

تفسیر و بازنمایی ابعاد مختلف فرزندآوری در بین کاربران اینترنتی

عادل عبدالهی^۱ و علی رحیمی^۲

چکیده

طی دهه‌های اخیر سیاست‌های فرزندآوری ایران تغییرات زیادی را به خود گرفته است. مقاله پیش‌رو با هدف تفسیر و بازنمایی تغییر سیاست‌های جدید فرزندآوری ایران در فضای مجازی به تحلیل محتوای رویکرد کاربران اینترنتی می‌پردازد. نمونه مورد بررسی متشکل از ۷۹۹ کاربر اینترنتی در پایگاه‌های خبری ایران است. علاوه بر این، تعداد ۴۱۶۸۴ کاربر نیز که موضع‌گیری خود را به صورت «موافق» یا «مخالف» نسبت به نظرات این ۷۹۹ کاربر اعلام کرده بودند، بخش دیگری از جامعه آماری این مطالعه را تشکیل داده است. روش‌شناسی تحقیق مبتنی بر تحلیل محتوای کمی و کیفی است. در بین اخبار مرتبط منتشر شده، ۱۰ خبر که بیشترین مخاطب را داشتند، جهت تحلیل انتخاب شدند. نتایج تحلیل محتوای کمی نشان داد که کاربران در مواجهه با سیاست‌های افزایش فرزندآوری، رویکردهای متفاوتی اتخاذ نموده‌اند؛ ۸۹/۷ درصد رویکردی انتقادی، ۰/۶ درصد منفعلانه و ۹/۷ درصد رویکردی همراهانه داشته‌اند. همچنین در بین سایر کاربران؛ ۸۹/۷۸ درصد موافق رویکرد انتقادی، ۷/۲۷ درصد مخالف رویکرد انتقادی، ۰/۱۰ درصد موافق رویکرد منفعلانه، ۰/۰۶ درصد مخالف رویکرد منفعلانه، ۰/۵۹ درصد موافق رویکرد همراهانه و ۲/۲۰ درصد مخالف رویکرد همراهانه بوده‌اند. بعلاوه، یافته‌ها نشان داد که ۴۳ درصد کاربران بر ابعاد اقتصادی، ۳۸ درصد بر ابعاد اجتماعی، ۱۲ درصد بر ابعاد سیاسی و ۷ درصد بر ابعاد فرهنگی سیاست‌ها تأکید کرده‌اند. نتایج تحلیل محتوای کیفی نیز بیان‌گر آن است که کاربران ضمن به چالش کشیدن رویکرد مسلط بر سیاست‌ها، رویکردی انتقادی در تفسیر و رمزگشایی سیاست‌های جدید فرزندآوری در ایران داشته و نسبت به نهادینه شدن گفتمان‌های افزایش جمعیت مقاومت می‌کنند.

واژگان کلیدی: سیاست‌های افزایش فرزندآوری، کاربران اینترنتی، تحلیل محتوا.

^۱ - نویسنده مسئول، دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه اقتصاد جمعیت و سرمایه انسانی، مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور. ; adel.abdollahi@psri.ac.ir

^۲ - کارشناس پژوهشی گروه مطالعات خانواده، مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور؛ دانشجوی دکترای جمعیت‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

مقدمه

تشویق زوجین به فرزندآوری از جمله موضوعاتی است که طی سال‌های اخیر به طور روزافزونی در رسانه‌های ایران مطرح می‌شود. روند روزافزون کاهش نرخ باروری در ایران منجر به نگرانی بسیاری از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شده است. این نگرانی وقتی دو چندان شد که بسیاری از نقاط شهری باروری پایین‌تر از حد جانشینی را تجربه نمودند. نگرانی از وضعیت مذکور در قوانین مختلف از قبیل برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴-۱۳۹۰)، قانون تنظیم خانواده و جمعیت و همچنین طرح جامع جمعیت و تعالی خانواده که بر رسیدن نرخ باروری به بیش از سطح جانشینی تأکید دارند، نمایان است. آنچه که در رسانه‌های مجازی پیرامون سیاست‌های افزایش فرزندآوری مورد بحث و تبادل نظر قرار می‌گیرد؛ ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی این موضوع است که در بسیاری اوقات به موضوع اصلی مباحث تبدیل می‌شود. در بین انواع رسانه‌های ارتباطی، پایگاه‌های خبری این امکان را برای کاربران اینترنت فراهم نموده‌اند، تا نظرات^۱ خود را در رابطه با مباحث مطرح شده با دیگران به اشتراک بگذارند. در خلال این تبادل نظرات است که کاربران، تفسیرهای خود را از ابعاد مختلف فرزندآوری ارائه می‌دهند و با توجه به معانی مختلفی که به فرزندآوری منتسب می‌کنند، واکنش‌های خاصی را نیز در برابر این موضوع از خود نشان می‌دهند. اووه فلیک^۲ با طرح قوم‌نگاری مجازی^۳ معتقد است که با بررسی تعاملات و ارتباطات در اینترنت، اینترنت به ابزاری برای مطالعه افرادی تبدیل می‌شود که از طرق دیگر امکان دسترسی به آن‌ها را نداریم. ابزاری متفاوت که از مصاحبه فردی یا بحث گروهی فراتر می‌رود. به پیروی از فلیک می‌توان اینترنت را یک «مکان» یا نوعی «بودن» به حساب آورد. در چنین مواردی می‌توان اینترنت را به منزله نوعی محیط یا فرهنگ مورد مطالعه قرار داد که در آن انسان‌ها شکل‌های خاصی از ارتباط، یا گاهی هویت‌های خاصی به وجود می‌آورند (فلیک، ۱۳۸۷: ۲۹۴). از این‌رو، می‌توان با مطالعه شکل و محتوای نظرات ارائه شده در پایگاه‌های خبری به این موضوع پی‌برد که موضوع ابعاد مختلف فرزندآوری چگونه در اینترنت بر ساخته شده است؟ مطرح شدن موضوع فرزندآوری در رسانه‌های خبری برای کاربران چه معنایی دارد؟ و کاربران اینترنت چگونه با موضوع افزایش فرزندآوری روبرو می‌شوند؟ پاسخ به سؤالات مزبور، نیازمند آن است که نحوه تفسیر مباحث مرتبط با موضوع فرزندآوری در اینترنت رمزگشایی^۴ شوند و این‌که کاربران در فضای مجازی

1 - Comment

2 - Uwe Flick

3 - Virtual ethnography

4- Decoding

چگونه به تفسیر و رمزگشایی مباحث مربوطه می‌پردازند؟ در همین رابطه، پرداختن به سؤالات پیش‌رو حائز اهمیت است و به عبارتی دیگر اهداف اصلی این مقاله را شکل می‌دهند؛ ۱. در واکنش به مشوق‌های فرزندآوری چه مباحث و موضوعاتی از سوی کاربران در پایگاه‌های خبری جایگاه مسلط را به خود اختصاص داده‌اند؟ ۲. تا چه اندازه کاربران پیام‌های نهفته در مباحث مرتبط با فرزندآوری را پذیرفته / رد می‌کنند و چگونه درباره این موضوع وارد گفتگو می‌شوند؟ ۳. کاربران چه استراتژی‌هایی (انتقادی / منفعلانه / همراهی) را در برابر مباحث مرتبط با فرزندآوری اتخاذ می‌کنند؟

رویکرد نظری پژوهش

شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل داشتن قابلیت‌ها و خصوصیاتمانند «تعاملی بودن»^۱، «همزمانی ارتباط»^۲، «فراگیر بودن»^۳ و «متمرکز نبودن»^۴ فضای مناسبی را برای بیان آراء و عقاید در اختیار کاربران قرار می‌دهند. وجود چنین ویژگی‌هایی در کنار امکان به اشتراک گذاشتن عقاید توسط کاربران، اهمیت شبکه‌های اجتماعی مجازی را دو چندان می‌کند.^۵ از این‌رو، عده‌ای از اندیشمندان علوم اجتماعی معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی ظرفیت و توان ایجاد حوزه عمومی مجازی را دارند و کاربران می‌توانند از طریق شبکه‌های مجازی به گفتگو و تعامل پیرامون مسایل و موضوعات مختلف بپردازند و باعث شکل‌گیری «حوزه عمومی»^۶ شوند. پژوهشگران مختلفی (خوندکر^۷، ۲۰۱۱؛ التانتاوی و ویست^۸، ۲۰۱۱؛ استپانوا^۹، ۲۰۱۱) در تحلیل رفتار اجتماعی و سیاسی جوامع به شکل‌گیری گفتمان‌های عمومی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند. محققین دیگر بر این نکته تأکید دارند که چگونه کاربران اینترنت می‌توانند درباره یک مسأله عمومی، معانی و تفسیرهای متفاوتی را به کار گیرند و در نحوه شکل‌گیری افکار عمومی، نقش‌آفرینی کنند (ایبیکلمن و آندرسون^{۱۰}، ۲۰۰۳؛

1 - Interactivity

2- Real Time

3 - Ubiquity

4 - Decentrality

5 - آمارهای منتشر شده توسط بانک جهانی، نشان می‌دهند که طی سال‌های ۲۰۰۷ الی ۲۰۱۴ میزان کاربران اینترنت در ایران از ۹/۴۷ درصد به ۳۹/۴ درصد افزایش یافته است (بانک جهانی، ۲۰۱۶).

6- Public sphere

7 - Khondker

8 - Eltantawy & Wiest

9 - Stepanova

10 - Eickelman & Anderson

گارنهام^۱، (۱۹۹۵). طرح مفهوم حوزه عمومی و نحوه شکل‌گیری آن توسط یورگن هابرماس^۲ (۱۹۹۱)، مورد بحث قرار گرفته‌است. منظور هابرماس از حوزه عمومی، قلمروی از زندگی اجتماعی است که در آن هر عاملی که می‌تواند افکار عمومی را به هم نزدیک سازد، مجال شکل‌گیری می‌یابد. نانسی فریزر^۳، مفهوم حوزه عمومی را در نظر هابرماس چنین تعریف می‌کند: این مفهوم، تئاتری را در جوامع مدرن مشخص می‌کند که در آن مشارکت از طریق گفتگو اجرا می‌شود. حوزه عمومی فضایی است که در آن شهروندان درباره امور مشترکشان گفتگو می‌کنند و از این جهت، عرصه کنش متقابل گفتگویی است (کیویستو^۴، ۱۳۸۰: ۱۱). در واقع حوزه عمومی بخشی از حیات اجتماعی است که در آن کنشگران می‌توانند به تبادل نظر درباره موضوعات و مسائل مهم مربوط به خیر عمومی (مصالح عامه) بپردازند که این امر منجر به شکل‌گیری افکار عمومی می‌شود.

امروزه در مطالعات فرهنگی نحوه بازنمایی پدیده‌های اجتماعی در فضای رسانه از جایگاه برجسته‌ای برخوردار است. بازنمایی به این نکته اشاره دارد که پدیده‌ها فی‌نفسه دارای معنا نیستند، بلکه معنای پدیده‌ها محصول چگونگی بازنمایی آن‌ها در جامعه است. استوارت هال^۵ به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین متفکران در حوزه مطالعات فرهنگی، ایده‌هایی را در ارتباط با رابطه سیال بین هژمونی^۶ و مقاومت^۷ یا متن^۸ و مخاطبان^۹ مطرح می‌کند. او در مقاله رمزگذاری و رمزگشایی^{۱۰} به دنبال این موضوع است که تلویزیون تا چه اندازه می‌تواند سوژه‌ها^{۱۱} را شکل دهد و سوژه‌ها تا چه اندازه می‌توانند در برابر معناها و ارزش‌ها و رمزهایی که برنامه‌های تلویزیونی به آنها القاء می‌کنند، مقاومت کنند. بر اساس این رویکرد، می‌توان فرایند معناسازی را در هر جامعه، در متن روابط قدرت درک کرد. روابطی که در آن گروه‌های مختلف بر سر کسب قدرت معنا بخشیدن به رخدادها و ارزش‌ها با هم رقابت می‌کنند. از نظر هال، یک متن یا برنامه تلویزیونی با وجود اینکه از معنایی مرجح^{۱۲} یا خوانشی^{۱۳} مسلط برخوردار است، اما منبع

1 - Garnham

2- Jürgen Habermas

3 - Nancy Fraser

4 - Kivisto

5 - Stuart Hall

6 - Hegemony

7 - Resistance

8- Text

9- Audiences

10- Encoding and Decoding

11- Subjects

12- Dominant Meaning

13- Reading

بالقوه‌ای از معناهای مختلف است و این معناها طی گفتگویی که بین متن و مخاطب صورت می‌گیرد، فعال می‌شوند (Hall:2003). با توجه به آنچه بیان شد، می‌توان گفت رویکرد نظری این مقاله، از آرای هابرماس و استوارت هال الهام گرفته‌است. این رویکرد قائل به تفسیر و رمزگشایی مباحث عمومی توسط کنشگران است.

روش‌شناسی و میدان مطالعه

این مطالعه از نوع مطالعات نتنوگرافیک^۱ به شمار می‌رود که با روش ترکیبی (تحلیل محتوای کمی و کیفی) انجام شده‌است. نتنوگرافی عبارت است از روش پژوهش اتنوگرافیک آنلاین^۲ برای شناسایی بینش مشارکت‌کنندگان (Kozinets:2010; Kozinets and et al: 2014). عبارت دیگر نتنوگرافی، یک پژوهش مردم‌نگارانه تطبیق داده شده (بهینه) برای مطالعه اجتماعات آنلاین است و اطلاعاتی را در زمینه معنا و متن (بافت) کاربران آنلاین فراهم می‌کند (Ibid:1998;2002). روش مورد استفاده در این مطالعه به مردم‌نگاری مجازی مورد نظر فلیک شباهت زیادی دارد. مردم‌نگاری مجازی، اصولاً یا بر مبنای تحلیل متون و گفتگوهای اینترنتی استوار است یا بر مطالعات آنلاین تعاملی به‌عنوان مشاهده‌کننده - مشارکت‌کننده (Sade-Beck:2004). این روش در مقایسه با پیمایش، آزمایش، گروه‌های کانونی^۳ و مصاحبه‌های فردی، روشی به مراتب بی‌دردتر، به‌ویژه برای مشارکت‌کنندگان است؛ و در زمینه‌ای که پژوهشگر آن را دستکاری^۴ و یا جعل نکرده انجام می‌شود. این روش، کم‌هزینه‌تر و سریع‌تر از گروه‌های کانونی و مصاحبه فردی بوده (Kozinets:1998) و با ذات پژوهش مردم‌نگارانه سازگارتر به‌نظر می‌رسد؛ چون در مقایسه با گروه‌های کانونی و مصاحبه، غیرمحسوس‌تر (کمتر مداخله‌گر) است (Ibid:2002). در این روش، کاربران می‌توانند در مخالفت یا موافقت با یک موضوع، به کنش مورد نظر خود دست بزنند (اسکندری‌پور و اکبری‌تبار، ۱۳۹۲).

طبق نظریه شی‌یه^۵ و شانون^۶ (۲۰۰۵)، تحلیل محتوای کیفی به سه دسته تقسیم می‌شود: ۱. تحلیل محتوای عرفی و قراردادی^۷، ۲. تحلیل محتوای جهت‌دار^۱ و ۳. تحلیل محتوای تلخیصی

1 - Netnographic

2 - Online Ethnography

3- Focus groups

4 - Fabricated

5- Hsiu- Fang Hsieh

6- Sara E. Shanon

7 - Conventionat Content Analysis.

یا تجمعی^۲ که هر کدام کاربرد و مزایای خاص خود را دارد. در این مطالعه از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد تلخیصی استفاده شده است که هدف از آن شناسایی و کمی کردن کلمات یا مضامین ویژه موجود در متن، با هدف فهم چگونگی کاربرد این کلمات یا محتوای آنها در متن است. با استفاده از روش به کار رفته تلاش شده تا علاوه بر تحلیل کمی، محتوای پنهان و نهفته موجود در کلمات نیز تحلیل و مضمون سازی شود. جامعه آماری مطالعه حاضر را ۷۹۹ کاربر اینترنتی تشکیل می دهند که اخبار^۳ مرتبط با افزایش فرزندآوری را در فضای مجازی مطالعه نموده و نظرات خود را در این زمینه به اشتراک گذاشته اند. این کاربران متشکل از هر دو جنس زن و مرد بوده اند. علاوه بر این ۷۹۹ کاربر ذکر شده، تعداد ۴۱۶۸۴ کاربر دیگر نیز با مطالعه نظرات ارائه شده، موضع گیری خود را به صورت «موافق» یا «مخالف» نسبت به نظرات این ۷۹۹ کاربر اعلام کرده بودند که در بخش کمی این مطالعه مورد تحلیل قرار گرفتند^۴. جدول شماره ۱، توزیع نظرات ارائه شده و همچنین تعداد موافقین و مخالفین آنها را به تفکیک اخبار منتخب نشان می دهد.

1- Directed Content Analysis.

2 - Summative Content Analysis

۳- در این مطالعه، از بین اخبار منتشر شده مرتبط با فرزندآوری در ایران، تعداد ۱۰ خبر که بیشترین مخاطب را داشتند جهت تحلیل انتخاب شدند. عناوین خبری و آدرس اینترنتی آنها در پیوست ۱ آمده است.

۴- توضیح اینکه در بیشتر سایت های خبری، این امکان برای کاربران فراهم شده تا بتوانند در مقابل نظراتی که توسط کاربران قبلی نسبت به اخبار ارائه شده اند، به صورت موافق یا مخالف، از خود واکنش خود نشان دهند.

جدول ۱. توزیع نظرات ارایه شده و موافقین و مخالفین آنها به تفکیک اخبار منتخب

تعداد موافقین و مخالفین نظرات ارایه شده	تعداد نظرات ارایه شده	اخبار منتخب مورد بررسی
۱۵۳	۳۰	خبر شماره ۱
۱۲۵۰۸	۱۵۶	خبر شماره ۲
۳۳۹۱	۵۰	خبر شماره ۳
۱۵۲	۸	خبر شماره ۴
۲۱	۸	خبر شماره ۵
۰	۴۰	خبر شماره ۶
۲۵۱۵۸	۴۳۹	خبر شماره ۷
۰	۲۵	خبر شماره ۸
۲۵۸	۱۳	خبر شماره ۹
۴۳	۳۰	خبر شماره ۱۰
۴۱۶۸۴	۷۹۹	جمع کل

یافته‌های پژوهش

یافته‌های کمی

بررسی دقیق محتوای نظرات ارایه شده در مقابل هر یک از اخبار منتشر شده نشان داد که هر یک از این نظرات را می‌توان در قالب سه رویکرد اصلی «رویکرد انتقادی»، «رویکرد منفعلانه» و «رویکرد همراهانه» از همدیگر تفکیک نمود. در رویکرد انتقادی، افراد با ارایه دلایل مختلف به نوعی تلاش نموده‌اند مخالفت خود را با سیاست افزایش فرزندآوری نشان دهند و آنها را به چالش بکشند. برعکس، در رویکرد همراهی، افراد به ذکر دلایل متعددی برای موجه نشان دادن افزایش فرزندآوری پرداخته‌اند و در رویکرد منفعلانه، واکنش افراد دربردارنده اتخاذ رویکرد انتقادی و یا همراهانه نبوده و آنها را به‌طور واضح تأیید یا رد نکردند.

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، از مجموع ۷۹۹ کاربر اینترنتی که بعد از مطالعه اخبار به درج نظرات خود پرداخته‌اند، ۷۱۷ کاربر (۸۹/۷ درصد) رویکردی انتقادی، ۵ کاربر (۰/۶ درصد) رویکردی منفعلانه و ۷۷ کاربر (۹/۷ درصد) نیز رویکردی همراهانه اتخاذ کرده‌اند. از این‌رو به نظر می‌رسد افزایش فرزندآوری، به دلایل مختلف، مورد پذیرش اکثریت نمونه مورد مطالعه قرار

نگرفته است. در بخش کیفی مطالعه، به تشریح اهم دلایل این طیف از کاربران پرداخته می-شود.

جدول ۲. تیپولوژی کاربران بر حسب نوع رویکرد آنها نسبت به اخبار منتخب

تعداد نظرات ارایه شده	نوع رویکرد						
	همراهی		منفعلانه		انتقادی		
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۳۰	۲۳/۴	۷	۰/۰	۰	۷۶/۶	۲۳	خبر شماره ۱
۱۵۶	۱/۲	۲	۲/۰	۳	۹۶/۸	۱۵۱	خبر شماره ۲
۵۰	۴/۰	۲	۲/۰	۱	۹۴/۰	۴۷	خبر شماره ۳
۸	۳۷/۵	۳	۰/۰	۰	۶۲/۵	۵	خبر شماره ۴
۸	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۱۰۰/۰	۸	خبر شماره ۵
۴۰	۱۰۰	۴۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	خبر شماره ۶
۴۳۹	۳/۱۸	۱۴	۰/۲۲	۱	۹۶/۶	۴۲۴	خبر شماره ۷
۲۵	۳۶/۰	۹	۰/۰	۰	۶۴/۰	۱۶	خبر شماره ۸
۱۳	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۱۰۰/۰	۱۳	خبر شماره ۹
۳۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۱۰۰/۰	۳۰	خبر شماره ۱۰
۷۹۹	۹/۷	۷۷	۰/۶	۵	۸۹/۷	۷۱۷	جمع کل

همانطور که گفته شد، کاربران بر حسب نوع رویکرد اتخاذ شده نسبت به افزایش فرزندآوری در یکی از سه طبقه انتقادی، منفعلانه و همراهانه قرار گرفتند. بر این اساس، موافقین و مخالفین این نوع موضع‌گیری‌ها را نیز می‌توان در قالب طبقات زیر دسته‌بندی کرد: ۱. موافقین رویکرد انتقادی، ۲. مخالفین رویکرد انتقادی، ۳. موافقین رویکرد منفعلانه، ۴. مخالفین رویکرد منفعلانه، ۵. موافقین رویکرد همراهانه و ۶. مخالفین رویکرد همراهانه. جدول شماره ۳ توزیع موافقین و مخالفین رویکردهای اتخاذ شده به تفکیک اخبار منتخب را نشان می‌دهد.

جدول ۳. توزیع موافقین و مخالفین رویکردهای اتخاذ شده به تفکیک اخبار منتخب

نوع رویکرد						تعداد واکنش‌های موافق و مخالف	
همراهی		منفعلمانه		انتقادی			
مخالفین	موافقین	مخالفین	موافقین	مخالفین	موافقین		
--	۲۷	--	--	--	۱۲۶	۱۵۳	خبر شماره ۱
--	۲	--	۳	۶۶۱	۱۱۸۴۲	۱۲۵۰۸	خبر شماره ۲
۱۶۶	۱۵	۲۳	۶	۲۸۵	۲۸۹۶	۳۳۹۱	خبر شماره ۳
۱۰	۲۸	--	--	۴۲	۷۲	۱۵۲	خبر شماره ۴
--	--	--	--	۵	۱۶	۲۱	خبر شماره ۵
--	--	--	--	--	--	۰	خبر شماره ۶
۷۴۱	۱۷۶	۱	۳۲	۱۹۷۳	۲۲۲۳۵	۲۵۱۵۸	خبر شماره ۷
--	--	--	--	--	--	۰	خبر شماره ۸
--	--	--	--	۶۲	۱۹۶	۲۵۸	خبر شماره ۹
--	--	--	--	۴	۳۹	۴۳	خبر شماره ۱۰
۹۱۷	۲۴۸	۲۴	۴۱	۳۰۳۲	۳۷۴۲۲	۴۱۶۸۴	جمع کل
۲/۲۰	۰/۵۹	۰/۰۶	۰/۱۰	۷/۲۷	۸۹/۷۸	درصد	

یکی دیگر از مراحل مهم این مطالعه، طبقه‌بندی نظرات ارایه شده از طرف کاربران در یکی از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بود. تحلیل محتوای نظرات ارایه شده نشان داد که ۴۲/۹ درصد از کاربران بر ابعاد اقتصادی، ۳۸/۲ درصد بر ابعاد اجتماعی، ۱۲/۲ درصد بر ابعاد سیاسی و ۶/۷ درصد نیز بر ابعاد فرهنگی فرزندآوری تأکید داشتند.

جدول ۴. تیپولوژی کاربران بر حسب ابعاد نظرات آنها و به تفکیک اخبار منتخب (درصد)

ابعاد نظرات ارایه شده				
سیاسی	فرهنگی	اجتماعی	اقتصادی	
۱۵/۸	۱۳/۲	۴۲/۱	۲۸/۹	خبر شماره ۱
۲۰/۱	۱/۶	۴۲/۹	۳۵/۳	خبر شماره ۲
۱۰/۴	۱۰/۴	۳۷/۳	۴۱/۸	خبر شماره ۳
۰/۰	۳۵/۳	۱۷/۶	۴۷/۱	خبر شماره ۴
۰/۰	۰/۰	۷۰/۰	۳۰/۰	خبر شماره ۵
۲۸/۳	۱۳/۰	۵۸/۷	۰/۰	خبر شماره ۶
۷/۳	۶/۳	۳۷/۵	۴۸/۸	خبر شماره ۷
۷/۱	۱۴/۳	۲۱/۴	۵۷/۱	خبر شماره ۸
۳۳/۳	۶/۷	۲۰/۰	۴۰/۰	خبر شماره ۹
۴۵/۵	۰/۰	۱۸/۲	۳۶/۴	خبر شماره ۱۰
۱۲/۲	۶/۷	۳۸/۲	۴۲/۹	جمع کل

یافته‌های کیفی

در این بخش از پژوهش نتایج حاصل از تحلیل محتوای کیفی نظرات کاربران ارائه می‌شود. به طور کلی در بخش کیفی پژوهش تعداد ۱۹۱۵ مفهوم، ۷۶ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی استخراج شدند که در ادامه به مهمترین مفاهیم و مقوله‌های برآمده از متون تحلیل شده پرداخته می‌شود.

نظر کاربران در خصوص ابعاد اقتصادی فرزندآوری

تحلیل محتوای نظرات ارائه شده نشان داد که «هزینه‌های بالای زندگی» منجر به آن شده که والدین در ضرورت بچه‌دار شدن دچار تردید جدی شوند و در توصیف شرایط حاکم بر جامعه به‌طور مداوم به بحران اقتصادی در ایران و شکل‌گیری احساس ناامنی اقتصادی اشاره کنند. یکی از کاربران، که ۳۴۱ کاربر دیگر موافق نظر وی بودند و تنها ۳ نفر با ایشان مخالفت کردند، درخصوص هزینه‌های بالای زندگی، تردید در ضرورت بچه‌دار شدن و ناتوانی والدین در اختصاص زمان کافی برای تربیت فرزندان چنین می‌گوید:

"من یه بچه ۱۰ ماهه دارم که صبح ساعت ۷ میذارم مهد و ساعت ۵ بعد از ظهر میگیرمش. ساعت ۷ بعد از ظهر هم پدرش از سر کار میاد خونه خسته و کوفته، ما در طول روز اینقدر درگیر کار، ترافیک، گرونی و مشکلات دیگه هستیم که وقت رسیدگی به این بچه رو نداریم و خودمون رو والدین خوبی برای بچمون نمیدونیم. واقعاً از این وضع متأسفیم و گاهی فکر می‌کنیم که آیا لازم

بود توی این شرایط بچه داشته باشیم؟ حالا با این اوضاع به ما میگن باید چندتا بچه داشته باشین! آخه با چه شرایطی؟، قدیم فقط پدر خانواده کار می‌کرد و ۶ تا بچه رو نون میداد حالا با این شرایط پدر و مادر باهم کار میکنن از پس مخارج معمولی یه بچه هم برنمیان".

یکی دیگر از کاربران معتقد است که علی‌رغم تمایل شخصی به فرزند دوم ولی بخاطر مشکلات اقتصادی شوهرش بشدت با داشتن فرزند دوم مخالف است و از نظر ایشان سایر افراد جامعه نیز دارای چنین تمایلات شخصی هستند، ولی شرایط موجود در جامعه منجر به «ناکام شدن افراد در افزایش فرزندآوری» شده است. نقل قول زیر گویای نظرات چنین کاربرانی است.

"مشکل فقط درآمد و کمبودهای زندگیه و گرنه همه دوست دارن بچه داشته باشن. من یک بچه دارم و خیلی دلم میخواد بچه دومم به دنیا بیارم ولی شوهرم نمیداره و همش امکانات را بهانه می‌کنه".

همچنین کاربری دیگر در واکنش به مباحث پیرامون افزایش فرزندآوری چنین می‌گوید:

"نفتون از جای گرم در میاد!!! خرجشو شما میدی؟ خونه و تحصیل و آینده و شغلتشو شما تامین میکنی؟؟ تا من ۱۰ تا بچه بیارم؟؟".

کاربری دیگر در پاسخ به یکی دیگر از کاربران، که ۴۰ کاربر موافق نظر وی بودند و کسی با وی مخالفتی نداشته، ضمن اتخاذ رویکردی انتقادی به عدم تطابق درآمدها با هزینه‌های زندگی اشاره می‌کند و معتقد است که باید در تحلیل شرایط موجود و نحوه اثرگذاری هزینه‌های زندگی بر فرزندآوری رویکردی واقع‌گرایانه داشت.

"شما حتماً همه پولتو پس انداز میکنی. فقط کرایه ماشین اگه محل کارت دور باشه، نزدیک ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومن میشه. برای خودت هم بخوای کمی خرج کنی و برای زندگیت ارزش قایل بشی کلی از پولت می‌ره. ولی اگه خیلی معمولی زندگی کنی حق باشماست. افزایش آمار طلاق به خاطر فقر خانواده‌ها دلیل خوبی بر رد ادعای شماست".

در ادامه نظر این کاربر یکی دیگر از کاربران از «بی اطلاعی مسئولین از هزینه‌های پرورش فرزند» انتقاد می‌کند و با اتخاذ رویکردی «انتقادی» در واکنش به خبر منتشر شده مبنی بر تشویق مردم به فرزندآوری چنین می‌گوید:

"حالا این ۵ و ۶ تا بچه را در خانه‌های ۴۰-۵۰ متری میشه جای داد؟ هزینه پوشاک و خوراک و... را خبر دارید؟ اصلاً آیا می‌دانید قیمت پوشک بچه چقدر است؟"

نظر کاربر فوق، موافقت ۲۰۸ نفر از سایر کاربران را به همراه داشته و کسی با نظر او اعلام مخالفت نکرده است. رضا نیز به عنوان یکی دیگر از کاربران در رابطه با پرسیدن نظر کاربران در مورد علل کاهش رشد جمعیت به مشکلات اقتصادی و از جمله تأمین مسکن اشاره می‌کند و معتقد است که:

"فقط مشکل در اقتصاد و مسکن ریشه دارد. من خودم ۱۵ سال است ازدواج کردم یک فرزند ۱۳ ساله دارم. بخدا اگر میدانستم اوضاع اقتصادی کشور به اینجا ختم میشد همین یک فرزند را هم

نمیخواستم. آخر فرزندی که توانی شکمش را سیر کنی یا به پرسش او که بابا دیگه کی ما یک آلونک از خودمان خواهیم داشت جواب بدی به چه دردی میخورد؟".

نظر کابران در خصوص ابعاد اجتماعی فرزندآوری

در خصوص ابعاد اجتماعی موضوع مورد مطالعه «انتقاد از محدود شدن تداوم نسل با گرایش به تک‌فرزندی» یکی از مقولات استخراج شده بود. در همین رابطه یکی از کاربران معتقد است که:

"وقتی همه چیز اقتصادی شده همینه دیگه. آیا فکر نمی‌کنید درآینده با تک‌فرزندی، بدون خانواده و فامیل چگونه می‌خوای زندگی کنی؟ چرا فکر نکنیم که داشتن برادر و خواهر هم حق هر فرزندی است و ما نباید این حق را از آنها بگیریم. آیا فکر نمی‌کنیم نوه‌های شما هم به خاله، عمو، دانی و عمه نیازمند هستند. یا نه فرض کردیم آنقدر به موضوعات اشراف داریم که از همین الآن تشخیص می‌دهیم که هیچ‌کس حقی ندارد و صرفاً در نظر گرفتن هزینه‌ها را ملاک ارزش‌گذاری در جامعه قرار داده‌ایم".

یکی دیگر از کاربران ضمن انتقاد از سخنگیری مردم در زندگی به مشکلات کمتر در خانواده پر جمعیت اشاره دارد و ابعاد اجتماعی فرزندآوری را مثبت ارزیابی می‌کند. در همین رابطه، شریف به عنوان یکی دیگر از کاربران ضمن موافقت با افزایش جمعیت، «داشتن خواهر و برادر» را «عامل خوشی و نشاط اجتماعی» می‌داند و نظر خود را، که موافقت ۳۷۳ نفر را به همراه داشته و تنها یک نفر با ایشان مخالفت کرده‌است، چنین بیان می‌کند:

"با افزایش جمعیت خانواده کاملاً موافقم چون قشنگ‌ترین، ماندگارترین و با احساس‌ترین خاطراتم در کنار خواهران و برادرم رقم خورده".

یکی دیگر از کاربران از فرزندآوری بالا در دهه ۶۰ انتقاد می‌کند و معتقد است که نسل امروزی بیشتر بر کیفیت به جای کمیت تأکید دارند. وی در توصیف عقاید خود، که ۱۰۰ کاربر دیگر موفق نظر وی بودند و ۱۲ کاربر نیز با وی مخالفت کردند، چنین می‌گوید:

"اکثر کسانی که الان توی سن بچه‌دار شدن هستن بچه‌های دهه ۶۰ هستن که خاطره‌های تلخ ۵-۶ فرزند توی یه خونرو هنوز فراموش نکردن. هنوزم ما یادمون نرفته پدر و مادرهامون برای داشتن یه زندگی متوسط چقدر سختی کشیدن و ماها چقدر امکانات محدودی داشتیم. امکان نداره دیگه این نسل حاضر بشن بچه‌هاشون هم همون سختی‌ها رو بکشن و با کیفیت پایین زندگی کنن".

در رابطه با دشواری تربیت فرزند در شرایط امروزی و ارجحیت کیفیت بر کمیت، کاربری دیگر، که ۱۵۶ کاربر موافق نظر وی بودند و ۳۴ کاربر با ایشان مخالفت کردند، به تغییر استانداردهای زندگی اشاره می‌کند و معتقد است که:

"حتی اگر خانواده‌ها پولدار هم باشند ولی به این درک رسیده‌اند که تربیت درست بیش از ۲ یا ۳ فرزند کار سختی است. پس بهتره به جای اینکه ۶ تا بچه داشته باشند و به امان خدا ولشون کنند ۲ یا ۳ بچه دارند ولی در عوض مراقبت‌های بیشتری می‌کنند. مسأله فقط مالی نیست مسأله اینه که یه مادر و پدر چند نفر را می‌توانند تربیت کنند؟".

نظر کاربران در خصوص ابعاد فرهنگی فرزندآوری

مقوله‌های برآمده از ابعاد فرهنگی موضوع بیان‌گر شکل‌گیری نوعی از نگرانی در بین کاربران در خصوص تغییر معیارهای خوشبختی افراد و مادی‌گرایی افراطی در جامعه است. در همین رابطه یکی از کاربران، ضمن مخالفت خود با نظر یکی دیگر از کاربران عنوان می‌کند که «متأهلی لازمه خوشبختی» است و نظر خود را، که به ترتیب ۱۱۴ و ۱۴ کاربر مخالف و موافق نظر وی بودند، چنین بیان می‌کند:

"عزیز من: من تو طرح سرشماری افرادی رو دیدم که با کمتر از درآمد تو خوشبخت بودن و افرادی هم بودن که با درآمد بیشتر از تو خوشبخت نبودن. پول مجرد برکت نداره. باورنداری خودت رو با متأهل‌ها مقایسه کن".

یکی دیگر از کاربران ضمن انتقاد از دنیوی شدن مردم به کاربران توصیه می‌کند که به خداوند توکل کنند و معتقد است که:

"اگه مشکلات اقتصادی مانع ازدواج و بچه‌دار شدن بود پس چرا گفتند: هر کس به خدا توکل کنه خدا براش کافیه؟! تا حالا عمیق به این جمله فکر کردیم؟ تا حالا واقعاً به خدا توکل کردیم؟! واقعاً ما تو زندگی به کی توکل می‌کنیم?!".

«کنترل هنجاری فرزندآوری» و «جمع‌گرایی در فرزندآوری» از دیگر مقولات استخراج شده از تحلیل نظر کاربران بودند که از نظر کاربران، امروزه فرزندآوری بالا در جامعه امری نابهنجار تعریف می‌شود و با عمومیت یافتن فرزندآوری پایین، فرزندآوری بالا منجر به طرد اجتماعی افراد می‌شود. نقل قول‌های زیر گویای مقولات فوق است.

"شرایط ایجاد شده اجازه داشتن فرزند زیاد را نمی‌دهد. داشتن فرزند بیش از دو تا جرأت می‌خواد. با چهارتا بچه راه بیفت توی خیابون بین بهت چی می‌گن؟!".

همچنین یکی دیگر از کاربران چنین می‌گوید:

"فکر نمی‌کنم مشکل اصلی بیکاری و مسکن و غیره باشه... مسأله اون فرهنگی هست که جا افتاده کسی که بچه بیشتر از ۲ داره اطرافیان طوری نگاه و برخورد می‌کنن که انگار فردی هست که از نظر فرهنگی سطحش پایینه... تو فرهنگمون طوری جا افتاده که فرزند کم رو کلاس بالا می‌دونن".

نظر کاربران در خصوص ابعاد سیاسی فرزندآوری

غالب نظرات کاربران در ابعاد سیاسی بر دو نوع از تحلیل‌های سیاسی تأکید داشتند. دسته اول کسانی بودند که نگران تهدیدات خارجی و توطئه بیگانگان بودند و به همین دلیل با مباحث افزایش فرزندآوری موافق بودند. دسته‌ای دیگر، از نحوه سیاست‌گذاری داخلی انتقاد داشتند و عدم انسجام و نبود مکانیزم‌های اجرایی شدن مشوق‌ها را مانع فرزندآوری می‌دانستند. در بین دسته اول یکی از کاربران نگرانی خود را از کاهش جمعیت در ایران چنین بیان می‌کند:

"به خدا دلم داره آتیش می‌گیره! نمیتونم چیزایی که میدونم رو اینجا مطرح کنم... ولی اینقد اشاره کنم که همش تقصیره تبلیغات غیر منطقی صدا و سیما بود که می‌گفت فرزند کمتر زندگی بهتر. قابل توجه کسانی که حرف تورم رو میارن وسط! اینطور نیست. این هدف کاهش جمعیت از سوی پنتاگون علیه جمهوری اسلامی مطرح شده است!!! بقیشو باید خودتون بدونید..."

همچنین یکی دیگر از کاربران معتقد است که:

"با توجه به تهدیدات کشورهای غربی، و احتمالاً وقوع جنگ، به نظر من جمعیت کشور باید افزایش پیدا کنه... واقعاً در جامعه‌ای که همه پیر باشند کی باید بکنه؟... ما باید خودمون رو برای فتح فلسطین آماده کنیم".

در بین دسته دوم نیز یکی از کاربران به «شکست سیاست‌های تشویقی دولت» اشاره می‌کند و بی‌اعتمادی شکل گرفته نسبت به وعده‌های مسئولین را با این جمله، که به ترتیب موافقت ۸ کاربر و مخالفت ۲۰۳ نفر را به همراه داشته، بیان می‌کند:

"بد قولی رئیس جمهور در پرداخت ۱ میلیون تومن به ازای هر نوزاد! باعث کاهش آهنگ رشد جمعیت در کشور جمهوری اسلامی ایران شده است".

یکی دیگر از کاربران با نقد «سیاست‌های مشوق افزایش کمی جمعیت» چنین می‌گوید:

"چند میلیون جوان ایرانی و میانسال مستعد و لایق در آمریکا، کانادا و استرالیا و... هستند. چرا؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟!! به جای سیاست افزایش جمعیت بی کیفیت، دولت به دنبال چاره‌ای در حفظ منابع انسانی در کشور باشد".

همچنین یکی دیگر از کاربران ضمن انتقاد از فراقکنی مشکلات داخلی به دشمنان، نگاه تراژدیک خود را به گذشته چنین توصیف می‌کند:

"ما سه تا بچه بودیم یعنی همین ده سال اخیر هر جا می‌رفتیم تو کوچه‌ها، خیابونا و جاده‌ها هر جا میرفتیم نوشته بودن فرزند کمتر زندگی بهتر چقدر ناراحت میشدم فکر میکردم اضافه‌م والله. این نوشته‌ها هم کار دشمن بود؟!"

نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش شد تا به تحلیل محتوای کمی و کیفی اخبار مرتبط با مباحث افزایش فرزندآوری در ایران پرداخته شود. هدف از این کار، مطالعه نحوه تفسیر و بازنمایی ابعاد مختلف افزایش فرزندآوری در بین کاربران اینترنتی بود. نتایج تحلیل محتوای کمی نشان داد که

۱- بر اساس طرحی مصوب شده با عنوان «صندوق آتیه مهر رضا» در سال ۱۳۸۹ دولت جمهوری اسلامی ایران مقرر نمود که از این پس برای هر نوزاد تازه متولد شده مبلغ یک میلیون تومان توسط دولت به حساب اختصاصی نوزاد واریز شود و پس از آن سالانه در ازای واریز مبلغ ۲۴۰ هزار تومان از سوی خانواده، دولت نیز مبلغ ۱۲۰ هزار تومان به این حساب واریز کند، که این طرح به دلیل کمبود بودجه و خودداری بانک ملی از اجرای آن، اجرا نشد. (روزنامه جام جم: ۱۳۹۰).

کاربران در مواجهه با مباحث افزایش جمعیت، رویکردهای متفاوتی اتخاذ نموده‌اند؛ ۸۹٫۷ درصد رویکردی انتقادی، ۰٫۶ درصد منفعلانه و ۹٫۷ درصد رویکردی همراهانه داشته‌اند. بعلاوه، یافته‌ها نشان داد که ۴۳ درصد کاربران بر ابعاد اقتصادی، ۳۸ درصد بر ابعاد اجتماعی، ۱۲ درصد بر ابعاد سیاسی و ۷ درصد بر ابعاد فرهنگی جمعیت و افزایش آن تأکید کرده‌اند. در بخش یافته‌های کیفی تحقیق مشخص شد که بُعد اقتصادی موضوع فرزندآوری بیشتر از سایر ابعاد در میان کاربران مطرح است. مهمترین مقوله‌های مرتبط با بُعد اقتصادی موضوع، که از نظرات تحلیل شده استخراج شدند، عبارتند از: «هزینه‌های بالای پرورش فرزند»، «انتقاد از عدم اطلاع مسئولین از هزینه‌های پرورش فرزند»، «فشار اقتصادی»، «ناکام شدن در فرزندآوری»، «احساس ناامنی اقتصادی» و «استدلال واقع‌گرایانه از هزینه‌ها». مقوله‌های استخراج شده حکایت از آن دارند که موضوع فرزندآوری به مثابه پدیده‌ای اقتصادی در فضای اینترنت بازنمایی و برساخته شده‌است. همچنین یافته‌ها نشان دادند که کاربران در برابر رویکردی که بر مباحث افزایش فرزندآوری مسلط شده و درصدد نهادینه کردن آن در جامعه است، نه تنها منفعلانه برخورد نمی‌کنند، بلکه با اتخاذ رویکردی منتقدانه به تحلیل شرایط اقتصادی جامعه و نحوه اثرگذاری آن بر کیفیت زندگی‌شان می‌پردازند. لذا مقوله اصلی که می‌تواند سایر مقوله‌های مرتبط با بُعد اقتصادی موضوع را تبیین کند «مضیقه اقتصادی به مثابه مانع فرزندآوری» است. این مقوله بیان‌گر این است که وضعیت اقتصادی جامعه چگونه بر ماهیت واکنش‌ها به مطرح شدن موضوع فرزندآوری در اینترنت و پایگاه‌های خبری تأثیر گذاشته‌است.

کارکرد اجتماعی کنش فرزندآوری یکی دیگر از موضوعاتی بود که تلاش شد تا در بین کاربران اینترنتی مورد کند و کاو قرار گیرد. هدف از این کار آن بود، که مشخص شود به لحاظ اجتماعی موضوع افزایش فرزندآوری در اینترنت و پایگاه‌های خبری برای کاربران چه معنایی دارد؟ مسائلی از قبیل «تداوم نسل» و «فرزندآوری به مثابه یک کنش اجتماعی» چگونه در بین کاربران تفسیر می‌شوند و چنین مفاهیمی در فضای مجازی دستخوش چه تغییراتی شده‌اند؟ در همین رابطه مهمترین مقوله‌های استخراج شده عبارتند از: «داشتن خواهر و برادر، عامل خوشی و نشاط اجتماعی»، «انتقاد از محدود شدن تداوم نسل با گرایش به تک‌فرزندی»، «کارکرد مثبت فرزندآوری بالا»، «افت کیفیت زندگی با افزایش فرزند»، «اعتقاد به آثار مثبت افزایش جمعیت» و «تغییر معیارهای تربیتی فرزندان». یافته‌های این بخش از پژوهش، بیان‌گر آن هستند که هنوز هم کنش فرزندآوری دارای کارکردهای اجتماعی است و بسیاری از کاربران از این که شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه به گونه‌ای است که امکان فرزندآوری بیشتر برای خانواده‌ها امکان‌پذیر نیست، اظهار تأسف و نگرانی می‌نمودند. به طور کلی مقوله‌هایی در این بخش از پژوهش «تداوم نسبی کارکرد اجتماعی فرزندآوری» است و این مقوله بیان‌گر آن است که علی‌رغم مشکلات اقتصادی و اجتماعی حاکم بر جامعه ایران، کاربران تمایل دارند تا از مطرح شدن موضوع افزایش فرزندآوری در اینترنت، در راستای ابراز نگرانی خود از شرایط حاکم بر جامعه استفاده نموده و خواستار تغییر در نگرش‌هایی هستند که با پیشینه اجتماعی و فرهنگی

ایران مطابقت ندارند. در همین رابطه، برخی از مفاهیم، مقوله‌های فرعی و مقوله‌های اصلی برآمده از یافته‌های پژوهش که بر ابعاد فرهنگی موضوع تأکید داشتند، همسو با مفاهیم و مقوله‌های مزبور در بُعد اجتماعی بودند. به طوری که مقوله‌های «انتقاد از دنیوی شدن مردم»، «ناهنجار شدن فرزندآوری بالا»، «نهادینه شدن فرزندآوری پایین» و «کژکارکرد شدن آداب و رسوم ازدواج» مؤید این ادعاست. مقوله اصلی در این بخش نیز «نهادینه شدن خانواده کم‌فرزند» است که بیان‌گر تغییرات ارزشی و فرهنگی حاکم بر مفهوم خانواده و جایگاه آن در جامعه ایرانی است.

علی‌رغم آن که دسته‌ای از کاربران ضمن تأکید بر «ابعاد سیاسی افزایش جمعیت» بر ضرورت و اهمیت آن تأکید کرده بودند، ولی با تحلیل محتوای کمی و کیفی نظر کاربران مشخص شد که ابعاد سیاسی موضوع جایگاه مسلط را در بین کاربران به خود اختصاص نداده‌است. در این خصوص مقوله‌هایی از قبیل «شکست سیاست‌های تشویقی دولت»، «نقد سیاست افزایش کمی جمعیت» و داشتن «نگاه تراژدیک به گذشته» حکایت از آن دارند که کاربران، ماهیت و فرایند سیاست‌های مرتبط با تنظیم خانواده و فرزندآوری را رد می‌کنند و تمایل دارند با رویکردی انتقادی با رویکرد حاکم وارد گفتگو شوند. مقوله اصلی حاکم بر این بخش از یافته‌ها نیز عبارت است از «گسست و تضاد در سیاست‌های جمعیتی». با توجه به آنچه که آمد می‌توان نتیجه گرفت که کاربران اینترنتی ضمن به چالش کشیدن جریان مسلط در رسانه، موضعی انتقادی را در تفسیر و رمزگشایی مباحث دارند و با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی حاکم بر جامعه ایران، نسبت به نهادینه شدن گفتمان‌های مروج فرزندآوری مقاومت می‌کنند.

منابع

- اسکندری‌پور، ابراهیم و علی‌اکبر اکبری‌تبار (۱۳۹۲) روش مطالعه علمی در باب صفحه‌های مرتبط با شبکه‌های رادیو و تلویزیونی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (با رویکرد ترکیبی کمی و کیفی)، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۴ (۷۶): ۱۴۱-۱۱۳.
- کیویستو، پیتز (۱۳۸۵) ارزش‌های بنیادی در جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نی.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷) درآمدی بر تحقیق کیفی، مترجم هادی خلیلی، نشر نی.
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere*. Indiana University Press.
- Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). The Arab spring| Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*, 5, 18.
- Garnham, N. (1995). *The media and the public sphere* (pp. 359-76).

- Habermas, J. (1991). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society. MIT press.
 - Hall, S. (2003). Encoding / Decoding, London, Hutchinson.
 - Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
 - Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Communicative action and the public sphere. Denzin, NK & Lincoln, YS (red.), *The Sage handbook of qualitative research*, 3, 559-603.
 - Khondker, H. H. (2011). Role of the new media in the Arab Spring. *Globalizations*, 8(5), 675-679.
 - Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage publications.
 - Kozinets, R. V., Dolbec, P. Y., & Earley, A. (2014). Netnographic analysis: Understanding culture through social media data. *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, 262-276.
 - Kozinets, R.V. (1998). On Netnography. Initial Reflections on Consumer Investigations of Cyber Culture, in Alba, J. and Hutchinson, W. (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 25, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 366-371.
 - Kozinets, R.V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39, pp. 61-72.
 - Sade-Beck, L. (2004). Internet ethnography: Online and offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2), 45-51.
 - Stepanova, E. (2011). The role of information communication technologies in the Arab Spring. *Ponars Eurasia*, 15, 1-6.
- روزنامه جام جم (۱۳۹۰). قابل دسترس در:

<http://www1.jamejamonline.ir/newstext.aspx?newsnum=100802651266>

- بانک جهانی (۲۰۱۶). آمار کاربران اینترنت در ایران. قابل دسترس در:

<http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2?locations=IR>

پیوست ۱: منابع خبر / مصاحبه های مورد بررسی در این مطالعه

۱. تبیان (۱۳۹۳). فرزند کمتر، زندگی...؟!، (خبر شماره ۱).
<http://bashgah.tebyan.net/newindex.aspx?pid=291610>
۲. فرارو (۱۳۹۲). هر خانواده ایرانی باید ۵ تا ۶ فرزند داشته باشد (خبر شماره ۲).
<http://fararu.com/fa/news/148297/%D9%87%D8%B1->
۳. خبر آنلاین (۱۳۹۱). کاهش جمعیت خطرناکتر است یا بالا رفتن سن ازدواج؟ (خبر شماره ۳).

<http://www.khabaronline.ir/detail/221359/society/urban>

۴. خبر آنلاین (۱۳۹۱). شرایط اقتصادی به عقل محاسبه‌گر جوانان اجازه ازدواج نمی‌دهد (خبر شماره ۴).

<http://www.khabaronline.ir/%28X%281%29S%281fipa3gaiqcjeds>

۵. خبر آنلاین (۱۳۸۹). عدم استقیال مردم از طرح افزایش جمعیت (خبر شماره ۵).

<http://www.khabaronline.ir/detail/57488/society/urban>

۶. رادیو معارف (۱۳۹۳). پویش مردمی افزایش جمعیت در رادیو معارف (خبر شماره ۶).

<http://radio.irib.ir/persian/modulespage.aspx?modulename=viewpage&PageID=428&PortalID=12>

۷. تابناک (۱۳۹۱). چرا رشد جمعیت در ایران کاهش یافته است؟ (خبر شماره ۷)

<http://www.tabnak.ir/fa/news/261477/>

۸. خبرگزاری فارس (۱۳۹۳). خانواده‌های تک‌فرزندی خیلی ریسک می‌کنند (خبر شماره ۸).

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13930511000202>

۹. جهان امروز (۱۳۹۴). بحران جنسی؛ تغییر هدف ازدواج از «فرزندآوری» به «لذت جنسی» (خبر شماره ۹).

<http://jahannews.com/vdcaywney49noe1.k5k4.html>

۱۰. تابناک (۱۳۸۹). یک مناظره داغ درباره افزایش جمعیت (خبر شماره ۱۰).

<http://www.tabnak.ir/fa/mobile/news/95610/%DB%8C%DA%A9->