اخیر، به‌ویژه در جوامع در حال گذار فرهنگی مانند ایران، مشاهده می‌شود که گرایش به کاهش فرزند، تأخیر در فرزندآوری، یا انتخاب آگاهانه بی‌فرزند در حال افزایش است. این تحولات اغلب نه به دلایل اقتصادی صرف، بلکه در بستر تحولات ادراکی و ارزشی رخ می‌دهد. بنابراین، تحلیل رفتار فرزندآوری بدون توجه به بازتعریف نقش‌هایی چون مادری و پدری، تحولات سبک زندگی و عملیات نرم دشمن ناقص و ناکارآمد خواهد بود (Arabi, Maleki, and Bahrami, 2023: 135).

### ۲-۳- نظریه‌های مرتبط

پژوهش حاضر برای تبیین فرآیند بازتعریف نقش مادری در قالب عملیات جنگ شناختی دشمن، از سه چارچوب نظری اصلی بهره می‌گیرد که عبارت‌اند از: نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی، نظریه فمینیسم (به‌ویژه گرایش‌های لیبرال و رادیکال) و نظریه جنگ شناختی. این نظریه‌ها به ما امکان می‌دهند تا فرآیند شکل‌گیری و تغییر ادراکات زنان نسبت به نقش مادری را در بستر گفتمان‌های رسانه‌ای و نظام ارزشی معاصر تحلیل کنیم.

نخست، نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی بر این پیش‌فرض استوار است که مفاهیم و واقعیت‌های اجتماعی (مانند جنسیت، خانواده و مادری) از طریق تعاملات انسانی و در چارچوب زبان، فرهنگ و گفتمان‌های مسلط ساخته می‌شوند (Berger & Luckmann, 1966). در این چارچوب، مادرانگی صرفاً یک وضعیت زیستی نیست، بلکه نقش و معنایی اجتماعی است که از سوی گفتمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای بازتولید می‌شود. به عبارت دیگر، آنچه در یک جامعه به‌عنوان «مادر خوب» یا «مادری موفق» تلقی می‌شود، محصول فرایندهای ساخت اجتماعی، ارزش‌گذاری فرهنگی و روایت‌های رسانه‌ای است. از این منظر، جنگ شناختی دشمن را می‌توان تلاشی برای بازسازی معنایی مادرانگی در ذهن زنان ایرانی تلقی کرد؛ جایی که نقش مادری نه به‌عنوان منشأ قدرت، بلکه به‌مثابه مانع پیشرفت بازنمایی می‌شود. در ادامه، نظریه فمینیسم لیبرال و رادیکال در تحلیل بازخوانی

<sup>1</sup> Fertility Behavior

نقش مادری نقش مهمی ایفا می‌کند. فمینیسم لیبرال با تأکید بر برابری حقوقی و فردیت زن، نقش مادری را غالباً امری شخصی و اختیاری قلمداد می‌کند که نباید به‌عنوان تعهدی طبیعی یا الزامی تلقی شود (Tong, 2009). در مقابل، فمینیسم رادیکال، مادری را نهادی پدرسالارانه می‌داند که به‌منظور کنترل بدن و زمان زنانه طراحی شده و مادری سنتی را ابزار سلطه مردانه بر زنان می‌خواند (Firestone, 1970). این نگاه در فضای رسانه‌ای غربی و شبکه‌های اجتماعی نیز بازتاب یافته است، جایی که زنان موفق و آزاد، عمدتاً فاقد نقش مادری یا منتقد آن تصویر می‌شوند. در نتیجه، این بازنمایی‌ها به شکل‌گیری نگرشی در میان برخی از زنان ایرانی منجر شده است که مادری را در تضاد با خودتحقق، آزادی فردی و رشد حرفه‌ای قلمداد می‌کنند. در نهایت، نظریه جنگ شناختی به‌مثابه چارچوب تحلیلی اصلی این پژوهش، ابزاری کارآمد برای فهم تأثیرگذاری رسانه‌ها بر ادراکات رفتاری و ارزشی زنان فراهم می‌آورد. جنگ شناختی، که در ادبیات راهبردی به‌عنوان نسل پنجم جنگ‌ها شناخته می‌شود، نه تنها با اطلاعات کاذب یا جهت‌دار، بلکه با بهره‌گیری از الگوسازی، تکرار، پیام‌های نمادین و فریم‌بندی رسانه‌ای، در تلاش است تا ادراکات ذهنی، نظام باورها و الگوهای رفتاری جامعه هدف را به‌گونه‌ای پایدار دگرگون سازد (Libicki, 2007; Barger, 2019). در حوزه جمعیت و خانواده، این جنگ از طریق ترویج سبک زندگی فردگرایانه، برجسته‌سازی زن بدون فرزند، القای آسیب‌های مادری و پیوند دادن مادری با عقب‌ماندگی، در حال تغییر ارزش‌گذاری زنان نسبت به نقش مادری است. بدین ترتیب، دشمن با بهره‌گیری از ابزارهای جنگ شناختی، سعی دارد ذهن و هویت زن ایرانی را به‌گونه‌ای مهندسی کند که خود، داوطلبانه از مادری فاصله گرفته و حتی آن را مانع رشد بداند. ترکیب این سه نظریه به پژوهش حاضر کمک می‌کند تا پیچیدگی‌های بازتعریف مادرانگی را در بستر گفت‌وگوهای رسانه‌ای تحلیل کرده و نشان دهد که چگونه پروژه‌های چندلایه از جنس جنگ شناختی، بر اساس بنیان‌های نظری فمینیستی و با اتکا به قدرت بازنمایی رسانه‌ای، دست به مهندسی نقش‌های جنسیتی و رفتارهای جمعیتی زنان زده است؛ پدیده‌ای که بدون شناخت ابعاد نظری، مقابله با آن در سطح فرهنگی و راهبردی میسر نخواهد بود.

### ۳-۳- مدل مفهومی چارچوب تحلیلی ترکیبی

در پژوهش حاضر، برای تحلیل بازتعریف نقش مادری در قالب جنگ شناختی دشمن و تبیین تأثیر آن بر کاهش تمایل به فرزندآوری در زنان ایرانی، از یک چارچوب تحلیلی ترکیبی بهره گرفته شده که سه سطح مکمل را در بر می‌گیرد:

سطح ساخت مفهومی (نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی): این سطح به ما اجازه می‌دهد تا نقش مادری را نه به عنوان یک حقیقت طبیعی و ایستا، بلکه به مثابه برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی درک کنیم. مادری در این چارچوب، مفهومی است که از طریق زبان، گفتمان، رسانه و تعاملات اجتماعی بازتولید می‌شود و می‌تواند دستخوش تغییرات ارزشی و هویتی قرار گیرد (Berger & Luckmann, 1966). این نظریه نشان می‌دهد که بازتعریف مادری، حاصل گفتمان‌هایی است که در بستر اجتماعی شکل گرفته و از سوی رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی هدایت می‌شوند.

سطح محتوای گفتمانی (نظریه فمینیسم لیبرال و رادیکال): در این سطح، تحلیل محتوایی گفتمان‌های رسانه‌ای درباره زنان و مادری صورت می‌گیرد. بر اساس فمینیسم لیبرال، مادری یک انتخاب فردی و غیرالزامی است و نقش‌های جنسیتی سنتی باید در پرتو آزادی و برابری زنان بازتعریف شوند (Tong, 2009). فمینیسم رادیکال نیز مادری را به مثابه سازوکاری پدرسالارانه برای کنترل زنان می‌بیند (Firestone, 1970). این نظریه‌ها مبنایی نظری برای تحلیل این نکته فراهم می‌سازند که چگونه در رسانه‌های غرب‌گرا و جریان‌های سلطه، نقش مادری با فداکاری، قربانی شدن، انقیاد و مانع رشد تصویر شده و در نتیجه، از ارزش نمادین و روانی آن در ذهن زنان کاسته شده است.

سطح عملیات و تأثیرگذاری (نظریه جنگ شناختی): در سطح سوم، نظریه جنگ شناختی چارچوبی را برای تبیین چگونگی تأثیر این گفتمان‌ها و بازنمایی‌ها بر ادراکات، باورها و رفتارهای زنان فراهم می‌آورد. جنگ شناختی به مثابه عملیاتی هدفمند و پیچیده، با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، الگوسازی و فریب‌بندی، تلاش می‌کند نظام ارزش‌ها و تصمیم‌گیری‌های مخاطبان را به صورت پایدار تغییر دهد (Libicki, 2007; Barger, 2019). از این منظر، بازتعریف مادرانگی بخشی از پروژه شناختی دشمن برای تضعیف خانواده، کاهش جمعیت و فروپاشی بنیان‌های اجتماعی-فرهنگی جوامع اسلامی است.

جدول-۱. چارچوب مفهومی

سطح تحلیل	نظریه	مؤلفه‌های اصلی	کارکرد در تحلیل
ساخت مفهومی	ساخت‌گرایی اجتماعی	بازساخت اجتماعی مادرانگی، نقش زبان و گفتمان	تحلیل چگونگی تغییر معانی فرهنگی نقش مادر
محتوا و گفتمان	فمینیسم لیبرال / رادیکال	تقابل مادری با رشد فردی، آزادی زن، نقد نظم مردسالار	تبیین محتوای گفتمانی رسانه‌ها و تأثیرات آن بر ذهنیت زنان

نشریه شناخت پژوهی مطالعات سیاسی

سطح تحلیل	نظریه	مؤلفه‌های اصلی	کارکرد در تحلیل
عملیات شناختی	جنگ شناختی	تغییر ادراک، بازنمایی رسانه‌ای، اثرگذاری بر تصمیم‌گیری	تبیین هدفمند بودن فرآیند تغییر نگرش نسبت به مادری در چارچوب عملیات دشمن

ترکیب این سه نظریه به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که فرآیند بازتعریف مادرانگی را نه تنها از منظر مفهومی و معنایی، بلکه از منظر قدرت، سلطه، رسانه و مهندسی ادراک تحلیل کند. به بیان دیگر، مادری مفهومی است که در میدان کشاکش گفتمان‌ها و پروژه‌های شناختی بازسازی می‌شود و همین بازسازی، به‌طور مستقیم بر تمایلات زنان نسبت به فرزندآوری، سبک زندگی و هویت زنانه تأثیر می‌گذارد. این چارچوب تحلیلی، امکان ارائه تصویری یکپارچه، چندسطحی و جامع از پدیده کاهش فرزندآوری در سایه جنگ نرم و شناختی را فراهم می‌سازد.

## ۴- یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

### ۴-۱- مشخصات مصاحبه‌شوندگان

جدول-۲. مشخصات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

شماره	سن	وضعیت تاهل	تعداد فرزند	تحصیلات	شغل	نوع سکونت	میزان مواجهه با رسانه‌های بیگانه
۱	۲۴	مجرد	ندارد	کارشناسی	دانشجو	شهری	بالا (اینستاگرام، یوتیوب، فمینیستی)
۲	۳۰	متاهل	بدون فرزند	کارشناسی ارشد	کارمند شرکت خصوصی	شهری	بالا (تلگرام، اینستاگرام)
۳	۳۵	متاهل	۱	دیپلم	خانه‌دار	حاشیه شهر	متوسط
۴	۲۸	مجرد	ندارد	کارشناسی	مدرس زبان	شهری	بالا (ماهواره، توئیتر)
۵	۴۱	متاهل	۳	فوق دیپلم	خانه‌دار	روستایی	پایین
۶	۳۳	متاهل	۱	کارشناسی ارشد	معلم	شهری	متوسط
۷	۲۵	متارکه	ندارد	کارشناسی	کارشناس فضای مجازی	شهری	بالا (فعال در صفحات فمینیستی)
۸	۳۸	متاهل	۲	کارشناسی	حسابدار	شهری	متوسط

شماره	سن	وضعیت تأهل	تعداد فرزند	تحصیلات	شغل	نوع سکونت	میزان مواجهه با رسانه‌های بیگانه
۹	۲۹	متأهل	بدون فرزند	کارشناسی ارشد	پژوهشگر اجتماعی	شهری	بالا (تحلیل‌گر فضای رسانه)
۱۰	۳۴	متأهل	۲	دیپلم	خیاط	حاشیه شهر	کم
۱۱	۲۶	مجرد	ندارد	کارشناسی	فعال رسانه‌ای	شهری	بالا (ادمین کانال)
۱۲	۳۶	متأهل	۳	دیپلم	خانه‌دار	روستایی	کم
۱۳	۴۰	متأهل	۴	کارشناسی	معلم ابتدایی	شهری	اصلاً
۱۴	۳۱	متأهل	۱	کارشناسی ارشد	کارشناس فرهنگی	شهری	متوسط
۱۵	۲۷	متأهل	بدون فرزند	کارشناسی	طراح گرافیک	شهری	بالا (یوتیوبر، تماشاگر سریال‌های نتفلیکس)

تحلیل جدول مشخصات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد که رابطه‌ای معنادار میان میزان مواجهه با رسانه‌های بیگانه و تمایل به فرزندآوری وجود دارد. زنان متأهل بدون فرزند یا دارای تنها یک فرزند، عمدتاً در گروه‌هایی قرار دارند که سطح تحصیلات بالاتری داشته و در محیط‌های شهری با دسترسی وسیع‌تری به رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی زندگی می‌کنند. این گروه‌ها، همان‌طور که در نمونه‌های شماره ۲، ۹ و ۱۵ مشاهده می‌شود، در معرض مستقیم گفتمان‌های رسانه‌ای با محتوای بازتعریف شده از نقش زن و مادر قرار دارند. مواجهه مکرر با پیام‌هایی مانند برتری زندگی فردی بر خانوادگی، تشویق به استقلال مالی زن، تأکید بر آسیب‌های مادری و بزرگ‌نمایی چالش‌های فرزندپروری، به تدریج منجر به تغییر نگرش نسبت به مادری در این زنان شده و گاه حتی مادری را امری دست‌وپاگیر یا مانع پیشرفت معرفی می‌کند. این تغییر گفتمانی در لایه‌های روانی و ارزشی افراد رسوخ کرده و میل به مادری را به تأخیر یا حتی حذف می‌رساند. در مقابل، زنانی که دارای فرزندان بیشتر هستند (مانند نمونه‌های ۵، ۱۲ و ۱۳)، عمدتاً در محیط‌های روستایی یا حاشیه‌ای زندگی کرده و با رسانه‌های بیگانه یا شبکه‌های اجتماعی جهانی مواجهه کمتری دارند. این گروه از زنان، اغلب در فضای فرهنگی سنتی‌تری رشد یافته‌اند که در آن، مادری و فرزندآوری نه تنها امری طبیعی، بلکه ارزشمند، مقدس و نشانه هویت زن تلقی می‌شود. این افراد بیشتر با رسانه‌های داخلی در ارتباط‌اند یا به‌طور کل درگیر مصرف رسانه‌ای کم‌دامنه‌تری

هستند. در نتیجه، نگرش آنان نسبت به خانواده و نقش مادری، کمتر دستخوش روایت‌های رسانه‌ای معارض شده و پیوندهای فرهنگی، دینی و اجتماعی در آنان قوی‌تر باقی مانده است. این مقایسه میان دو گروه، فرضیه اصلی پژوهش را تقویت می‌کند که جنگ شناختی رسانه‌ای از طریق بازتعریف نقش زن و مادر، یکی از عوامل تأثیرگذار در کاهش تمایل به فرزندآوری در زنان شهری و تحصیل کرده است.

#### ۲-۴- جدول کدگذاری کیفی مصاحبه‌ها

در راستای تحلیل داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌های عمیق با زنان در سنین باروری، جدول زیر کدگذاری کیفی نظرات مشارکت‌کنندگان را بر اساس سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی ارائه می‌دهد. این جدول، یافته‌های میدانی را با چارچوب نظری تلفیقی پژوهش (شامل نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی، فمینیسم لیبرال/ رادیکال و جنگ شناختی) تلفیق کرده و نشان می‌دهد چگونه گفتمان‌های رسانه‌ای در قالب عملیات شناختی، به بازتعریف نقش مادری در ذهن زنان ایرانی منجر شده‌اند. ساختار جدول به نحوی تنظیم شده است که مضامین نهایی، مقوله‌های میانی و نمونه‌های عینی کدها را ذیل سه سطح تحلیل نظری متمایز اما مکمل ارائه می‌دهد. این کدگذاری، مبنایی برای تفسیر گفتمان‌محور داده‌ها در بخش تحلیل و بحث خواهد بود.

جدول-۳. جدول کدگذاری مصاحبه‌ها

سطح نظری تحلیل	مضمون نهایی (انتخابی)	مقوله میانی (محوری)	کدهای باز (نمونه‌های مستقیم از مصاحبه‌ها)
نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی (بازساخت اجتماعی مادرانگی از طریق زبان، رسانه و گفتمان‌های فرهنگی)	القای مادری به‌مثابه محدودیت و رنج	بازنمایی منفی از مادری در رسانه‌ها	«مادرها تو سریالا همیشه خسته‌ان یا عصبانی»، «هیچ‌کس از لذت مادری نمی‌گه، فقط سختی‌هاشه»، «مادر یعنی زنی عقب‌مانده که زندگی نداره»
	حذف تدریجی جایگاه مادر در نظم اجتماعی مدرن	تضعیف منزلت اجتماعی مادران	«وقتی مادر می‌شوید، هیچ نهادی حمایتی نداره»، «مادر یعنی زنی که دیده نمی‌شه»، «هیچ پاداش اجتماعی برای مادری نیست»
	بی‌ثبات‌سازی ذهنی نقش مادری	بازتعریف عملکرد فرزند و خانواده	«بچه تو این دنیای سخت چه فایده‌ای داره؟»، «بچه‌دار شدن یعنی ترس و نگرانی همیشگی»، «فقط از افسردگی بعد زایمان می‌گن، نه لذت بچه‌داری»

سطح نظری تحلیل	مضمون نهایی (انتخابی)	مقوله میانی (محوری)	کدهای باز (نمونه‌های مستقیم از مصاحبه‌ها)
نظریه فمینیسم لیبرال و رادیکال (نقد نقش سنتی مادری، تأکید بر خودتحقق، نفی سلطه جنسیتی)	تقلیل نقش مادری به مانع خودتحقق	تقابل مادری با رشد فردی زن	«بچه داشتن جلوی پیشرفت رو می‌گیره»، «اگه مادر شی، از جامعه حذف می‌شی»، «تو فضای مجازی، موفق بودن یعنی بی‌فرزند بودن»
	تخریب منزلت فرهنگی مادرائگی سنتی	قربانی‌سازی نقش مادری و نفی نقش سنتی	«همه جا می‌گن مادری فقط فداکاریه»، «زن باید خودش باشه، نه ماشین بچه‌سازی»، «وقتی بچه‌دار می‌شی، دیگه خودت نیستی»
	ضداخلاقی‌سازی چندفرزندی	تحقیر خانواده پرجمعیت	«زنایی که چندتا بچه دارن، تو رسانه‌ها بی‌فرهنگ نشون داده می‌شن»، «مادر چهار بچه‌ای یعنی زن عقب‌افتاده»، «تو فضای مجازی، خانواده پرجمعیت رو تمسخر می‌کنن»
نظریه جنگ شناختی (عملیات رسانه‌ای برای تغییر ادراک، فریم‌سازی، الگوسازی و تأثیر بر تصمیم‌گیری)	برجسته‌سازی سبک زندگی بی‌فرزند	الگوسازی رسانه‌ای از زن بی‌فرزند	«اینفلوئنسرها می‌گن بدون بچه آزادترین»، «زن شاغل و بی‌فرزند الگوه»، «زن قوی یعنی زنی که بچه نداره»
	پیوند قهرمانی زنانه با حذف فرزندآوری	ساخت قهرمان زن بدون مادری	«قهرمانای زن تو سریالا یا مجردن یا بچه ندارن»، «زن مستقل یعنی بی‌فرزند، نه مادر»، «حتی تو سریالای ایرانی هم، زن مدرن بچه‌دار نیست»
	تثبیت گفتمان ضدفرزند در پیام‌های رسمی و غیررسمی	تداوم فریم‌های کنترلی پیشین	«تو برنامه‌های رسمی هم هنوز تأکید روی کنترل جمعیت»، «آموزش‌ها همچنان بچه کمتر رو ترویج می‌کنن»، «حرفی از تشویق مادری نیست، فقط مهار جمعیت»

#### ۳-۴- بحث و تفسیر یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های کیفی با ۱۵ زن در سنین باروری نشان دهنده آن است که ادراک، نگرش و تصمیم‌گیری این گروه نسبت به مقوله مادری، به شدت دستخوش تغییر شده و بازتعریف نقش مادری به مثابه یکی از مؤلفه‌های بنیادین هویت زنانه در سطحی گسترده در حال

وقوع است. تحلیل گفت‌وگوها نشان می‌دهد که این بازتعریف نه به صورت سطحی یا موقتی، بلکه در سه لایه عمیق و پایدار شناختی، گفتمانی و مفهومی شکل گرفته است. این سطوح به صورت درهم تنیده عمل می‌کنند و تحت تأثیر تعامل مستمر میان زنان و محیط رسانه‌ای، فرهنگی و اجتماعی پیرامونشان، در ذهن آنان تثبیت شده‌اند.

زنان مشارکت‌کننده در این مطالعه، تجربه زیسته خود را از مواجهه با رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، پیام‌های عمومی و انتظارات فرهنگی درباره زن و مادری با عباراتی بازگو کردند که اغلب حامل نوعی تضاد یا تنش درونی بود. این تنش میان تصویر سنتی و ارزشی از مادری با تصویر مدرن و رسانه‌ای از زن مستقل، بی‌فرزند و آزاد در ذهن آنان دیده می‌شود. به طور کلی، فضای ذهنی این زنان از تقابل دو گفتمان شکل گرفته است: یکی گفتمان سنتی بومی که مادری را نشانه‌ی کمال و هویت زن می‌داند؛ و دیگری گفتمان رسانه‌ای - بین‌المللی که آن را مانعی برای خودتحقیق معرفی می‌کند.

از همین رو، برای فهم عمیق این تغییر نگرشی، صرفاً نمی‌توان به عوامل اقتصادی یا حقوقی اکتفا کرد. آنچه در این پژوهش برجسته شده، تغییرات لایه‌مند در نظام معنایی و ارزشی زنان نسبت به نقش مادری است که به واسطه‌ی عملیات شناختی، فریم‌سازی رسانه‌ای و بازنمایی‌های فرهنگی پدید آمده‌اند. به عبارت دیگر، مسأله مادری و کاهش تمایل به فرزندآوری، در بستر تحولی مفهومی و گفتمانی قرار دارد که به صورت هدفمند و با ابزارهای رسانه‌ای هدایت می‌شود. بر این اساس، تحلیل یافته‌ها با تکیه بر چارچوب نظری تلفیقی پژوهش در سه سطح مکمل زیر قابل تبیین است:

الف) سطح مفهومی با اتکا بر نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی؛

ب) سطح گفتمانی با استفاده از رهیافت‌های فمینیسم لیبرال و رادیکال؛

ج) سطح شناختی با محوریت نظریه جنگ شناختی.

هر یک از این سطوح، ابعاد مختلفی از فرآیند بازتعریف مادرانگی را روشن می‌سازند و در مجموع، تصویری جامع و چندلایه از علل و سازوکارهای کاهش میل به فرزندآوری ارائه می‌کنند.

### الف) سطح مفهومی - ساخت‌گرایی اجتماعی

در این سطح، نقش مادری نه به‌عنوان یک واقعیت طبیعی و بی‌واسطه، بلکه به‌مثابه پدیده‌ای اجتماعی، فرهنگی و تاریخی درک می‌شود که از رهگذر فرایندهای مستمر بازنمایی، بازتعریف و بازتولید معنا در جامعه شکل می‌گیرد. بر اساس نظریه ساخت‌گرایی اجتماعی برگر و لاکمن (۱۹۶۶)، مفاهیمی چون زن، خانواده و مادری، محصول فرایندهایی هستند که در تعاملات زبانی،

نهادی و رسانه‌ای صورت می‌گیرند و به مرور به‌عنوان «واقعیت اجتماعی» درونی‌سازی می‌شوند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نقش مادری در ذهن مشارکت‌کنندگان، به‌ویژه در میان زنان شهری، تحصیل کرده و در معرض رسانه‌های دیجیتال فراملی، دچار دگرگونی بنیادی شده و از یک فضیلت ارزشی و جایگاه مرکزی در هویت زنانه، به نقش فرعی، فرساینده و بازدارنده تبدیل شده است.

اکثریت مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها، تصویری از مادری ارائه کردند که با مفاهیمی چون «خستگی مفرط»، «فداکاری بدون پاداش»، «افسردگی»، «حذف اجتماعی» و «پایان استقلال و پیشرفت» گره خورده است. برای مثال، در چندین مصاحبه، مادران در سریال‌ها و فیلم‌های رایج، زنانی منزوی، ناکام، مضطرب و بی‌رمق ترسیم شده بودند و در برابر، زنان موفق و فعال عمدتاً بدون فرزند یا حتی منتقد مادری بودند. این بازنمایی‌ها در ذهن زنان تکرار شده، نهادینه شده و به تدریج ادراک آنان را از مادرانگی تحت تأثیر قرار داده است. از منظر نظری، این امر نشان می‌دهد که رسانه‌ها نقش فعالی در تولید «زبان مادری منفی» ایفا کرده‌اند، زبانی که مادری را نه به‌عنوان یک مرحله طبیعی و ارزشمند از زندگی زن، بلکه به‌عنوان مانعی برای رشد، آزادی، شکوفایی فردی و تحقق اجتماعی معرفی می‌کند.

در این چارچوب، گفتمان‌های رسانه‌ای به‌ویژه در فضای مجازی، بستری برای ساخت اجتماعی جدیدی از مادری فراهم کرده‌اند که در آن، تجربه مادری نه تنها فاقد حمایت و تأیید اجتماعی تلقی می‌شود، بلکه گاه نشانه‌ای از عقب‌ماندگی، محافظه‌کاری یا حتی وابستگی به ساختارهای مردسالارانه تصور می‌گردد. به‌عبارت دیگر، آنچه روزگاری «افتخار زن بودن» شمرده می‌شد، در بستر جدید رسانه‌ای، به بازنمایی‌ای منفی و تدافعی تنزل یافته است. چنین تحولی دقیقاً با آنچه برگر و لاکمن از آن به‌عنوان «نهادینه‌سازی معنا» یاد می‌کنند، انطباق دارد: رسانه‌ها با تکرار روایت‌ها و تصاویر خاص، معنای جدیدی از مادری می‌سازند که در ذهن زنان داخلی تثبیت می‌شود، حتی اگر با تجربه زیسته فرهنگی بومی در تعارض باشد.

در مجموع، سطح مفهومی تحلیل نشان می‌دهد که مادرانگی در ذهن زنان، بر اثر حضور مستمر در گفتمان‌های رسانه‌ای بازتعریف شده و به‌جای آن که بستری برای هویت‌یابی و تعلق باشد، به منبع تهدید، استرس و محدودیت تبدیل شده است. این تحول مفهومی، پیش‌زمینه‌ای حیاتی برای درک تغییرات نگرشی و رفتاری نسبت به فرزندآوری است که در سطوح دیگر چارچوب نظری مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

**ب) سطح گفتمان - فمینیسم لیبرال و رادیکال**

در لایه گفتمانی، بخش مهمی از مشارکت کنندگان پژوهش، تحت تأثیر الگوهای معنایی و ارزشی قرار داشتند که ریشه در گفتمان‌های فمینیستی، به‌ویژه فمینیسم لیبرال و رادیکال دارد. تحلیل محتوای مصاحبه‌ها نشان داد که بسیاری از زنان، به‌ویژه گروه‌های شهری، تحصیل کرده و فعال در شبکه‌های اجتماعی، مادری را نه تنها به‌عنوان امری محدودکننده، بلکه در مواردی به‌صورت «تحقیرآمیز»، «ضدپیشرفت» و «نشانه عقب‌ماندگی» تلقی می‌کردند. برای مثال، مادران خانه‌دار یا دارای فرزندان متعدد در گفتار مشارکت کنندگان با عباراتی چون «بی‌سواد»، «قربانی فرهنگ سنتی» یا «زن از خود گذشته و بی‌آینده» توصیف می‌شدند. این دیدگاه‌ها، به‌وضوح متأثر از فمینیسم لیبرال است که بر استقلال زن، حق انتخاب و آزادی از قیود سنتی تأکید می‌کند (Tong, 2009). در این گفتمان، نقش مادری چنانچه با خواست و اراده آگاهانه زن همراه نباشد، نوعی اجبار فرهنگی یا بی‌عدالتی ساختاری محسوب می‌شود. از سوی دیگر، در لایه‌های عمیق‌تر برخی روایت‌ها، مفاهیم فمینیسم رادیکال نیز قابل تشخیص بود. مادری در نگاه این گروه، نهادی ایدئولوژیک معرفی می‌شود که با هدف کنترل بدن زن، سلطه پدرسالارانه، و بازتولید نظم نابرابر جنسیتی شکل گرفته است (Firestone, 1970).

در مصاحبه‌ها عباراتی چون «زن باید خودش باشه، نه ماشین بچه‌سازی»، یا «مادری یعنی پایان تحقق زن بودن»، مصادیق روشنی از نفوذ این گفتمان‌ها در لایه‌های فکری زنان ایرانی است. این مفاهیم، هرچند گاه با فرهنگ بومی ایران در تضاد است، اما از طریق رسانه‌های بین‌المللی، پلتفرم‌های اجتماعی و محتوای ترجمه‌ای، در حال بازتولید و تقویت‌اند. در واقع، رسانه‌ها موفق شده‌اند برخی گزاره‌های فمینیستی را به‌صورت پیام‌های کوتاه، ساده و جذاب در قالب نقل‌قول‌ها، کلیپ‌های طنز، داستان‌های موفقیت یا حتی دیالوگ‌های سریالی، وارد زبان روزمره کنند. از این منظر، گفتمان فمینیستی نه‌فقط در قالب نظریه، بلکه به‌شکل زیسته در لایه‌هایی از جامعه ایرانی ظهور یافته و خود را در تغییر معنا، ارزش‌گذاری مجدد و تقابل مفهومی میان زن مادر و زن آزاد متجلی ساخته است. این گفتمان‌ها، ضمن ایجاد فشار روانی بر زنانی که نقش مادری را پذیرفته‌اند، باعث تردید، فاصله‌گذاری و گاه بازنگری در مفهوم مادرانگی شده و انگیزه‌های درونی برای فرزندآوری را به‌شدت تضعیف می‌کند.

### ج) سطح عملیات شناختی - نظریه جنگ شناختی

در سطح سوم، یافته‌های پژوهش به‌وضوح نشان‌دهنده عملکرد هدفمند جنگ شناختی در بازتعریف ارزش‌ها و تغییر الگوهای رفتاری زنان نسبت به مادری است. جنگ شناختی که از آن به‌عنوان نسل پنجم نبردها یاد می‌شود، با بهره‌گیری از الگوسازی، فریم‌سازی، تولید پیام‌های نمادین و تغییر روایت، تلاش می‌کند تا ذهنیت، باور و رفتار مخاطبان را در سطحی نهادینه و پایدار دگرگون سازد (Libicki, 2007; Barger, 2019).

مصاحبه‌شوندگان بارها به تأثیر مستقیم شبکه‌های اجتماعی، سریال‌های جهانی، سبک زندگی اینفلوئنسرها و فضای عمومی مجازی بر نگرش‌شان نسبت به مادری اشاره کردند. زن ایده‌آل در این رسانه‌ها، معمولاً فردی مستقل، بی‌فرزند، فعال، موفق، زیبا و رها از قید مسئولیت‌های خانوادگی است. در مقابل، زن مادر، با چهره‌ای خسته، منزوی، محدود و محصور در خانه تصویر می‌شود. این الگوسازی دوگانه، زنان را در برابر یک انتخاب گمراه‌کننده قرار می‌دهد: یا باید مسیر پیشرفت، زیبایی و تحرک اجتماعی را برگزینند، یا در نقش مادری باقی بمانند و به حاشیه رانده شوند.

این فرایند بازنمایی، کاملاً با اهداف جنگ شناختی هم‌راستا است که در پی آن است تا «نظام تصمیم‌سازی» افراد را بدون اعمال زور، درونی‌سازی کرده و هدایت کند. جنگ شناختی در حوزه خانواده، دقیقاً بر همان مؤلفه‌هایی متمرکز شده است که ضامن پایداری فرهنگی و امنیت اجتماعی جوامع‌اند؛ از جمله مادری، خانواده گسترده، فرزندآوری و نقش‌آفرینی زن در هویت‌سازی نسل آینده.

علاوه بر الگوسازی، فریم‌سازی شناختی نیز به‌عنوان یکی از تکنیک‌های کلیدی جنگ شناختی به‌خوبی در مصاحبه‌ها قابل ردیابی بود. مادرانگی با کلیدواژه‌هایی چون «افسردگی»، «محرومیت»، «زندگی از دست‌رفته» و «پایان خودتحقیق» فریم شده بود. در مقابل، زن بدون فرزند با مفاهیمی چون «موفقیت»، «استقلال»، «آزادی» و «کنترل بدن» برجسته شده بود. این فریم‌های دوگانه، به مرور سیستم ارزشی زنان را تغییر داده و فرزندآوری را از یک کنش مطلوب اجتماعی، به یک تصمیم حاشیه‌ای و حتی ضدارزشی تبدیل کرده‌اند.

در نتیجه، سطح عملیات شناختی نشان می‌دهد که رسانه‌ها صرفاً ابزار سرگرمی نیستند، بلکه بخشی از معماری شناختی دشمن در پروژه جنگ نرم محسوب می‌شوند. آن‌ها نه تنها اطلاعات می‌دهند، بلکه ذهن می‌سازند؛ و این ذهن جدید، مادری را نه به‌عنوان بخشی از هویت زن، بلکه

به مثابه مانعی در مسیر تحقق فردی زن تصویر می‌کند. بدین ترتیب، فرزندآوری پیش از آن که یک مسئله زیستی یا اقتصادی باشد، به موضوعی شناختی، ارزشی و راهبردی تبدیل شده است. ترکیب این سه سطح نظری نشان می‌دهد که بازتعریف مادرانگی یک پروژه صرفاً فرهنگی یا روان‌شناختی نیست، بلکه یک پروژه شناختی-گفتمانی-معنایی چندلایه است که از سطح معنا تا سطح تصمیم‌سازی را در بر می‌گیرد. آنچه زنان را از مادری دور کرده، نه فقط فشارهای اقتصادی یا فقدان حمایت اجتماعی، بلکه نوعی «شکل‌دهی مجدد ذهنی» است که دشمن از طریق رسانه و جنگ نرم دنبال کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که فهم مسئله کاهش فرزندآوری بدون تحلیل تحولات در معنا، گفتمان و عملیات شناختی، ناقص و سطحی خواهد بود.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مسأله کاهش نرخ فرزندآوری در ایران، به‌ویژه در میان زنان شهری و تحصیل‌کرده، یکی از چالش‌های بنیادین اجتماعی، فرهنگی و امنیتی کشور در دهه‌های آینده خواهد بود. هرچند این پدیده به‌طور سنتی در تحلیل‌های جمعیت‌شناسی با شاخص‌های اقتصادی، حمایتی و ساختاری مورد تبیین قرار گرفته است، اما پژوهش حاضر با رویکردی متفاوت، نشان داد که یکی از عوامل اصلی و زیرسطحی در این بحران، بازتعریف شناختی و معنایی نقش مادری در ذهن زنان ایرانی است. این بازتعریف، فرآیندی تصادفی یا صرفاً فرهنگی نبوده، بلکه محصولی از جنگ شناختی چندلایه، هدفمند و حساب شده است که با بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای، گفتمان‌های فمینیستی، بازنمایی‌های نمادین و الگوسازی‌های ذهنی صورت گرفته است.

یافته‌های پژوهش کیفی حاضر، با اتکا به مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته با ۱۵ زن در سنین باروری، نشان داد که نگرش به مادری به‌صورت عمیق و گسترده دچار دگرگونی شده است. مشارکت‌کنندگان عمدتاً نقش مادری را در قالب تصاویری از خستگی، افسردگی، حذف اجتماعی، عقب‌ماندگی حرفه‌ای و ازخودگذشتگی بدون پاداش به یاد می‌آوردند؛ تصاویری که با بازنمایی‌های رایج در سریال‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات دیجیتال انطباق کامل داشت. الگویی که در ذهن بسیاری از زنان تثبیت شده، زن ایده‌آل را فردی مستقل، بدون فرزند، جذاب، موفق، آزاد و بی‌نیاز از خانواده سنتی معرفی می‌کند. این تصویر، مادری را نه تنها غیرضروری، بلکه مانعی در مسیر تحقق فردی زن نشان می‌دهد.

در سطح نظری، تلفیق سه رویکرد ساخت‌گرایی اجتماعی، فمینیسم لیبرال/ رادیکال و جنگ شناختی در قالب یک چارچوب تحلیلی یکپارچه، به پژوهش امکان داد تا ماهیت پیچیده این بازتعریف را در سه سطح مفهومی، گفتمانی و شناختی تحلیل کند. در سطح مفهومی، مادری به‌عنوان مفهومی اجتماعی و نه صرفاً زیستی، تحت تأثیر گفتمان‌های رسانه‌ای بازسازی شده و معنایی منفی یافته است. در سطح گفتمان، فمینیسم لیبرال مادری را تقلیل داده و فمینیسم رادیکال آن را نوعی سلطه ساختاری معرفی کرده که مانع آزادی زن است. در سطح عملیات شناختی، جنگ شناختی با ابزارهایی چون الگوسازی و فریم‌سازی، موفق شده ادراکات زنان را به گونه‌ای پایدار و نهادینه تغییر دهد. بدین ترتیب، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که کاهش فرزندآوری در ایران را نمی‌توان تنها با راهکارهای اقتصادی، قانونی یا حمایتی متوقف کرد؛ بلکه هرگونه مداخله مؤثر نیازمند بازیابی ارزش فرهنگی نقش مادری، بازسازی مفهومی آن در گفتمان عمومی و مقابله فعال با پروژه‌های رسانه‌ای دشمن در سطح جنگ شناختی است. اگر نظام معنایی زنان نسبت به مادری متحول شده و مادری از ارزش به ضد ارزش بدل شده باشد، هیچ نوع تسهیلات مادی، قانونی یا رفاهی به‌تنهایی قادر به بازگرداندن این جایگاه نخواهد بود. در نتیجه، سیاست‌گذاری جمعیتی باید از ابعاد صرفاً «حمایت از خانواده» به سمت «احیای منزلت مادرانگی» و «مقابله با گفتمان‌های شناختی رقیب» گسترش یابد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد‌های راهبردی زیر برای مقابله با پیامدهای بازتعریف مادرانگی در چارچوب جنگ شناختی دشمن ارائه می‌شود:

#### الف) پیشنهاد‌های فرهنگی و آموزشی

بازآفرینی گفتمان فرهنگی مادری در رسانه‌های رسمی، نهاد‌های فرهنگی، تولیدات هنری و آموزش‌های عمومی با تأکید بر شکوه، قدرت، عزت و هویت‌بخشی نقش مادری در تمدن ایرانی-اسلامی.

طراحی برنامه‌های آموزشی برای دختران نوجوان با هدف ارتقاء سواد رسانه‌ای، بازاندیشی در الگوهای نقش جنسیتی و آشنایی با پیامدهای روانی و اجتماعی بی‌فرزندگی در بلندمدت.

گنجاندن سرفصل‌های «بازنمایی زنان در رسانه»، «فمینیسم و مادری» و «تحلیل انتقادی جنگ نرم» در دوره‌های دانشگاهی، آموزش ضمن خدمت معلمان و محتوای فرهنگی سازمان‌های زنان.

#### ب) پیشنهاد‌های رسانه‌ای

تولید مجموعه‌های نمایشی و مستندهای مثبت از مادران موفق، زنان چندفرزندی فعال، مادران کارآفرین و زنان تحصیل‌کرده دارای خانواده پایدار در رسانه‌های تصویری و فضای مجازی.

راه‌اندازی کمپین‌های رسانه‌ای در فضای مجازی برای شکستن کلیشه‌های رسانه‌ای منفی علیه مادری، از طریق روایت‌های شخصی، گفت‌وگو با مادران جوان و بازنمایی لذت‌های مادرانه. شناسایی و تحلیل جریان‌های رسانه‌ای معارض در حوزه بازنمایی زن و مادر، به‌ویژه در شبکه‌های فارسی‌زبان، صفحات فمینیستی و محتوای سرگرمی و مقابله با آن‌ها از طریق طراحی روایت‌های جایگزین.

### ج) پیشنهادهای سیاستی و نهادی

بازنگری در سیاست‌های جمعیتی از حالت صرفاً تشویقی به سمت بازسازی گفت‌وگو فرزندآوری در اسناد کلان، قوانین، رسانه‌ها و سیاست‌های فرهنگی. حمایت مالی و حقوقی از مادران دارای فرزند، به‌ویژه مادران چندفرزندی، به‌نحوی که منزلت اجتماعی و اقتصادی آن‌ها تقویت شود و مادری به‌عنوان یک مسئولیت اجتماعی رسمیت یابد. تأسیس نهادهای مطالعاتی و پژوهشی برای رصد و مقابله با جنگ شناختی رسانه‌ای در حوزه خانواده، زن و جمعیت و ارائه مدل‌های بومی مقابله با آن.

### د) پیشنهادهای پژوهشی

توسعه پژوهش‌های کیفی و قوم‌نگارانه در حوزه «تغییرات ارزشی زنان نسبت به مادری» در مناطق مختلف ایران با توجه به تفاوت‌های فرهنگی و اقتصادی. طراحی مطالعات مداخله‌ای برای سنجش اثرگذاری برنامه‌های رسانه‌ای و فرهنگی در تقویت گرایش به فرزندآوری در نسل جدید. ترکیب روش‌های تحلیل گفتمان، نشانه‌شناسی و تحلیل شبکه‌های اجتماعی برای بررسی دقیق‌تر نقش بازنمایی‌ها در شکل‌دهی به نگرش‌ها نسبت به مادری. در مجموع، یافته‌های این پژوهش آشکار می‌سازد که بحران جمعیت و کاهش فرزندآوری، در لایه‌های پنهان خود حامل یک تحول شناختی- فرهنگی پیچیده است که بدون مداخله فعال، هوشمندانه و چندسطحی در ساحت فرهنگ، رسانه و هویت، قابل مهار نخواهد بود. بازتعریف نقش مادری، نه فقط نشانه‌ای از جنگ نرم دشمن، بلکه یکی از جبهه‌های اصلی آن است. هرگونه غفلت از این جبهه، به منزله از دست رفتن سرمایه انسانی و فرسایش بنیان‌های تمدنی کشور در دهه‌های پیش‌رو خواهد بود.

## تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

### Translated References to English

- Afrogh, M. (2025). Cognitive Warfare Patterns in Confrontation with Iranian Women: Identity Challenges and Strategies for Social Resistance. *Journal of Women Interdisciplinary Researches*, 7(1), e725761. [In Persian]
- Arabi, S. H., Maleki, M. H. and Bahrami, H. (2023). Identifying and Prioritizing the Affecting Factors on Childbearing in Iran. *Women's Strategic Studies*, 25(99), 129-164. [In Persian]
- Aslehi, F., & Sohrabi Shushtari, S. (2024). Investigation and analysis of the country's population crisis situation and presenting scenarios to solve the young population crisis using system dynamics [Master's thesis, Shiraz University]. [In Persian]
- Barger, W. J. (2019). Cognitive warfare and the battle for the mind. *Journal of Military Strategy*, 4(1), 23-41.
- Berger, P.L., Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Anchor Books.
- Farooqi, F., & Faridouni, F. (2024, [Month Day]). The consequences of declining fertility in Iran from political, security, economic, social, and cultural perspectives. [Paper presentation]. National Conference on Childbearing and Population Increase, [City], Iran. [In Persian]
- Fouladi vanda, M. (2025) An Analysis of the Consequences of Reduction in Fertility and Population Decline in Iran. *Ma'rifat-e Farhangi Ejtemai*, 11(3), 69-88. [In Persian]
- Firestone, S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. New York: William Morrow and Company.
- Jokar, M. and Mahdi SafuraiParizi, M. (2014). Modernity, Lifestyle Changes and Population Decline in Iran. *The Islamic Journal Of Women and The Family*, 2(1), 39-70. [In Persian]
- khaleghpanah, K., mirzavandian, F. and rahimi, M. (2019). motherhood as myth to crisis of motherhood: semiotics of representation of motherhood in iranian cinema. *Sociology of Art and Literature*, 11(1), 67-88. [In Persian]
- Libicki, M.C. (2007). *Conquest in Cyberspace: National Security and Information Warfare*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shamsipour Siahmazgi, F. (2024). Examining the implementation of policies from the law on family protection and youthfulness of the population in the Islamic Republic of Iran [Master's thesis, Shahed University]. [In Persian]
- Taeib, H. , Shakeri Golpaygani, T., Rezaei, M. and Imani, M. (2017). The Concept of Motherhood in Tradition-oriented, Modern/Feminist and Islamic Approaches. *Cultural Studies & Communication*, 13(48), 151-172. [In Persian]
- Tong, R. (2009). *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction* (3rd ed.). Boulder, CO: Westview Press.