**راهبردهای افزایش جمعیت در ایران**

بخشی از بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مسئولان و کارگزاران نظام در خصوص جمعیت مورخه 03/05/1391:

*"در اين سياست تحديد نسل حتماً بايستى تجديدنظر شود و كار درستى بايد انجام بگيرد. اين مسئله‌ افزايش نسل و اينها جزو مباحث مهمى است كه واقعاً همه‌ى مسئولين كشور - نه فقط مسئولين ادارى - روحانيون، كسانى كه منبرهاى تبليغى دارند، بايد در جامعه درباره‌ آن فرهنگ‌سازى كنند؛ از اين حالتى كه امروز وجود دارد - يك بچه، دو بچه - بايد كشور را خارج كنند.*[*رقم صد و پنجاه ميليون و دويست ميليون را اول امام گفتند*](http://farsi.khamenei.ir/sahifeh-content?id=14519#200)*- و درست هم هست - ما بايد به آن رقمها برسيم.*

*نظر اسلام در باب خانواده و جایگاه زن در خانواده نظر خیلی روشنی است* ***...*** *ولی در عین حال تحقق خواسته اسلام در خانواده یک امری است که با این بیانات تمام نمی شود، حل نمی شود؛ احتیاج به پشتوانه قانونی، پشتوانه ای اجرایی و ضمانت اجرایی دارد؛ و این کار باید انجام بگیرد. این کار در طول سالهای متمادی گذشته انجام نگرفته است... . این مسئله از جمله عرصه ها و میدانهایی است که در داخل کشور در این زمینه کم کار شده و باید کار شود جنبه خانواده و مسئله شان زن در جامعه، مسئله مهمی است."*

**نظر اسلام در مورد اتخاذ سیاست های مطلوب جمعیتی**

حکومت دینی نمی تواند در برنامه ریزی برای موضوعات اجتماعی، اقتصادی و خانوادگی نسبت به اولویت های دینی بی تفاوت باشد اگرچه احراز نظریه قاطع دینی در باره کنترل جمعیت، به عنوان یک پدیده اظهار داشت که مسلمانان از افراط و تفریط در هر کاری از جمله جمعیت و تکثر نفوس منع شده اند خداوند در قرآن در سوره بقره آیه 143 می فرماید:

« و بدين گونه شما را امتى ميانه قرار داديم تا بر مردم گواه باشيد و پيامبر بر شما گواه باشد و قبله‏اى را كه [چندى] بر آن بودى مقرر نكرديم جز براى آنكه كسى را كه از پيامبر پيروى مى‏كند از آن كس كه از عقيده خود برمى‏گردد بازشناسيم هر چند [اين كار] جز بر كسانى كه خدا هدايت[شان] كرده سخت گران بود و خدا بر آن نبود كه ايمان شما را ضايع گرداند زيرا خدا [نسبت] به مردم دلسوز و مهربان است». نيز در سوره شعراء مي‌فرمايد: «از فرمان افراط گران پيروي نكنيد». لذا ما در هيچ زمينه، بخصوص مسئله مهم جمعيت، نبايد دچار افراط و تفريط شويم. از مجموع آیات و روایات که در دین مبین اسلام آمده است می توان چنین استباط نمود که اسلام طرفدار جمعیت مطلوب و متناسب (چه از نظر کمیت و چه از نظر کیفیت ) است:

در قرآن آيات زیادی وجود دارد که موضوعات مهم جمعیتی از جمله ازدواج و خانواده، کمیت، کیفیت، سلامت مادر و کودک، رفع نابرابری جنسی بین فرزندان طرح شده که هر کدام به نوعی با مسئله جمعیت نفیاً و اثباتاً مرتبط هستند.

**نظر اسلام در مورد ازدواج و تشکیل خانواده**

اولین مسئله، ازدواج است. در آیات قرآنی و روایات، تشویق فراوانی به ازدواج و خروج از تجرد شده است. بدیهی است که یک از نتایج ازدواج در اغلب موارد تولد و احیاناً تکثیر نسل است. در برخی روایات توصیه به ازدواج به هدف تکثیر نسل، صورت گرفته است. برخی از مصادیق آیات شریفه در این زمینه به شرح ذیل است، خداوند در آیه 11 سوره مبارکه شورا می فرمایند:

"خداوند آفریننده آسمانها و زمین است و از همنوعان شما، همسرانی برای شما خلق فرموده و نیز از چهارپایان جفت هایی آفرید تا نسل مخلوقات ادامه یابد. برای خداوند جفت و مثل و مانندی وجود ندارد. ذات اقدسش یگانه و بی همتاست و اوست آن شنوایی بینا"

**نظر اسلام در مورد کمیت جمعیت**

آیات و روایاتی وجود دارد که فزونی جمعیت مسلمانان را یک معیار مهم هم در دنیا و هم در آخرت قرار داده است. فرزندان در دنیا زینت، مایه استعانت، امداد، قدرت و مایه غلبه مؤمنان و در آخرت مایه مباهات پیامبر اسلام (ص) معرفی شده اند. برخی محققان از مجموع این روایات اصل اولی را استحباب تکثیر نسل دانسته اند. به طور مثال در سوره نور می خوانیم: « و شما را با با اموال و فرزندان فراوان مدد فرماید و برای شما باغ های پر ثمر و نهرهای جاری آب نصیب فرماید».

**نظر اسلام در حمایت از فرزند و فرزند دار شدن**

در روایات متعددی فرزند کشی، امتناع از فرزنددار شدن به دلیل ترس از فقر مود نکوهش قرار گرفته است. خداوند در آیه 151 سوره مبارکه انعام می فرمایند:"فرزندانتان را از بیم فقر و تنگدستی نکشید که ما شما و آنها را رزق و روزی می دهیم". نمونه دیگری از نکوهش امتناع از فرزند دار شدن و کشتن فرزندان به دلیل فقر، آیه 31 سوره مبارکه اسراء است: " فرزندانتان را از بیم فقر و ناداری نکشید، رزق و روزی آنها و خود شما هم به عهده ماست. کشتن آنها به واقع گناهی است بزرگ."

**نظر اسلام در مورد ترجیح جنسی**

قرآن فرق گذاشتن بین فرزندان دختر و پسر را به شدت نهی نموده است. بسیاری از آیات قرآن کریم در مورد نکوهش ترجیح جنسی است. مثلاً در آیه 9 سوره مبارکه تکویر ضمن اشاره به این موضوع این پرسش مطرح شده است:" به کدام گناه کشته شده است؟ (اشاره به کشتن فرزندان دختر)

در کتاب مقدس مسلمانان، آیات و فرامین بسیار در خصوص ارزش و برابری زنان و مردان در جامعه آمده است و مسلمانان از زنده به گور کردن دختران نهی شده اند. در آیات 58- 59 سوره نحل چنین ذکر شده است: "و هر گاه به یکی از آنها تولد فرزند دختر را خبر دهند چهره اش از شدت خشم سیاه می شود ولی از ابزار غم درونی و خشم خویش خودداری می کند. به واسطه خبر تولد فرزند دختر و احساس ننگ از خانواده خود کناره می گیرد، از دیار خود متواری می شود و در تردید است که آیا نوزاد خود را با تحمل خودداری، نگه دارد یا زنده به گور کند؟ این داوری نادرست است که بین دختر و پسر تبعیض قائل می شوند."

**نظر اسلام در مورد کیفیت جمعیت**

در برخی از آیات مبارکه قرآن کریم بر کیفیت فرزندان و نحوه پرورش آنها که در نهایت تشکیل دهنده امت اسلام هستند، تأکیدات اساسی اشده است. خداوند در آیه 233 از سوره بقره می فرمایند:"مادران دو سال تمام فرزندان خود را شیر بدهند و این برای کسی است که بخواهد شیر دادن را تمام کند. خوراک و پوشاک زنان شیرده به وجه پسندیده بر عهده مردی است که بچه برایش به دنیا آمده است. بر هیچ کس تکلیفی بیش از توانایی او نمی شود، نه هیچ مادری به خاطر فرزندش زیان ببیند و نه هیچ پدری به خاطر فرزندش".

و در سوره احقاف آیه 15 نیز می فرمایند: " و انسان را (نسبت) به پدر و مادرش به احسان سفارش کردیم مادرش با تحمل رنج به او باردار شد و با تحمل رنج او را به دنیا آورد و بار برداشتن و از شیر گرفتن او سی ماه است تا آنگاه که به رشد کامل خود برسد و به چهل سال برسد می گوید پروردگارا بر دلم بیفکن تا نعمتی را که به من و به پدر و مادرم ارزانی داشته ای سپاس گویم و کار شایسته ای انجام دهم که آن را خوش داری و فرزندانم را برایم شایسته گردان در حقیقت من به درگاه تو توبه آوردم و من از فرمان پذیرانم".

در اين دو آيه به تغذيه با شير مادر، فاصلة گذار منطقي بين فرزندان، سلامت مادر و كودك، رشد و سلامت نوزاد، تهية نيازهاي زنان شيرده و فرزندآوري با توجه به استطاعت خانواده توجه شده است.

اگر چه در مقابل روایاتی هم وجود دارد که به صراحت بیان می کند ترس از رسیدن رزق و روزی نباید مانع از ازدواج و فرزند آوری شود. زیرا خداوند روزی همگان را ضمانت کرده است. خداوند سبحان در قرآن مي‌فرمايند: «فرزندانتان را از بيم فقر و تنگدستي نكشيد كه ما شما و آنها را رزق و روزي مي‌دهيم» (انعام: 151). جاي ديگر آمده است: «فرزندانتان را از بيم فقر و ناداري نكشيد، رزق و روزي آنها و خود شما بر عهدة ماست. كشتن آنها در واقع گناهي است بزرگ» (اسرا). حكم عقل و حكم شرع، حركت به‌سوي تعادل و اعتدال در تعداد و كيفيت جمعيت است.

پس بر اساس آنچه که گفته شد، می توان گفت دیدگاه اسلام هم به کیفیت و هم به کمیت آن توجه نموده است. در یک جامعه اسلامی این دو باید به توازنی برسند که شایسته یک جامعه مسلمان است.بدین لحاظ ما معتقد هستیم که دین مبین اسلام با جمعیت مطلوب موافق است. این مطلوبیت جمعیت، هم در بعد کیفی است و هم در بعد کمی.

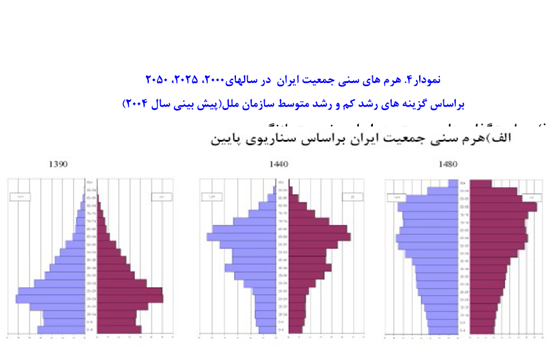
**تعادل در جمعیت**

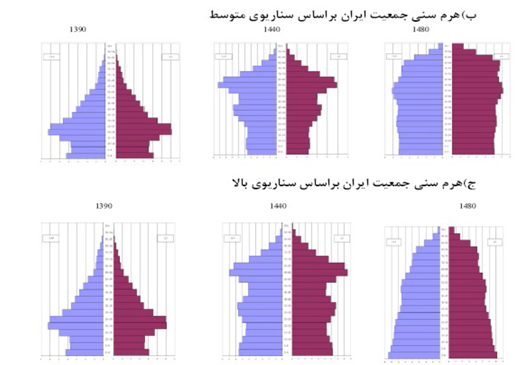
نتایج پیش بینی شاخص های جمعیتی ایران بر اساس تثبیت نرخ باروری5/2 بچه به ازای هر مادر ، جمعیت را تا سال 1405 حدود 91 میلیون نفر نشان می دهند که اگر همین میزان تا سال 1420 ادامه یابد، جمعیت کشور به 103 میلیون نفر افزایش خواهد یافت. همچنین تعداد جمعیت در سن کار (15-64 سال)، حدود 54 میلیون نفر به 69 میلیون نفر افزایش خواهد یافت. البته مدیریت اقتصادی کشوری باید به گونه ای باشد که بتواند نیاز ها و فرصت شغلی مورد نیاز جمعیت در سن کار را به گونه ای مطلوب تامین کند، در غیر این صورت، با وجود شمار فراوان جمعیت در سن کار، مشکلات بیکاری و فقر اقتصادی از مسائل مزمن و دایمی کشور خواهد شد.

دستيابي به تعادل و توازن جمعيتي در افق بلندمدت، بايد كانون توجه سياست‌گذاري­هاي جمعيتي قرار گيرد. تعادل و توازن جمعيتي از دو حيث درخور توجه است: نخست، تعادل دروني جمعيت، يعني روابط و تأثير و تأثرات پارامترهاي جمعيتي بر ديگري. همان‌گونه كه ملاحظه شد، در بلندمدت تداوم باروري زير سطح جانشيني بر ساختار سني جمعيت اثر منفي خواهد گذاشت؛ به‌عكس، باروري بالا در سال‌هاي پيش از 1365، موجب رشد بي‌روية جمعيت و افزايش كودكان و نوجوانان شد؛ از‌اين‌رو بار وابستگي كودكان و نوجوانان افزايش يافت و در‌نتيجه با افزايش هزينه‌هاي مصرفي جامعه، ساختارهاي توليدي كشور دچار مشكلاتي شد؛ بنابراين، سطح باروري و مرگ‌و‌مير، ساختار سني جمعيت، رشد و تعداد جمعيت مي‌بايست روند تغييرات متوازني داشته باشند. نكتة ديگر، تعادل بيروني جمعيت است؛ يعني ارتباط متغيرهاي جمعيتي با متغيرهاي اقتصادي، زيست‌محيطي، زمين، منابع غذايي و ديگر وجوه مادي و غير‌مادي جمعيت و جامعه. اساساً توجه به ظرفيت‏هاي محيط‌زيستي، رشد اقتصادي، توسعة پايدار، امنيت غذايي، اجتماعي و اخلاقيات و مناسبات ديني را نبايستي از نظر دور داشت؛ زيرا كميت و كيفيت جمعيت بر همديگر اثر متقابل و دو‌سويه دارند.

**مقایسه هرم های سنی جمعیت ایران با الگوهای متفاوت رشد**

نمودار 4 هرم های سنی جمعیت ایران را در سال‌های 1390، 1440 و 1480 نشان می‌دهند. نمودارهای ردیف اول نشان دهنده گزینه رشد کم جمعیت ایران تا سال 1480 است. در این گزینه فرض شده است که میزان باروری کل از 8/1 بچه برای هرمادر در سال 1385به 84/0 بچه در سال 1410 برسد و سپس به 48/1 در سال 1480 برسد. نیز در صد سالمندان از حدود 5/7 درصد سال 1390 به حدود بیش 47 درصد در سال 1480 برسد. نمودارهای ردیف دوم نشان دهنده گزینه رشد متوسط جمعیت ایران تا سال 1480 است. همچنان که ملاحظه می شود در اين گزینه، چنین بیش بینی شده است که میزان به سطح جانشینی افزایش یابد. در این سناریو پیش بینی بین گرو های سنی جمعیت به این جهت مناسب به نظر می رسد که جمعیت در سال 1480 نوعی توازن برقرار است و از سوی دیگر میزان باروری کل در حد جانشینی است. این وضعیت جمعیتی به این جهت مناسب به نظر می رسد که نشان دهنده نوعی تعادل در نسبت به حجم کل جمعیت است. با کمی تسامح می توان گفت که یکی از گزینه های مناسب برای روند تغییرات آینده جمعیت ایران گزینه حد متوسط سازمان ملل است البته لازم به ذکر است یکی از روشهای حفظ تعادل پویای جمعیتی در ایران، حفظ سطح باروری کمی بیش از سطح جانشینی (در حدود 1/2 تا 3/2) می باشد (مشفق، 1387).



****

**چشم انداز بازنگری در سیاست گذاری های جمعیتی موجود**

قبل از پرداختن به مسئله جمعيت مطلوب ابتدا لازم است كه در مورد ظرفيت جمعيتي توضيحاتي داده شود. اين مفهوم به تعداد جمعيتي اشاره دارد كه يك محيط طبيعي با تمام خصوصياتش، بطور كامل از نظر نيازها تأمين كند، ظرفيت و توان جمعيتي هر كشوري را مي توان با توجه به منابع و امكانات مختلفي چون زمين هاي قابل كشت، حاصل خيزي خاك، ميزان بارندگي، معادن و ذخاير زير زميني و ميزان توسعه صنعتي و تكنولوژيك مشخص كرد. يكي از شاخص‌هاي جمعيتي براي نشان دادن ظرفيت جمعيتي محاسبه تراكم حسابي و بيولوژيك است، در حال حاضر تراكم حسابي در ايران برابر 43 نفر در هر هكتار و تراكم بيولوژيك نزديك به 4 نفر در هر هكتار است. تراكم حسابي جمعيت در آسيا در سال 2000 برابر 120 نفر در هر هكتار است، در ارمنستان و آذربايجان تراكم جمعيتي نزديك به 100 نفر در هر هكتار است، در ژاپن نزديك به 339 نفر و در كره شمالي 197 نفر در هكتار است، لذا ايران در مقايسه با كشورهاي آسيايي جزء كشورهاي كم تراكم جمعيتي محسوب مي شود و حتي اگر جمعيت كشور دو برابر هم شود تراكم به 86 نفر در هر كيلومتر مربع خواهد رسيد، نيز از سوي ديگر اگر تراكم بيولوژيك را مبناي محاسبه قرار دهيم، در حال حاضر تراكم بيولوژيك استانهاي كشور داراي تفاوتهاي عمده‌اي است. مثلاً تراكم بيولوژيك استان مازندران1/8، اصفهان75/10، تهران73/60، آذربايجان شرقي73/2 نفر در هر هكتار زمين قابل كشت است. بنابر این با توجه به تراکم حسابی و بیولوژیک ذکر شده مشکل کنونی جمعیت ایران توزیع نامتوازن آن و تمرکز حدود 20 در کلان شهر تهران می باشد. برخي از جمعيت شناسان، ايجاد بهترين تعادل ممكن بين منابع و جمعيت را ملاك تعيين حد مناسب جمعيت مي‌دانند و مي‌گويند در شرايط زير مي‌توان به حد مناسبي از جمعيت دسترسي پيدا كرد‌:

1. تمام افراد فعال جامعه در مشاغل مختلف اقتصادي جذب شده باشند.
2. كليه آحاد جامعه داراي سطح متوسطي از زندگي باشند به اين معني كه هر فرد بتواند روزانه 2500 كالري در اختيار داشته باشد. همچنين بتواند بعد از تأمين مواد غذايي مقداري از درآمد خود را كه دست كم 50 درصد كل عايدي‌اش باشد در زمينه هايي غير از احتياجات غذايي به مصرف برساند‌.
3. منابع كشور بدون تخريب اقتصادي و به طور منطقي و متناسب مورد بهره برداري قرار بگيرد.

در زمينه رسيدن به نقطه تعادلي جمعيت، همواره دو ملاك اساسي وجود دارد، که همواره باید به این دو مسئله توجه داشت:  *الف) حجم و رشد مطلوب جمعيت ب) توزيع و پراكندگي مطلوب جمعيت.*

**الف)بعد نخست**: حجم و رشد مطلوب جمعيت: به اين مسئله مي‌پردازد كه چه تعداد و چه رشدي براي جمعيت يك جامعه مطلوب به نظر مي‌رسد، از نظر اقتصادي ملاك عمل براي تعيين رشد مطلوب جمعيتي، نرخ رشد توليد سرانه است (نرخ رشد توليد سرانه برابر است با نرخ رشد توليد منهاي نرخ رشد جمعيت). بر مبناي الگوي رشد اقتصادي ***رستو،*** يكي از خصوصيات مرحله تكامل اقتصادي افزوني نرخ رشد توليد بر نرخ رشد جمعيت ذكر شده است و از آن بعنوان دروني رشد اقتصادي نام مي برد.

**ب)بعد دوم**: توزيع و پراكندگي مطلوب جمعيت مسئله بسيار مهمي است كه اخيراً نيز رئيس محترم جمهوري اسلامي ايران همانند مسئله نخست به آن اشارات مهمي داشته‌‌اند، و بر لزوم سياست‌هاي بازتوزيع جمعيت در كشور تأييد نموده‌اند.

توزيع و تراكم مطلوب جمعيت داراي ابعاد مختلفي است. از كشوري به كشور ديگر، و از شهري به شهر ديگر متفاوت است. مطالعات و تحقيقاتي كه صورت گرفته، تراكم بهينه و متناسب براي جمعيت انساني ابعاد مختلفي به ترتيب زير خواهد داشت:

* توزيع بهينه فيزيكي جمعيت كه عبارت است از تعداد متناسبي از جمعيت ساكن در يك مساحت معين‌.
* توزيع بهينه اقتصادي جمعيت شامل جمعيتي است كه بر اساس پتانسيل هاي اقتصادي در يك منطقه زندگي مي‌كنند‌.
* توزيع بهينه اجتماعي جمعيت كه به مفهوم تعيين بهترين ميزان و تركيب طبقات اجتماعي در يك مجموعه شهري است.
* توزيع بهينه سياسي - نظامي جمعيت كه بهترين تركيب و تراكم جمعيت بر اساس نيروها و گرايش‌هاي سياسي در منطقه را تعيين مي‌كند.
* توزيع بهينه زيست – محيطي براي جمعيت، بهترين توزيع جمعيتي است كه براي محيط زيست و اكولوژي طبيعي كمترين آسيب رساني را داشته باشد.

**پیشنهادات**

در پایان جهت حل مشکلات جمعیتی کشور و دستیابی به الگوی توسعه پایدار پیشنهادات زیر عرضه می شود:

1. تشکیل شورای عالی سیاست گذاری و برنامه ریزی جمعیت.
2. رصد مداوم تحولات جمعیتی توسط مراکز علمی – پژوهشی معتبر در سطح کشور.
3. انجام مطالعات عمیق در زمینه ارزیابی سیاست جمعیتی گذشته، حال و آینده برای رسیدن به حد مطلوب جمعیت و جلوگیری از بروز عواقب پیش گفته.
4. تدوین سیاستهای جامع جمعیتی
5. تدوین سیاستهای تنظیم خانواده هوشمند با توجه الگوهای افتراقی سطح باروری و رشد جمعیت در مناطق مختلف کشور.
6. شناسایی الزامات، زمینه سازی، تدوین و اجرای سیاست های مناسب جهت تشکیل، تحکیم، تعالی و گسترش خانواده در چارچوب الگوی اسلامی ایرانی
7. استفاده حداکثری از فرصت طلایی و پنجره جمعیتی (سهم حداکثری جمعیت مولد در کشور). *اثرات پنجره جمعيتي بر رشد اقتصادي را مي توان از سه بعد مورد توجه قرار داد: افزايش عرضه نيروي كار، افزايش پس اندازها و افزايش سرمايه هاي انساني.*
8. بازنگری در سیاست کنترلی جمعیتی و اتخاذ سیاست های حمایتی و تشویقی در جهت افزایش زاد و ولد به بالای سطح جانشینی (حداقل دو الی سه فرزند)
9. ارتقاء سطح آگاهی و آموزش مهارت های زندگی و تربیت فرزندان
10. تقویت نهاد خانواده بر اساس الگوی اسلامی
11. ازدواج بر پایه آموزه ها و سنت های متعالی اسلامی
12. ترویج زندگی اخلاقی و همراه با عفیف و مبارزه با مظاهر فرهنگ ابتذال غربی
13. خانواده محوری به عنوان رکن جامعه متعالی در کلیه برنامه های حاکمیتی و در کلیه فعالیت های اجتماعی زنان
14. محور بودن خانواده در همه سیاست های اجرایی
15. تبیین نظر اسلام در مورد خانواده و بهره برداری از ظرفیت های عظیم دینی در کشور
16. افزایش مراکز علمی و ایجاد رشته های مرتبط با خانواده
17. شناسایی آسیب های خانواده و تدوین برنامه های بلند مدت برای رفع آن
18. برنامه ریزی جدی دولت و سازمانهای مردم نهاد جهت تسهیل امر ازدواج جوانان
19. اهتمام جامعه، مردم و به ویژه بنگاه های خیریه در حمایت از ازدواج دختران بی بضاعت، یتیم و ...
20. توجه مسئولان در افزایش تسهیلات اشتغال و ازدواج جوانان
21. تمهید حرکت به سمت سبک خانواده اسلامی- ایرانی و زندگی ارزش گرا از طریق گسترش ازدواج آسان و پاک و گسترش فرهنگ ساده زیستی و قناعت
22. افزایش تقید دینی خانواده های ایرانی به اعتقادات مذهبی
23. توجه خاص حاکمیت و مسئولان نظام به خانواده و ضرورت برنامه ریزی در جهت تحکیم بنیان خانواده
24. فعال شدن سازمانها غیر دولتی در زمینه تحکیم بنیان خانواده
25. توجه به موضوع تحکیم خانواده در قوانین و مصوبات
26. توجه به آموزش تحکیم خانواده در مدارس، دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی
27. تبیین، الگوسازی و ترویج عمومی سبک زندگی خانوادگی متعالی از پیش از ازدواج تا زندگی مشترک با؛ *ارایه الگوهای عملی در زمینه خانواده متعالی با الگو برداری از اسوه های دینی و مذهبی، تدوین و انتشار دستاوردهای علمی و مطالعات پیرامون فرزندآوری در رسانه های جمعی و رسانه های علمی با هدف آگاه سازی عمومی، تبلیغات گسترده و فراگیر و با بهره گیری از ابزارهای مختلف*
28. ارتقای فرهنگ عمومی در خصوص نقش های همسری، مادری و تعادل بین کار و خانواده
29. حمایت دولت از مادران شاغل برای ایفای نقش همسری و مادری
30. تقویت رویکرد استفاده از یافته ها و روش های علمی در زمینه تحکیم خانواده
31. امکان گسترش اطلاعات و آگاهی های لازم و به موقع در زمینه تشکیل و تحکیم خانواده از سوی رسانه های عمومی در کشور
32. تحکیم مبانی اعتقادی و تعمیق ارزش های دینی خانواده
33. استفاده از ظرفیت های مساجد، بسیج، هیئات مذهبی و حوزه های علمیه در مباحث خانواده
34. افزایش مبلغین زن
35. افزایش تعداد مشاوران و مراکز مشاوره خانواده
36. افزایش متخصصین زنان و زایمان و نازایی
37. افزایش تعداد مراکز پزشکی و درمانی مناسب جهت بیماری های زنان، زایمان و نازایی
38. اهتمام دولتمردان برای برنامه ریزی جهت تأمین امور اجتماعی و رفاه نسبی مردم و کاهش نابرابری ها
39. **فرهنگ سازی به صورت؛**

**ترویج** پیامدهای منفی کاهش باروری (عوارض داروهای ضد باروری، مشکلات تربیت فرزند در تاخیر در فرزند دار شدن، مشکلات ناباروری به علت تاخیر زیاد در باروری، تغذیه نادرست و تاثیر آن در ناباروری)، **ترویج** اثرات و برکات فرزند بیشتر ( افزایش روزی به واسطه فرزندآوری در منابع اسلامی، افزایش نسل شیعه با فرزندآوری، شادابی و اثرات مثبت روحی در خانواده به واسطه فرزند بیشتر)، **ترویج** الگوی مناسبی برای فعالیتهای اجتماعی، آموزش و اشتغال زنان (تعریف شغل مناسب برای زنان، تعریف وظیفه اصلی زن در تربیت فرزند)

**آموزش** روش های صحیح ازدواج ( انتخاب همسر، ویژگی های همسر ایده آل، هم کف بودن زن وشوهر)، **آموزش** روشهای صحیح تربیت فرزند ( رفتار والدین با فرزند، سرگرمی و تفریحات فرزندان، رفتار صحیح فرزندان با والدین)، **آموزش** روشهای صحیح تحکیم خانواده (حفظ حرمتها در خانواده، حضور حداکثری خانواده در کنار یکدیگر، رعایت حقوق در خانواده، تعریف سازگاری زن و شوهر با یکدیگر)

**راهکارهای مقابله با کاهش جمعیت**

در این بخش به ارائه راهکارهای رشد جمعیت که به سه دسته کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت تقسیم می شود،می پردازیم. هر کدام از این سه بخش، شاملراهکارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی اجتماعی از حیث سلبی و ایجابی می باشند که در قالب جدول زیر نمایش داده شده است.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **راهکارها** | سیاسی | | اقتصادی | فرهنگی - اجتماعی | | |
| کوتاه مدت | سلبی | ایجابی |  | سلبی | | ایجابی |
| میان مدت | سلبی | ایجابی |  |  | | |
| بلند مدت |  | |  | سلبی | ایجابی | |

**ارائه اجمالی راهکارها**

|  |  |
| --- | --- |
| **راهکارهای کوتاه مدت** | اصلاح و تغییر سیاست های کلان در مبارزه با رشد جمعیت |
| حذف یارانه های جلوگیری از بارداری و ابزار پیشگیری |
| اصلاح برنامه های رسانه ای |
| تولید محتوا در جهت تبیین و ترویج رشد جمعیت |
| جریان سازی علمی در جهت تقویت نظرات مربوط به رشد جمعیت |
| **راهکارهای میان مدت** | اعطای تسهیلات مالی |
| متناسب سازی جنسیتی رشته های دانشگاهی |
| سفارش پژوهش و حمایت از آن در جهت تبیین اثرات مثبت افزایش جمعیت |
| **راهکارهای بلند مدت** | تغییر و اصلاح وضعیت اشتغال زنان و حمایت از مشاغل و تعاونی های خانگی |
| تقویت و گسترش ازدواج آسان |
| سربازی زنان |
| تاکید بر روی نقش مادری و ارائه الگوهای موفق مادری |
| برنامه ریزی در زمینه تقویت نگرش دینی در زمینه رزاقیت، توکل و توسعه رزق الهی |

**ارائه تفصیلی راهکارها**

1. **راهکارهای کوتاه مدت** 
   1. **سیاسی**
      1. **سلبی**
         1. اصلاح قوانین تعدد فرزندان در تمامی عرصه ها در جهت افزایش جمعیت
         2. تهیه آیین نامه و بخش نامه جهت حذف و ممنوعیت اجرای برنامه تنظیم خانواده در مراکز بهداشتی از سوی وزارت بهداشت
         3. حذف و اصلاح قوانین استخدامی و قانون خدمات کشوری همسو با کاهش جمعیت و بازدارنده افزایش باروری
      2. **ایجابی**
         1. تصویب قوانین حمایتی از تعداد فرزند بیشتر
            1. استفاده از شیوه پلکانی در طرح های حمایتی از تعداد فرزند بیشتر
            2. اعطای معافیت و کاهش خدمت نظام وظیفه به جوانانی که دارای دو فرزند و بیشتر می باشند.
            3. حمایت بیشتر از زنان کارمند به ویژه باردار و دارای فرزند زیر 5 سال، در قالب تصویب قوانین حمایتی مانند مرخصی با حفظ سمت سازمانی یا دور کاری، کارپروژه ای ، تلفنی و ...
            4. اولویت استخدام پدران خانواده های بیش از 3 فرزند
   2. **اقتصادی** 
      * 1. حذف یارانه اختصاص یافته به راه ها و ابزارهای پیشگیری از بارداری و قرار دادن تعرفه بر روی ابزار و لوازم جلوگیری از بارداری
        2. تشکیل بازارچه دائمی برای تهیه جهیزیه ارزان قیمت و خدمات لازم در زمینه ازدواج
        3. پرداخت یارانه به درمان ناباروری و تعمیم بیمه ها
   3. **فرهنگی اجتماعی**
      1. **سلبی**
         1. کاهش و جلوگیری از تبلیغ:
            1. خانواده های پرجمعیت به عنوان خانواده ای فقیر
            2. خانواده هایی بدون فرزند یا خانواده های تک فرزندی به عنوان خانواده ای موفق
            3. افرادی که در سنین بالا هنوز ازدواج نکرده اند به عنوان یک فرد موفق یا افراد مشهوری که در سنین بالا ازدواج می کنند
            4. فرهنگ هایی که در آن بدون بچه می توان کارها را انجام داد
            5. مهریه ها و جهزیه های سنگین
            6. مراسمات پرزرق و برق ازدواج
            7. شعارهای ضد جمعیتی مانند: فرزند کمتر زندگی بهتر، فرزند کمتر رفاه بیشتر
      2. **ایجابی**
         1. جریان سازی با کمک اساتید حوزه و دانشگاه در زمینه افزایش جمعیت و پاسخگویی به نظرات مخالف در ارتباط با افزایش جمعیت در قالب هایی همچون همایش، سمینارها، کتب، سایت ها و ...
         2. بهره گیری از حوزه های علمیه، فتاوا و نظرات مراجع در رابطه با افزایش جمعیت و همچنین تبیین احکام فقهی راه های ممنوع و غیر شرعی جلوگیری از بارداری
         3. تولید و محتوا:
            1. جمع آوری و احصاء دیدگاه های اسلامی و آیات و روایات و ترویج ارزش های دینی در ارتباط با جمعیت و جمع آوری احادیث ترغیب کننده به فرزند داری و ازدیاد نسل (مانند: رسول گرامی اسلام (ص) می فرمایند: تناکو نتاسلوا اباهی بکم الامم یوم القیامه (مستدرک الوسایل جلد چهارده ص 153)
            2. ازدواج آسان در کلام حضرت امام و رهبری
            3. پیرامون ازدواج های اهل بیت (ع) و علمای اسلام
            4. تربیت فرزند و ازدواج به موقع
            5. شعارهای مناسب در زمینه رشد جمعیت
            6. حامل های فرهنگی مانند فیلم و سریال و کتاب و سایت و ... از مادرانی که 3 فرزند به بالا دارند و دارای برجستگی خاصی مانند مادران شهدا و...
         4. ترویج و تحسین فرزند دار شدن از سوی صدا و سیما؛ نمایش زیبا از فرزند داری، حاملگی، فرزند زیاد در انواع قالب های برنامه صدا و سیما
         5. تهیه فیلم، سریال و مستند از زندگی خانواده های پر جمعیت موفق
         6. طراحی مسابقات تلویزیونی برای خانواده های پرجمعیت
         7. به تصویر کشیدن مراسمات ساده ازدواج به عنوان مراسمات الگو در قالب های مختلف
         8. به تصویر کشیدن امکان پذیر بودن زندگی با والدین و نهی تبلیغات منفی علیه آن در قالب های مختلف
         9. تولید برنامه در زمینه نقش جمعیت در زوال تمدن ها، امنیت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی
         10. تولید برنامه در زمینه کاهش توقعات جوانان و خانواده ها در زمینه مسکن، اشتغال، مراسمات ازدواج و...
         11. معرفی مادران دارای 2 فرزند شهید به بالا و استفاده از حضور آنان در محیط های اجتماعی و آموزشی مانند مدارس و دانشگاه ها و مساجد و ...
         12. ترویج و تبلیغ فواید بهداشتی و پزشکی بارداری برای زنان
         13. تبیین و تبلیغ جهاد زنان در فرزند بیشتر، طرح جهاد مادر
         14. ترویج و اشاعه اصطلاحات و ضرب المثل هایی با موضوع فرزندداری و تولید نسل (مثل ضرب المثل هر آنکس که دندان دهد نان دهد)
         15. بهره گیری از تجارب بین المللی در زمینه افزایش جمعیت
         16. تبلیغ در جهت کاهش استفاده از داروهایی که موجب سقط می شود. مثل داروهای ضد التهاب غیر استروئیدی (NSAIDS) همچون ایبوپروفن و اسپرین.
         17. تبیین فواید و محاسن رشد جمعیت در حوزه سیاست و اقتصاد
         18. بازنگری و تغییر عنوان هفته «جمعیت و تنظیم خانواده» به هفته «جمعیت و تعالی خانواده»
         19. ترغیب صاحبان سخن و قلم در جهت ترویج ازدواج
         20. ارائه الگوهایی زندگی های موفق با مهریه اندک
2. **راهکارهای میان مدت**
   1. **سیاسی**
      1. **سلبی**
         1. حذف قانون سنوات تحصیلی برای زنان صاحب فرزند و یا افزایش سنوات تحصیلی برای آنها و نگرفتن هزینه اضافه جهت ادامه تحصیل آنها
         2. اخراج نکردن دانش آموزان دختر از مدارس به دلیل ازدواج تا پایان دبیرستان یا تخصیص مدارس متعدد و در دسترس ویژه دختران ازدواج کرده
         3. کم کردن حضور زنان در محل کار از طریق قالب های دورکاری، پروژه ای، کاهش ساعت کاری و زمینه سازی برای حضور بیشتر در خانه
         4. مبارزه با شبکه های مردم نهاد مروج کاهش جمعیت و برهم زننده کیان خانواده در فضای حقیقی و مجازی
      2. **ایجابی**
         1. تناسب سازی جنسیتی در رشته های دانشگاهی و متناسب سازی رشته ها با خلقیات زنان و خانواده
         2. ایجاد یک دوره مانند دوره سربازی زنان در راستای آماده سازی آنها برای اشتغال، ادامه تحصیل، مهارت های زندگی و موارد دیگر
         3. افزایش سنوات تحصیلی برای مردان و زنان صاحب فرزند
         4. قراردادن حد قانونی برای میزان مهریه
         5. تشکیل ستاد خیّران ازدواج (همانند ستاد خیران مدرسه ساز)
         6. شناسایی خلأهای قانونی کیفری در زمینه جرائم جنسی و تدوین مقرارات و پیگیری نحوه اجرایی قوی
   2. **اقتصادی**
      1. اعطای بیمه به تمامی فرزندان خانواده با نرخ بیمه یکسان
      2. پرداخت کمک هزینه های زایمان توسط دولت و اعطای تهسیلات مالی و رفاهی برای مردان در هنگام زایمان همسران شان
      3. پرداخت مبلغی به عنوان هدیه از سوی دولت به ازای تولد هر فرزند
      4. اعطای تسهیلات برای ازدواج سنین پایین مانند افزایش وام ازدواج به صورت پلکانی با اولویت بر سنین پایین (با افزایش سن، از تسهیلات کم شود)
      5. اعطای سهام عدالت به صورت پلکانی (بر اساس سن) به زوجین
      6. تسهیلات به خانواده های پرجمعیت به منظور رفاه بیشتر آنان مانند وام خودرو، اعطای وام مسکن برای مساحت بالا
      7. توسعه خوابگاه های متأهلی در جهت تسهیل ازدواج در دوران دانشجویی
      8. ارائه تسهیلات برای مجموعه های مهیا کننده اسباب ازدواج
      9. حمایت از مشاغل و تعاونی های خانگی برای زنان
      10. قراردادن مشوق هایی برای دارندگان مهریه اندک (پرداخت وام بیشتر، تسهیلاتی مثل مسکن مهر و ... )
   3. **فرهنگی اجتماعی**
      * 1. مبارزه با ایجاد زمینه های کودک سالاری و القای یک جانبه حقوق کودک در مقابل والدین
        2. حذف مطالب القای مطلوبیت خانواده کوچک و اختصاص سر فصل هایی به موضوع افزایش جمعیت و تکثر نسل سالم و صالح
        3. تبیین آثار مخرب جلوگیری از بارداری و عوارض دارو های ضدبارداری بر سلامت روحی و جسمی زنان
        4. برنامه سازی در قالب های مختلف در جهت تبیین عوارض کاهش جمعیت و فرزند کم
        5. تبلیغ در جهت کاهش و جلوگیری از استفاده از روش های اضطراری پیشگری از بارداری
        6. افزایش آگاهی های مردم درباره مضرات سزارین و استفاده هر چه بیشتر از روش بارداری طبیعی
        7. ساماندهی مشاوره ازدواج و همسریابی و اصلاح و تغییر در محتوای مشاوره قبل از ازدواج و تدوین اصول و شیوه های مشاوره جهت افزایش جمعیت
        8. اصلاح محتوای درس تنظیم خانواده در دانشگاه ها و تدوین محتوایی جایگزینی آداب زندگی اسلامی
        9. تشویق توسط خطبا، ائمه جمعه و مبلغین برای طرح افزایش جمعیت (تبلیغ چهره های مذهبی برای افزایش فرزند دار شدن)
        10. تنظیم و تدوین برنامه های درسی دانشجویان پسر جهت فراهم کردن فضای زمانی مناسب جهت اشتغال
        11. تنظیم و تدوین برنامه های درسی دانشجویان دختر جهت فراهم کردن فضای زمانی مناسب جهت خانه داری
        12. دوره های آزاد فنی و حرفه ای با استفاده از امکانات هنرستان ها در کسب مهارت های شغلی
        13. تقویت آموزش های کودک یاری و خانه داری در مقطع راهنمایی و دبیرستان برای دختران
        14. برگزاری جلسات آموزش برای مشاورین مدارس دخترانه در زمینه ازدواج و خانه داری به هنگام گسترش تحصیلات کاربردی – هنرستان برای عموم و افزایش رشته های کاربردی زنانه در هنرستان های دخترانه مثل خیاطی و تربیت فرزند...
        15. ارائه الگو های رژیم غذایی مناسب فرزند آوری و تقویت جسمی مردان و زنان (احیای رژیم سنتی)
        16. ارائه مشاوره های رایگان برای والدین تک فرزند درمراکز مشاوره در جهت ترغیب به افزایش فرزند
        17. ترویج بچه دار شدن در فضای شهری در قالب مناسب سازی شهری از سوی شهرداری برای حضور زنان دارای فرزند و در نظر گرفتن امتیازات شهری برای این زنان مانند قرار دادن مکانی دراتوبوس برای زنان حامله و یا در اختیار قرار دادن امکانات تفریحی و دیگر امکانات شهرداری برای زنان دارای فرزند
        18. تشویق علما برای ارائه احادیث و روایات مبنی بر ضرورت مهریه اندک و نهی از مهریه زیاد
        19. بهره گیری از ظرفیت خطبای جمعه پیرامون ازدواج آسان در مناسبت های خاص
        20. برگزاری جشنواره با موضوع سنت های صحیح بومی و اسلامی در ازدواج
        21. سوق دادن افراد واقف به سمت وقف در زمینه ازدواج مثل وقف مسکن برای جوانان و ...
        22. ارائه الگوی جمع بین تحصلات و شاغل بودن بانوان با فرزند داری
        23. سفارش و حمایت از پژوهش در زمینه های:
            1. حمایت از پژوهش های جمعیتی مستقل و منصف و مصلحت شناس
            2. ارائه شاخص و الگو های اسلامی با توجه به احادیث با موضوع رشد جمعیت و تعدد فرزند
            3. رابطه رشد جمعیت و ثروت
3. **راهکارهای بلند مدت**
   1. **سیاسی**
      * 1. بازنگری لایحه حمایت از کودکان و نوجوانان برای ایجاد ضمانت های لازم برای والدین در ایفای نقش های تربیتی با رویکرد تشویق به تعداد اولاد
        2. رصد مداوم تحولات جمعیتی و ترسیم الگوی رشد جمعیت بر اساس آمایش سرزمین و توسعه ایرانی اسلامی و تدوین سیاست ها و برنامه های جمعیتی کشور منطبق با الگو
        3. اصلاح و تغییر سیاست های کلان درمبارزه با رشد جمعیت
        4. مدیریت جریان مهاجرت و اتخاذ راهکارهایی برای مهاجرت معکوس با اولویت انتقال جمعیت به روستا و شهرهای کوچک و همچنین مهاجرت به داخل کشور
        5. تدوین برنامه حضور اجتماعی و اشتغال زنان متناسب با مسئولیت خانوادگی
        6. به رسمیت شناختن شغل خانه داری با طرح لوایح و قوانین حمایتی از آن
        7. اعطای مدرک معتبر به زنان موفق دارای 5 فرزند و استفاده از ایشان به عنوان مربیان تربیتی در محلات و مدارس و مساجد
        8. تقویت مؤسسات مردم نهاد متمرکز بر امر ازدواج آسان
        9. تأسیس و تقویت مراکز تحقیات دانشجویی به منظور اشتغال دانشجویی
        10. تدوین سند «ارتقاء امنیت زنان و کودکان» و آیین نامه اجرایی با عنایت به سیاست افزایش جمعیت
        11. تأسیس انجمن و تشکل بین الملی ازدیاد فرزند و استحکام خانواده یا دوستی کودک و ازدیاد نسل با اولویت عضویت کشورهای اسلامی
        12. تشکیل بانک اطلاعاتی در زمینه ازدواج در کلان شهرها به منظور آسان تر شدن همسریابی
   2. **اقتصادی**
      * 1. حمایت و مشارکت دولت با خانواده ها در تامین اعتبار برای طرح های مختلف آتیه کودکان مانند مسکن، ازدواج، سرمایه کار و ... برای جوانان (طرح هایی که والدین برای آینده فرزندان در زمینه های مختلف با همکاری دولت انجام می دهند)
   3. **فرهنگی اجتماعی**
      1. **سلبی**
         1. از میان بردن این تفکر که افزایش تعدد فرزندان به معنای در مضیقه اقتصادی قرار گرفتن است « و لا تقتلو اولادکم خشیه املاق نحن نرزقهم و ایاکم قتلهم کان خطا کبیرا» (آیه 31 سوره اسراء)
         2. تلاش برای تغییر برخی از نگرش های به وجود آمده در مورد ارزش باربی بودن و به هم خوردن تناسب اندام در صورت فرزند دار شدن
      2. **ایجابی**
         1. تاکید بر روی نقش مادری و ارائه الگوهای موفق مادری
         2. ارائه حامل های فرهنگی حاوی نقش مادر مانند شعر، داستان، رمان و ...
         3. سوق دادن خانم ها به رشته هایی که در منزل می توان آن را انجام داد
         4. برنامه ریزی در زمینه تقویت نگرش دینی در زمینه رزاقیت، توکل و توسعه رزق الهی و اجتناب ترس از فقر به واسطه فرزند بیشتر

**بایسته های تغییر سیاست جمعیتی با تأکید بر نقش رسانه ملی**

**مقدمه**   
با مطرح شدن موضوع ضرورت تغيير سياست جمعيتي نظام جمهوري اسلامي ايران و اعلام خطر برخي از کارشناسان در زمينه کاهش شديد جمعيت کشور، از اوايل سال 1391 موضوع تدوين «راهبردها و اقدامات ملي مربوط به جلوگيري از کاهش نرخ باروري و ارتقاي آن متناسب با آموزه‌هاي اسلامي و اقتضائات راهبردي کشور» در دستور کار شوراي عالي انقلاب فرهنگي قرار گرفت و سرانجام در تاريخ 2/3/1391 اين راهبردها به تصويب شوراي يادشده رسيد. در اين مصوبه به «فرهنگ‌سازي براي دست‌يابي به جمعيت مطلوب و اصلاح بينش و نگرش مسئولان و مردم نسبت به پي‌آمدهاي منفي کاهش باروري به ويژه زيرحد جانشيني» توجه ويژه‌اي شده است و بر همين اساس در بند 1 ماده 3 آن، «تهيه طرح جامع توليد و اجراي انواع برنامه‌هاي آموزشي، پژوهشي، اطلاع‌رساني، نمايشي، تبليغي و غيره در رسانه‌هاي جمعي به ويژه صدا و سيما و شبکه‌هاي استاني آن با هدف گفتمان سازي و ترويج فوايد فرزندآوري و تبيين آثار منفي کاهش نرخ باروري، با رعايت شرايط و مقتضيات راهبردي» يکي از اقدام‌هاي ملي متناسب با راهبردهاي جلوگيري از کاهش نرخ باروري و ارتقاي آن، برشمرده شد.

با توجه به اين مصوبه، رسانه ملي بايد راهبردها، سياست‌ها و برنامه‌هاي خود براي تغيير گفتمان موجود در زمينه فرزندآوري را به روشني تدوين و بر اساس برنامه‌اي دقيق و حساب‏شده گفتماني جديد را در جامعه حاکم کند. گفتماني که در نهايت به عبور از مرحله بحراني کاهش جمعيت و افزايش آن تا رسيدن به حد مطلوب بينجامد.

از این رو، این مقاله پس از تبيين مهم ترين بايسته هاي تدوين سياست جمعيتي به بررسي راهبردها و سياست هايي مي پردازد که رسانه ملي براي تحقق سياست جديد جمعيتي نظام جمهوري اسلامي بايد در پيش گيرد.

**زمینه های تغيير سياست جمعيتي نظام جمهوري اسلامي**

در سال هاي 1367تا 1390 براي تحقق شعار «فرزند کمتر، زندگي بهتر»، اقدام هاي فرهنگي، آموزشي، رسانه اي، بهداشتي، اجتماعي و اقتصادي گسترده اي، با بهره گيري از ظرفيت همه مراکز سازمان هاي دولتي و برخي نهادهاي غيردولتي براي کاهش نرخ رشد جمعيت انجام شد، تا جایی که ميزان باروري کل از 3/6 در سال 1365 به 6/1 در سال 1390 رسيد و ميانگين رشد سالانه جمعيت از 9/3 درصد در سال 1365 به 29/1 درصد در سال 1390 کاهش يافت. اين موضوع موجب نگراني جمعي از کارشناسان کشور و زمنيه‌ساز تغيير سياست جمعيتي نظام جمهوري اسلامي شد (امانی، 1388، ص 98). به گونه ای که از آغاز سال 1391 موضوع کاهش روزافزون جمعيت کشور به دغدغه اي براي مديران و مسئولان نظام جمهوري اسلامي تبديل شد و آنان را به تکاپو براي اصلاح سياست جمعيتي کشور واداشت (ر. ک: میزگرد تخصصی ،1391). نخستين اقدام در اين زمينه، تدوين «راهبردها و اقدامات مليِ مربوط به جلوگيري از کاهش نرخ باروري و ارتقاي آن متناسب با آموزه هاي اسلامي و اقتضائات راهبردي کشور»، مصوب 2/3/1391 شوراي عالي انقلاب فرهنگي بود. در ماده 2 اين مصوبه با عنوان «راهبردهاي ملي»، شش راهبرد به شرح ذيل پيش‌بيني شده بود.

1. فرهنگ‌سازي براي دستيابي به جمعيت مطلوب و اصلاح بينش و نگرش مسئولان و مردم نسبت به پيامدهاي منفي کاهش باروري به‌ويژه زير حد جانشيني؛
2. تدوين سياست‌ها، برنامه‌ها و قوانين و مقررات حمايتي و تشويقي براي دستيابي به نرخ باروري مناسب، جمعيت مطلوب و لغو سياست‌ها، برنامه‌ها و قوانين و مقررات مشوق کاهش باروري؛
3. تدوين الگوي سبک زندگي و ترويج آن به‌‌ويژه فعاليت‌هاي اجتماعي، آموزشي و اشتغال زنان متناسب با معيارهاي اسلامي و هماهنگ با مصالح خانواده به منظور ايفاي هر چه کامل‌تر نقش مادري و همسري؛
4. ايجاد و استقرار نظام مديريت فرابخشي و جامع جمعيت کشور؛
5. آمايش مستمر جمعيتي کشور و تدوين سياست‌هاي مهاجرتي به منظور جهت‌دهي به جابه‌جايي‌هاي جمعيتي در سطوح ملي، منطقه‌اي و بين‌المللي؛
6. اهتمام به ارتقاي کيفي جمعيت کشور از طريق متناسب‌ ساختن نرخ باروري خانواده‌ها با شرايط و اقتضائات سلامت، معيشت و فرهنگ آن‌ها (مجموعه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی).

ماده 3 مصوبه يادشده، به بيان «اقدامات ملي متناسب با هريک از راهبردهاي ملي موضوع ماده 2» اختصاص يافته و در بند 1 آن چنين آمده است: «تهيه طرح جامع توليد و اجراي انواع برنامه‌هاي آموزشي، پژوهشي، اطلاع‌رساني، نمايشي، تبليغي و غيره در رسانه‌هاي جمعي به ‌ويژه صدا و سيما و شبکه‌هاي استاني آن با هدف گفتمان‌سازي و ترويج فوايد فرزند‌آوري و تبيين آثار منفي کاهش نرخ باروري، با رعايت شرايط و مقتضيات راهبرد».

**بايسته‌هاي تدوين سياست جمعيتي**

«سیاست جمعیتی» مجموعه اصول، تدابير و تصميم هاي مدون جمعيتي است که يک دولت در کشور خود در پيش مي گيرد و حدود فعاليت هايش را درباره مسائل جمعيتي، يا اموري که نتايج جمعيتي دارند، تعيين مي کند. هدف سياست جمعيتي، منطقي کردن و هماهنگ ساختن دگرگوني هاي جمعيتي با شرايط اجتماعي، اقتصادي و فرهنگي جامعه، براي رسيدن به رفاه و بهروزي بيشترِ جمعيت است. به ‌طورکلي، سياست جمعيتي هنگامي تدوين و تصويب مي شود که پديده و موضوع جمعيت در جامعه اي به «مسئله» تبديل شود، درباره آن در اذهان عمومي به‌ويژه اذهان انديشمندان جامعه «شناخت» عيني پديد آيد و «برنامه کار» براي آن تدوين شود. هر سياست مستلزم وجود «اهداف عيني و اساسي» و «اهداف عملي» است. به اقدام هايي که در جامعه به منظور رسيدن به اهداف عملي صورت مي گيرد، «برنامه اجرايي» ميگويند. (تقوی 1378، ص 145). مهم‌ترين بايسته‌هاي تدوين سياست جمعيتي کارآمد را به شرح ذيل مي‌توان برشمرد:

**الف) شناسايي دقيق عوامل بحران جمعيتي**

لازم به یاد آوری است که پيش از تدوين و تصويب هر گونه سياست جمعيتي بايد عوامل و ريشه‌هاي شکل‌گيري بحران يا مسئله جمعيتي را به طور دقيق شناسايي کرد تا سياست‌گذاران و برنامه‌ريزان جامعه به هنگام ارائه راه‌حل براي برون‌رفت از بحران جمعيتي دچار اشتباه نشوند.

**ب) ايجاد وفاق اجتماعي درباره سياست جمعيتي**

بي‌ترديد، شرط موفقيت هر سياست جمعيتي همراهي و همدلي اقشار گوناگون به ويژه انديشه‌ورزان جامعه و گروه‌هاي مرجع و اثرگذار اجتماعي، با آن سياست است. از اين رو، بايد پيش از ورود به مراحل اجرايي سياست جمعيتي با به کارگيري ابزار گوناگون رسانه‌اي و ارتباطي و همچنين برگزاري نشست‌ها، هم‌انديشي‌ها و همايش‌هاي علمي با روحانيان، دانشگاهيان، پژوهشگران، مسئولان سازمان‌هاي مردم نهاد، اصحاب رسانه و مطبوعات و ...، آنها را با وجوه گوناگون بحران و مسئله جمعيتي پيش ‌رو، دلايل و ضرورت‌هاي در پيش گرفتن سياست جمعيتي آشنا و نقش و مسئوليت آن‌ها را در اين زمينه روشن ساخت.

**ج) تعيين دقيق اهداف عيني و عملي**

سياست‌گذاران و برنامه‌ريزان جامعه، به هنگام تدوين سياست جمعيتي، بايد اهداف عيني و عملي را که در پي تحقق آن هستند، به طور دقيق و مشخص معلوم کنند که در بازه زماني مورد نظر چگونه مي‌خواهند دگرگوني‌هاي جمعيتي را با شرايط اجتماعي، اقتصادي و فرهنگي جامعه، هماهنگ ساخت و در مجموع در ابعاد گوناگون جمعيت از جمله ساخت، اندازه، حرکات، اجزا، آمار حياتي، مهاجرت، ‌باروري و تنظيم مواليد، چه تغييراتي را مي‌خواهند ايجاد کنند.

**د) به کارگيري همه ظرفيت‌ها و توانمندي‌هاي جامعه**

تحقق سياست جمعيتي، مستلزم اقدام‌هاي گسترده آموزشي، تبليغي، ترويجي، پزشکي، بهداشتي، اقتصادي و ... است. بنابراين، برای تحقق اهداف پيش‌بيني‏شده در سياست جمعيتي بايد از همه ظرفيت‌ها و توانمندي‌هاي سازمان‌ها و نهادهاي دولتي و غيردولتي، به صورت هدفمند و سازمان‌يافته استفاده کرد.

**ه‍) ارزيابي دقيق عملکرد سازمان‌ها و نهادهاي مسئول**

براي تحقق اهداف عيني و عملي سياست جمعيتي در بازه زماني تعيين شده بايد به طور مستمر عملکرد سازمان‌ها و نهادهايي که در برنامه اجرايي سياست جمعيتي به آن‌ها نقش‌ها و مسئوليت‌هايي سپرده شده است، در شورايي که به رياست بالاترين مقام اجرايي کشور تشکيل مي‌شود، ارزيابي و سازمان‌ها و نهادهايي که به خوبي عمل کرده‌اند، تشويق و سازمان و نهادهايي که به خوبي عمل نکرده‌اند، تنبيه شوند.

**و) پايش مستمر تغييرات جمعيتي**

تجربه سياست جمعيتي نظام جمهوري اسلامي در دهه هفتاد و هشتاد نشان داد که پايش نکردن نتايج حاصل از اعمال سياست‌هاي جمعيتي، مي‌تواند کشور را با بحران جمعيتي تازه‌اي مواجه کند. بنابراين،پس از تعيين دقيق اهداف عيني وعملي سياست جمعيتي بايد به طور دقيق و مستمر تغييرات ابعاد جمعيت پايش شود تا سياست‌گذاران و برنامه‌ريزان جامعه بتوانند سياست جمعيتي را با آخرين تغييرات ابعاد جمعيت هماهنگ سازند.

**راهبردهاي رسانه ملي**

مهم ترين راهبردهاي رسانه ملي براي فرهنگ‌سازي در زمينه تغيير سياست جمعيتي نظام جمهوري اسلامي، از کاهش جمعيت به افزايش جمعيت را به شرح ذيل مي توان برشمرد:

**الف) گفتمان‌سازي در زمينه ضرورت افزايش زاد و ولد**

اقدام هاي گوناگون فرهنگي، آموزشي، رسانه اي، اجتماعي، اقتصادي و... که در اواخر دهه شصت و اوايل دهه هفتاد در زمينه مهار رشد جمعيت در کشور صورت گرفت، موجب ايجاد گفتمان ويژه در زمينه زاد و ولد در جامعه ما شد؛ گفتماني که به ‌تدريج در سراسر کشور و در ميان همه قشرهاي شهري و روستايي، مرفه و مستمند، تحصيل کرده و بي سواد، مذهبي و غيرمذهبي نهادينه شد و اين ذهنيت را در همه ايجاد کرد که داشتن بيش از دو يا سه فرزند، ناهنجار و خلاف چارچوب هاي پذيرفته‌شده اجتماعي است. اين گفتمان همچنان در جامعه ما حاکم است و به همين دليل حتي افرادي که از تمکن مالي خوبي برخوردارند، حاضر نيستند بيش از دو يا سه فرزند داشته باشند. ازاين‌رو، مي توان گفت نخستين گام در اصلاح سياست هاي جمعيتي کشور، تغيير گفتمان حاکم و ايجاد گفتماني جديد بر مبناي ضرورت افزايش زاد و ولد است.

**ب) ايجاد زمينه‌هاي لازم براي تحکيم خانواده‌ها**

بر اساس آمارهاي سازمان ثبت احوال کشور، در سال 1383 تعداد 723976 رويداد ازدواج و تعداد 73882 رويداد طلاق به ثبت رسیده است، در حالی که در سال 1390 تعداد 874792 رويداد ازدواج و تعداد 142841 رويداد طلاق به ثبت رسيده است. بر اساس اين آمار، در طول اين مدت، تعداد ازدواج ها حدود 8/20 درصد و تعداد طلاق ها حدود 3/93 درصد رشد داشته است. آمارهاي يادشده، همچنين حکايت از اين دارد که نسبت ازدواج به طلاق در سال 1383، 8/9 بوده است، ولي اين نسبت در سال 1390 به 1/6 رسيده، يعني حدود 60 درصد کاهش داشته است. کاهش چشمگير نسبت ازدواج به طلاق، و افزايش قابل توجه ميزان طلاق، در سال هاي اخير زمينه ساز مشکلات و آسيب هاي گوناگون فرهنگي، تربيتي، اخلاقي و اجتماعي در جامعه ما شده که يکي از آن‌ها کاهش نرخ باروري است.

بي ترديد، آنگاه مي توان به ظرفيت خانواده هايي که در حال حاضر در جامعه شکل گرفته اند، براي افزايش جمعيت تکيه کرد که اين خانواده ها از ثبات و آرامش لازم برخوردار باشند. در شرايطي که عوامل گوناگون فرهنگي، اجتماعي و اقتصادي موجب فروپاشي خانواده ها و بي ثباتي آن‌ها مي شوند، هرگز نمي توان به ايجاد نسلي جديد از دل خانواده ها اميدي داشت. از اين رو رسانه ملي بايد با در پيش گرفتن سياست هاي ذيل، از همه ظرفيت هاي خود براي تحکيم نهاد خانواده استفاده کند؛

1. آموزش حقوق و مسئوليت هاي خانوادگي زن و مرد به جوانان در آستانه ازدواج؛
2. توانمندسازي جوانان براي مقابله با مسائل و مشکلاتي که در کانون خانواده با آن‌ها روبه‌رو مي شوند؛
3. به تصوير کشيدن روابط مطلوب اعضاي خانواده در برنامه هاي نمايشي؛
4. بررسي و تبيين ويژگي هاي خانواده تراز اسلامي در برنامه هاي کارشناسي؛
5. پرهيز از به تصوير کشيدن مداوم خانواده هاي نابسامان و روابط ناهنجار اعضاي خانواده با يکديگر در برنامه هاي نمايشي؛
6. پرهيز از نگرش‌هاي فمينيستي در به تصوير کشيدن روابط اعضاي خانواده با يکديگر.

**ج) زمينه ‌سازي براي تسهيل شرايط ازدواج**

بر اساس گزارش رئيس سازمان ثبت احوال کشور، «سن ازدواج براي مردان و زنان نسبت به سال هاي گذشته افزايش يافته و به ميانگين 2/27 سال براي مردان و حدود 23 سال براي زنان رسيده که اين آمارها زنگ خطري براي افزايش تجرد قطعي در جامعه است. بي ترديد، افزايش سن ازدواج، موجب تغيير الگوي باروري مادران و کاهش رشد جمعيت خواهد شد. پيک الگوي سني باروري مادران در سال 1385، 20 تا 24 سال بوده که اين رقم در سال 1390 به 25 تا 29 سال افزايش يافته است. بنابراين، الگوي باروري مادران در سال هاي اخير تحت تأثير مستقيم افزايش سن ازدواج بوده است. افزايش سن الگوي باروري مادران مي تواند در ميان مدت موجب کاهش نرخ مواليد شده و به‌ مرور ميزان رشد جمعيت را به صفر و حتي منفي برساند. بنابراين، يکي از مهم ترين گام ها در راه افزايش جمعيت کشور، زمينه‌سازي براي کاهش سن ازدواج و تسهيل تشکيل خانواده براي جوانان است.

بر اساس نتايج سرشماري سال 1390، در حال حاضر بيش از هفده ميليون نفر جوان 20 تا 29 سال در کشور وجود دارند که اگر زمينه براي ازدواج آنها فراهم شود، مي توان اميدوار بود که در سال هاي آينده جمعيت کشور به ميزان قابل توجهي افزايش يابد. بنابراين، رسانه ملي براي تحقق رهنمودهاي مقام معظم رهبري در زمينه افزايش جمعيت، بايد يکي از راهبردهاي اساسي خود را زمينه‌سازي براي تسهيل شرايط ازدواج جوانان در آستانه ازدواج قرار دهد و با اقدام هاي گوناگون براي تسهيل شرايط ازدواج جوانان زمينه سازي کند: برخي اقدام هايي که رسانه ملي در اين زمينه مي تواند انجام دهد به اين شرح است:

1. فرهنگ سازي براي کاستن سطح توقع جوانان و خانواده هاي آنان؛
2. پرهيز از نشان دادن بي دليل خانه ها و زندگي هاي اشرافي و پرتجمل در برنامه هاي نمايشي؛
3. پرهيز از به تصوير کشيدن زندگي زوج هاي جواني که برخلاف بسياري از همسران جوان، نخستين روزهاي ازدواج خود را در کمال رفاه و آسايش و بي‌هيچ نگراني مالي تجربه مي کنند؛
4. ترويج قناعت و ساده زيستي و دوري از زياده‌خواهي و تجمل گرايي، با بهره گيري از قالب هاي اثرگذاري همچون فيلم ها و سريال هاي تلويزيوني؛
5. برگزاري نشست هاي کارشناسي درباره دلايل و زمينه هاي بالا رفتن سن ازدواج؛
6. برگزاري نشست هاي کارشناسي درباره پيامدهاي بالا رفتن سن ازدواج.

**د‍) اصلاح بينش، نگرش و رفتار خانواده‌ها در زمينه فرزندآوري**

اجراي بيش از دو دهه سياست تحديد مواليد در کشور و اقدام هاي گوناگون فرهنگي ـ اجتماعي که در اين زمينه انجام شد، موجب تغيير اساسي نگرش و رفتار خانواده ها در زمينه فرزندآوري شده است. امروز بيشتر زوج هاي جوان، دست کم در چند سال نخست زندگي، ضرورتي براي فرزند دار شدن احساس نمي‌کنند و فرزند داري را مزاحم تحصيل، اشتغال، رفاه و رشد و پيشرفت خود مي‌دانند. به همين دليل آن‌ها حتي اگر مشکل مالي هم نداشته باشند، حاضر به فرزند دار شدن نمي شوند. به همين دليل، رسانه ملي براي تحقق سياست افزايش جمعيت، در ابتدا بايد به اصلاح و تغيير بينش، نگرش و رفتار خانواده ها در زمينه فرزندآوري بپردازد و با برنامه ريزي دقيق و حساب‌شده و در بازه زماني مشخص، بر هر سه حوزه شناختي، عاطفي و رفتاري مخاطبان با ارائه پيام هاي مناسب اثر بگذارد.

**ه‍) ترويج فرهنگ اعتماد و خوش‌بيني به خداوند**

آموزه هاي اسلامي، همواره مردم را به خوش بيني به خداوند متعال و اعتماد و توکل بر او فرا مي خوانند تا آنجا که امام باقر (ع) از رسول گرامي اسلام (ص) نقل مي‏کند که فرمود:

"سوگند به آنکه جز او خدايي نيست، خير دنيا و آخرت به مؤمني ارزاني نمي شود، مگر به دليل خوش گماني و اميدواري او به خدا... سوگند به آنکه جز او خدايي نيست، هيچ بنده مؤمني به خدا خوش گمان نمي‌شود، مگر اينکه خداوند در کنار گمان بنده مؤمنش حاضر مي شود؛ زيرا خداوند کريم است و همه خيرها به دست اوست. او شرم مي کند که بنده مؤمنش به وي خوش گمان شود، ولي او خلاف گمان بنده‌اش، عمل و اميدش را نااميد کند؛ پس به خداوند خوش گمان و به او اميدوار باشيد" (کلینی، 1365، ج 2، ص 72).

در قرآن کریم بر اين خوش بيني، اعتماد و توکل، در موضوع تشکيل خانواده و فرزنددار شدن بيشتر تأکيد شده است. قرآن کريم دراين‌باره مي‌فرمايد:

«بي همسران خود و غلامان و کنيزان درستکارتان را همسر دهيد؛ اگر تنگدست‌اند، خداوند آنان را از فضل خويش بينياز خواهد کرد و خدا گشايشگر و داناست» (نور:32).

«و فرزندان خود را از بيم تنگدستي مکشيد؛ ما شما و آنان را روزي مي‏رسانيم» (انعام: 151).

در همين زمينه از رسول گرامي اسلام چنين روايت شده است: «هرکس از بيم تنگدستي ازدواج را ترک کند، به پروردگار خود بدگمان شده است؛ زيرا خداوند مي فرمايد: اگر تنگدست‌اند، خداوند آنان را از فضل خويش بينياز خواهد کرد و خدا گشايشگر و داناست»..

بر اين اساس، رسانه ملي براي از بين بردن يکي از موانع عيني و ذهني تشکيل خانواده و فرزنددار شدن، يعني بيم از تنگدستي يا ناتواني در تأمين رزق و روزي فرزند، بايد اين سياست ها را در پيش گيرد.

1. جلوگيري از ترويج فرهنگ مادي گرايانه و رفاه طلبانه در فيلم ها، سريال ها، آگهي هاي بازرگاني و ...؛
2. ترويج فرهنگ اعتماد، توکل و خوش‌بيني به خداوند با نمايش برنامه‏هاي کارشناسي، نمايشي، مستند، نماهنگ و ... .

**و) اصلاح برداشت‌هاي نادرست درباره نقش «مادري» و «همسري» زنان**

يکي از آثار و پيامدهاي ناگوار رواج انديشه هاي فمينيستي، پديد آمدن برداشت‌هاي انحرافی درباره هويت زنانه بود. يکي از نويسندگان غربي در اين باره مي نويسد: "نيم قرن پيش، تعداد معدودي از زنان، زمينه ايجاد انقلابي فرهنگي و فلسفي را ايجاد کردند. آن‌ها اعتقاد داشتند که زنان بايد خود را از يوغ ستم مردان رها سازند و براي رسيدن به اين هدف، کتاب‌ها نوشتند، مقالاتي منتشر کردند، در کالج‌ها تدريس کردند، در خيابان‌ها تظاهرات کردند، کنگره تشکيل دادند و بدين ترتيب، موفق شدند قلب و روح ميليون‌ها زن را تسخير کنند. آن‌ها براي آنچه مفهوم زن را دربر داشت، تعريفي جديد ارائه دادند و موجب تغيير ديدگاه‌هاي موجود درباره اولويت‌ها و مسئوليت‌هاي زنان در زندگي شدند. مفاهيمي چون زهد، پاکدامني، اطاعت، خويشتن‌داري و نجابت از واژه‌ نامه ها حذف شد و واژه‌هايي چون انتخاب، طلاق، خيانت و امتيازات يکسان براي هر دو جنس، جاي آن‌ها را گرفت. دختران و نوه‌هاي حاصل از آن نسل، هرگز شيوه تفکر ديگري را نشناخته‌اند. يکي از مخرب‌ترين اهداف و تأثيرات اين ديدگاه «جديد» نسبت به زنان، سبک شمردن ازدواج و مادري، و بيرون آوردن جسمي و روحي زنان از خانه‌ها به سوي بازار کار بود" (دموس، 1387، ص 71).

بنابراین، رسانه ملي بايد با پرداختن به موضوع هاي ذيل، برداشت‌هاي نادرستي را که امروزه در اذهان برخي دختران جوان درباره نقش مادري و همسري زنان شکل گرفته است، اصلاح کند:

1. معرفي زيباي ديدگاه اسلام درباره هويت زنانه و نقش و جايگاه مادري و همسري؛
2. بيان روايات وارد شده در شأن زنان باردار، از لحظه بسته شدن نطفه تا زايمان؛
3. تبيين نقش فرزندان صالح در سعادت اخروي پدران و مادران؛
4. تبيين و توضيح مفاهيم رفاه، آسايش و سعادت در دو نگاه مادي و ديني؛
5. نقد و بررسي ديدگاه هاي فمينيستي در زمينه نقش مادري و همسري؛
6. بررسي آثار و پيامدهاي رواج اين ديدگاه ها در مغرب زمين.

**ز) الگوسازي از خانواده‌هاي موفق پرجمعيت**

يکي از اقدام هاي رسانه ملي در سال هاي حاکميت سياست تحديد مواليد، نشان دادن تصويري نامطلوب از خانواده هاي پرجمعيت بود. در برخي سريال هايي که در آن، رفتار زنان در قالب طنز به نمايش درمي آمد، نشان داده مي شد که تعدد فرزندان چه گرفتاري ها و مشکلاتي براي پدر و مادرشان پديد مي‌آورد.  
در حال حاضر رسانه ملي بايد با اصلاح اين رويکرد، به شناسايي و معرفي خانواده هايي بپردازد که با وجود داشتن فرزندان متعدد، به خوبي از عهده تعليم و تربيت آن‌ها برآمده و نسل شايسته اي را تحويل جامعه داده اند. اين الگوسازي صرفاً در قالب برنامه‌هاي مستند قابل ارائه نيست، بلکه از قالب برنامه هاي نمايشي نيز مي‌توان استفاده کرد.

**ح) اصلاح نگرش زنان و دختران درباره بدن و زيبايي خود**

در چند دهه اخير با گسترش فعاليت جريان هاي فمينيستي در مغرب‌زمين و به موازات آن، توليد انبوه فيلم‌ها و سريال‌ها، انتشار گسترده مجلات مد و زيبايي، و گسترش تبليغات بازرگاني رسانه‌ها، الگوي تازه‌اي از زيبايي و جذابيت، ابتدا در کشورهاي غربي و به‌تدريج در سراسر جهان مطرح شده است که نماد بارز آن عروسک «باربي» است. هوارد لاوين(Howard Lavihne)، استاددانشگاه ايالتي نيويورک، و استفان اچ. واگنر(Stephan H. Wagner)، استاددانشگاه ايلينويس امريکا، درپژوهشي که در زمينه تأثير تبليغات تلويزيوني بر گرايش ها و رفتارهاي زنان غربي انجام داده اند، در اين زمينه مي نويسند: "ويژگي هاي قراردادي زيبايي زنان در فرهنگ غربي، در طول تاريخ با تغييرات زيادي مواجه بوده است؛ مثلاً اگرچه جذابيت هاي زنانه در دوره اي با داشتن اندام هايي چاق سنجيده مي شد، اما ايده آل هاي کنوني فرهنگ ما، هم‌اينک زناني با اندامي باريک و ترکه اي را مي پسندد. محققان براي اين فرضيه خود، به تصاوير نشريات عامه پسند امريکايي دو قرن اخير، مسابقات سالانه انتخاب ملکه زيبايي و مدل هاي به‌کار گرفته‌شده در تبليغات تجاري اشاره مي کنند که در اين دوره روزبه‌روز لاغرتر شده اند. در عين حال، در اين سال ها، با محبوب تر شدن ايده ترکه‌اي و لاغر بودن، نارضايتي زنان از اندام هايشان و بي نظمي آنان در برنامه صرف غذا، با روندي افزايشي روبه‌رو شده است" (لاوین و واگنر 1387).

تبليغات گسترده براي معرفي زنان ترکه اي و لاغراندام به عنوان الگوهاي زيبايي و جذابيت، در شرايطي صورت مي گيرد که بسياري از کارشناسان، دست يافتن به اين الگوها را براي بسياري زنان غيرممکن مي دانند. روبين برگر، نويسنده امريکايي، در اين باره مي‌نويسد: "شايد آزاردهنده ترين حقيقت اين باشد که تصاوير زنان زيبا در رسانه، براي همه زنان به جز شمار بسيار اندکي از ايشان دست‌نايافتني است" (برگر، 1390). بر اساس اين الگوي تازه، بسياري از زنان و دختران در پي اين برآمده اند که به هر قيمت، اندامي کشيده و استخواني به سبک عروسک *باربي* داشته باشند و خود را به مدل هاي مد و زيبايي که رسانه هاي غربي تبليغ مي‌کنند، نزديک‌تر کنند.

با ايجاد اين نگرش جديد درباره بدن و زيبايي در دختران، يکي از موضوع‌هايي که مغاير با فرهنگ باربي شدن تلقي شد، بارداري و بچه دار شدن بود. متأسفانه اين نگرش با گسترش شبکه هاي ماهواره‌اي، به‌تدريج در کشور ما نيز رواج يافت و موجب شد برخي زنان از بيم از دست دادن تناسب اندام، از بچه‌دار شدن يا شيردادن نوزادان خود خودداري کنند.

از این رو رسانه ملي بايد با توليد برنامه هاي متنوع و اثرگذار، براي اصلاح نگرشي که در ميان برخي زنان و دختران درباره بدن و زيبايي خود پديد آمده است، اقدام کند. برخي اقدام هايي که رسانه ملي در اين زمينه مي‌تواند انجام دهد، به شرح زير است:

1. نقد و بررسي الگوهاي غربي مد، زيبايي و جذابيت؛ و روشن کردن اهداف پنهان و آشکار اين الگوپردازي‌ها براي زنان و دختران ايراني؛
2. معرفي برخي هنرپيشگان مطرح سينماي هاليوود که با وجود داشتن زيبايي ظاهري، از بچه‌دار شدن نيز غافل نشده‌اند؛
3. ترويج ورزش‌ها و نرمش‌هايي که مي‌تواند به زنان، در حفظ زيبايي اندام خود پس از زايمان کمک کند.

**ط) افشاي طرح‌هاي نظام سلطه براي کاهش جمعيت جهان**

سال‌هاست سران «مجامع مخفي» جهاني، مانند مؤسسه سلطنتي امور بين الملل، شوراي روابط خارجي، جامعه بيلدر برگرها، کميسيون سه ‌جانبه، فراماسونري، باشگاه رم وکميته 300، با طرح ها و برنامه هاي گوناگون زمينه نفوذ و اقتدار نظام سلطه بر مناسبات فرهنگي، سياسي و اقتصادي ملل جهان را فراهم آورده، سرنوشت ملت‌ها و کشورهاي مستقل جهان را به ميل و اراده خود تغيير مي دهند. يکي از مصاديق آشکار مداخله مجامع مخفي در سرنوشت ملت‌هاي ديگر موضوع کاهش و کنترل جمعيت جهان است. اين مجامع با هدف گسترش سلطه خود بر جهان، از سال ها پيش موضوع کاهش جمعيت جهان را در دستور کار قرار داده‌اند. جان کولمن (John Colman)، نويسنده و پژوهشگر مجامع که پيش تر از جاسوسان حرفه اي سرويس هاي مخفي بريتانيا بوده است، هنگام برشمردن هدف هاي گروه هاي پنهان مي‌نويسد آن‌ها بر اين باورند که براي تحقق «مسئوليت آسماني» که بر عهده آنان گذارده شده است، بايد «از راه ايجاد جنگ‌هاي محدود و موضعي در کشورهاي پيشرفته و به وجود آوردن گرسنگي و بيماري در کشورهاي جهان سوم، موجبات مرگ حدود سه ميليارد انساني را که اصطلاحاً «مصرف‌کنندگان بي مصرف» ناميده اند، فراهم شود. تا سال 2050 جمعيت ايالات متحده بايد در حد يکصد ميليون نفر کاهش يابد (کولمن، 1380، ص 26).

سرواندو گونزالز، (Servando Gonzalez)، نويسنده کوبايي ـ امريکايي، نشانه شناس و تحليل گر اطلاعاتي، در مقاله‌اي به بررسي تلاش «باشگاه ميليونرها»ي امريکايي براي کاهش جمعيت جهان مي پردازد و مي نويسد: "در پنجم مي ‌2009، تعدادي از بد نام‌ترين اعضاي «باشگاه ميليونرها» ـ ديويد راکفلر، بيل گيتس، تد ترنر، اپرا وينفري، وارن بافت، جرج سوروس، الي براود، پيتر جي. پترسون، پتي استونس فاير، جان مورگريده، مايکل بلومبرگ و تعدادي از ميليونرهاي ديگر ـ مخفيانه در اقامتگاه سر پل نرس، رئيس دانشگاه راکفلر را در منهتن ملاقات کردند. يک روزنامه بزرگ انگليسي، به نقل از يک فرد ناشناس که در اين جلسه شرکت داشته است، گزارش کرد که در اين جلسه «بر سر اين نکته اجماع شد که آن‌ها بايد به راهبردي روي آورند که در آن، از رشد جمعيت به عنوان يک تهديد زيست‌محيطي، اجتماعي و صنعتي بالقوه فاجعه‌ بار جلوگيري شود». گيتس در اين کنفرانس گفته است: «پيش‌بيني‌هاي رسمي نشان مي‌دهند که جمعيت جهان به 3/9 ميليارد نفر خواهد رسيد (به نسبت 6/6 ميليارد فعلي)، ولي با ابتکارهاي خيريه، نظير مراقبت‌هاي بهداشتي باروري بهتر، فکر مي‌کنيم که بتوانيم اين ميزان رشد را به 3/8 ميليارد نفر کاهش دهيم». یعنی گيتس در حال برنامه‌ريزي براي مشارکت کردن در قتل بيشتر از يک ميليارد انسان است(گونزالز، 1390).

مايکل اسنايدر پژوهشگر و تحليل گر مسائل سياسي نيز درباره تصميم نخبگان جهاني براي کنترل جمعيت جهان مي نويسد: "از نظر من و شما، شايد خلاص شدن از 90 درصد جمعيت جهان کاري جنون‌آميز باشد، اما هرچه مي‌گذرد، اين اجماع در بين نخبگان جهاني بيشتر مي‌شود که رسيدن به چنين هدفي به نفع سياره زمين است" (اسنایدر، 1390).

تد ترنر (Ted Turner)، مؤسس سي. ان. ان نيز مي‌گويد: "جمعيتي250 تا 300 ميليون نفري، يعني کاهشي 95 درصدي از ميزان فعلي، جمعيتي آرماني است".

همچنين، ديويد فورمن (David foreman)، يکي از مؤسسان ارث فرست،  مي‌گويد که کاهش جمعيت جهان به صد ميليون نفر، يکي از سه هدف عمده اوست. "سومين هدف اصلي من، کاهش دادن جمعيت جهان به حدود صد ميليون نفر، نابود کردن زيرساخت‌هاي صنعتي و توجه به حيات وحش با تمام گونه‌هاي حيات آن خواهد بود".

ميخائيل گورباچف نيز فکر مي‌کند کاهش 90 درصدي جمعيت جهان، فکري کاملاً درست است. "ما بايد به‌روشني درباره مسائل جنسي، جلوگيري از بارداري، سقط جنين و درباره ارزش‌هاي کنترل جمعيت سخن بگوييم؛ چرا که بحران زيست‌محيطي در کوتاه‌مدت، بحران جمعيت است. اگر جمعيت جهان را تا 90 درصد کاهش دهيد، ديگر تعداد زيادي انسان باقي نخواهد ماند تا آسيب‌هاي زيست‌محيطي جدي به زمين وارد آورد".

در نشست سال 2011 بيلدربرگ که از 9 تا 12 ژوئن (19 تا 22 خرداد 1390)، با حضور آندرس فوگ راسموسن دبيرکل ناتو، خواکين آلمونيا معاون رئيس کميسيون اروپا، خاوير سولانا مسئول سابق سياست خارجي اتحاديه اروپا، ژان کلود تريشه رئيس بانک مرکزي اروپا، رابرت زوليک رئيس گروه بانک جهاني، هنري کيسينجر تئوريسين و رئيس شرکت‌هاي مختلف و مشاور سابق امنيت ملي امريکا، بيل گيتس رئيس سابق مايکروسافت، رابرت گيتس وزير دفاع امريکا، ديويد راکفلر رئيس سابق بانک منهتن، ميچلت وايت مدير مسئول هفته نامه اکونوميست، آنجلا مرکل صدر اعظم آلمان، جورما اوليلا رئيس شرکت نفتي رويال داچ شل، جرج ديويد رئيس شرکت کوکاکولا، ملکه هلند، هاکان وليعهد نروژ، پيتر برابک لتما رئيس شرکت نستله، سوفيا ملکه اسپانيا، خوزه لوييز زاپاترو نخست‌ وزير اسپانيا و ... در «سنت موريس» سوئيس برگزار شد، بر موضوع افزايش جنگ و کشتار به ‌ويژه در منطقه خاورميانه به منظور کاهش جمعيت رو به افزايش جهان تأکيد شد (Bilderbeg 2011. com).

با توجه به موارد فوق ضروري است رسانه ملي موضوع هاي ذيل را در دستور کار خود قرار دهد:

1. تبيين و تشريح طرح ها و برنامه هاي مجامع مخفي وابسته به نظام سلطه براي کاهش جمعيت جهان؛
2. بررسي راهکارهاي رسانه اي مقابله با طرح ها و برنامه هاي يادشده؛
3. بررسي و تبيين نقش ملت ايران در خنثي سازي طرح ها و برنامه هاي مجامع مخفي جهاني.

**ي) ايجاد حساسيت درباره بحران‌ها و آسيب‌هاي ناشي از کاهش جمعيت**

نتايج پيش بيني هاي سال 2010 سازمان ملل متحد درباره تحولات باروري نشان مي‏دهد که بر اساس هر سه سناريو (پايين، متوسط و بالا) تا سال 1420 سطح باروري ايران به سطح جانشيني افزايش نخواهد يافت. بر اساس همين پيش بيني، در صورت ادامه روند کنوني کاهش باروري بر اساس سناريوي حد پايين، جمعيت ايران تا سال 1430 به حدود 73 ميليون نفر با شاخص سالخوردگي 5/38 درصد، در سال 1445 به حدود 61 ميليون نفر با شاخص سالخوردگي 5/47 درصد، و تا سال 1480 به حدود 31 ميليون نفر با شاخص سالخوردگي 4/47 درصد کاهش خواهد يافت. همچنين در صورت تحقق الگوي رشد متوسط، جمعيت ايران تا سال 1445 به حدود 79 ميليون نفر با شاخص سالخوردگي 9/36 درصد، سپس تا سال 1480 به 62 ميليون نفر با شاخص سالخوردگي 7/34 درصد کاهش خواهد يافت. (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، 1391). درصورت تحقق پيش بيني ها، کشور ما با مسائل و چالش هاي گوناگوني روبه رو خواهد شد که مهم‏ترين آن‌ها عبارت‌اند از:

1. **چالش هاي جمعيتي**

بحران ميزان باروري و تجديد نسل، کاهش حجم کل جمعيت ملي، بحران کاهش نيروي در سن کار، بحران سالمندي جمعيت و افزايش مهاجرت هاي بين‌المللي و تغييرات هويتي و فرهنگي، از مهم ترين مصاديق چالش هاي جمعيتي به شمار مي آيند.

1. **چالش هاي فرهنگي ـ اجتماعي**

مهم ترين چالش هاي فرهنگي ـ اجتماعي ناشي از کاهش ناگهاني رشد جمعيت عبارت‌اند از: بحران ساختاري خانواده، شکاف هاي نسلي بر اثر به هم خوردن توازن جمعيت نسل ها، و کاهش چترهاي حمايتي خانواده از سالمندان، و کاهش تدريجي سرمايه اجتماعي.

1. **چالش هاي اقتصادي**

از نگاه جمعيت‌شناختي، جمعيت در حال رشد و جوان، احتياج بيشتري به کالا و خدمات دارد و به همين دليل در جامعه در حال رشد، تقاضا براي امکانات مسکن، املاک و مستغلات افزايش مي يابد، ولي با کاهش سطح باروري و کم شدن جمعيت، جمعيت متقاضي کالاهاي اساسي از جمله مسکن و امکانات رفاهي کاهش خواهد يافت و اين موضوع زمينه ساز ايجاد بحران اقتصادي در جامعه خواهد بود (دارابی و دیگران، 1390).

1. **چالش‌هاي سياسي ـ امنيتي**

کاهش جمعيت جوان، به معناي کم شدن تعداد نيروهاي توانمند براي دفاع از اقتدار، امنيت و تماميت ارضي کشور است و اين موضوع براي کشوري با ويژگي‌هاي نظام جمهوري اسلامي ايران که همواره در معرض تهديدهاي فزاينده نظام سلطه و جهان استکبار است، بسيار خطرساز است (همان).

از این رسانه ملي بايد در سياست گذاري هاي خود در زمينه فرهنگ سازي براي افزايش جمعيت، به موضوع‌هاي ذيل توجه جدي کند:

1. بررسي دقيق و کارشناسي بحران ها، آسيب ها و چالش هاي فرهنگي، اجتماعي، سياسي، امنيتي و اقتصادي ناشي از کاهش جمعيت؛
2. تبيين درست و مناسب آثار و پيامدهاي اين بحران ها براي مردم.

**سياست ‌هاي رسانه ملي**

براي تحقق کامل راهبردهاي يادشده، رسانه ملي بايد سياست‌هاي ذيل را در دستور کار خود قرار دهد:

**الف) اقناع مديران و برنامه‌سازان رسانه ملي درباره سياست جديد جمعيتي:**

بي ترديد، مديران و برنامه سازان رسانه ملي، آنگاه مي توانند نقش خود را در زمينه فرهنگ سازي براي تحقق سياست جمعيتي نظام اسلامي به‌خوبي ايفا کنند که خود درباره اين سياست جديد متقاعد شده و درباره آن به شناخت و باور قلبي رسيده باشند؛ زيرا در غير اين صورت برنامه هايِ توليدي صرفاً جنبه سفارشي و دستوري خواهد داشت و اثر چنداني بر مخاطب نخواهد گذاشت.

بنابراين، سازمان صدا و سيما در نخستين گام به سوي فرهنگ سازي براي افزايش جمعيت، بايد با برگزاري همايش ها و نشست هاي علمي و تخصصي، مديران گروه‏هاي برنامه ساز، تهيه کنندگان، کارگردانان و پژوهشگران و نويسندگان خود را در اين زمينه توجيه کند و به پرسش ها و ابهام هاي آن‌ها در اين زمينه پاسخ دهد.

**ب) بهره‌گيري از رويکرد القاي غيرمستقيم پيام:**

با توجه به مشکلات گوناگوني که در حال حاضر در زمينه اشتغال، ازدواج، مسکن، تأمين هزينه هاي زندگي و... در جامعه ما وجود دارد، بهره گيري از پيام هاي مستقيم در زمينه ضرورت افزايش جمعيت، اثر مثبت چنداني ندارد و چه بسا موجب عکس‏العمل هاي منفي شود. ازاين‌رو در تبليغ و ترويج سياست جديد جمعيتي کشور، بايد از روش القاي غيرمستقيم پيام استفاده کرد؛ پيام هايي که بيشتر ناظر به آثار و پيامدهاي منفي کم شدن زاد و ولد براي خانواده و اجتماع است.

برخي موضوع هايي که در اين زمينه به شرح ذيل است:

1. آثار و پيامدهاي نامطلوب پيرشدن جمعيت؛
2. ضرورت وجود ارتباط هاي خويشاوندي (عمو، عمه، دايي، خاله) براي رشد عاطفي فرزندان؛
3. جايگاه و نقش تعدد فرزندان در جامعه پذيري و توانمند شدن آن‌ها براي مقابله با مسائل و مشکلات؛
4. آثار و پيامدهاي تنها شدن پدر و مادرها در سنين پيري؛
5. آثار و برکات دنيوي و اخروي تربيت فرزندان صالح؛
6. نقش فرزندان در افزايش نشاط و سرزندگي خانواده ها؛
7. نقش زايمان و فرزندآوري، در سلامت جسمي و روحي بانوان؛
8. بررسي مسائل و مشکلات خانوادگي و اجتماعي جوامع غربي که دچار کاهش يا رشد منفي جمعيت شده اند.

**ج) زمينه‌سازي براي ايجاد وفاق اجتماعي در زمينه ضرورت افزايش زادوولد:**

در حال حاضر، در ميان کارشناسان و در ميان مردم عادي، در زمينه ضرورت افزايش زادوولد اتفاق نظر وجود ندارد؛ بنابراين نمي توان صرفاً با بهره‏گيري از اهرم رهنمودهاي مقام معظم رهبري به تبليغ و ترويج سياست جديد جمعيتي پرداخت، بلکه بايد با ايجاد فضاي بحث و گفتوگوهاي کارشناسانه و بررسي جوانب گوناگون موضوع، زمينه را براي ايجاد وفاق اجتماعي در اين زمينه فراهم کرد. رسانه ملي بايد با پرهيز از برخورد احساسي و شعاري با موضوع، براي ايجاد فضاي آزاد بحث و گفت وگوي پژوهشگران و کارشناسان حوزه هاي جامعه شناسي، روان شناسي، علوم تربيتي، حقوق، اقتصاد و سياست، درباره آثار مثبت و منفي افزايش جمعيت، از همه ظرفيت هاي خود استفاده کند و با مديريت مناسب اين بحث و گفت‌وگوها، قشرهاي گوناگون جامعه به‌ويژه اقشار فرهيخته و تحصيل کرده را به برداشتي مشترک در‌اين‌باره برساند. برخي از اقدام‌هايي که رسانه ملي در اين زمينه مي تواند انجام دهد، به شرح ذيل است:

1. برگزاري نشست هاي کارشناسي در زمينه نقد و بررسي سياست جمعيتي نظام اسلامي؛
2. برگزاري نشست هاي کارشناسي در زمينه دلايل و بسترهای رهنمود رهبري در زمينه ضرورت تغيير سياست جمعيتي؛
3. برگزاري نشست هاي کارشناسي درباره آثار مثبت و منفي افزايش جمعيت؛
4. برگزاري نشست هاي کارشناسي درباره آسيب ها و موانع موجود در زمينه بهره برداري از ظرفيت جمعيت جوان کشور براي رشد و توسعه و بالندگي نظام اسلامي.

**د) اصلاح رويکرد رسانه در بازنمايي خانواده:**

در سال هاي اخير، چند رويداد مهم در عرصه بازنمايي خانواده در رسانه رخ داده است:

1. کوچک شدن بعد خانواده: در بيشترِ برنامه هاي نمايشي، خانواده هايي به تصوير کشيده مي شوند که يا فرزندي ندارند، يا حداکثر يک يا دو فرزند دارند؛
2. حذف کودک از موضوع داستان ها و برنامه هاي نمايشي: در حال حاضر، کمتر برنامه نمايشي وجود دارد که در آن، گره و تعليق داستان بر محور کودک باشد؛
3. حذف درگيري و اختلاف بچه ها از برنامه هاي نمايشي: در پي کوچک شدن بعد خانواده ها در برنامه هاي نمايشي، موضوع اختلاف ها و درگيري هاي بچه ها در کانون خانواده که نقش مهمي در جامعه پذير شدن کودکان دارد، از برنامه هاي نمايشي حذف شد؛
4. کاهش تعداد يا حذف کلي بستگان نسبي از فضاي برنامه هاي نمايشي، در بيشتر فيلم ها و سريال هايي که در سال هاي اخير در رسانه ملي پخش شده است، يا به ‌طورکلي از بستگان نسبي، اعم از عمو، عمه، دايي و خاله خبري نيست، يا حداکثر به نمايش يک يا دو نفر از اين بستگان بسنده شده است.

در مجموع، رسانه ملي با اين بازنمايي از خانواده، اولاً خانواده بدون فرزند يا حداکثر با يک يا دو فرزند را تبديل به هنجاري پذيرفته‌شده کرده است ثانياً، احساس نياز به داشتن بستگان نسبي را از بين برده و مردم را متقاعد کرده است که نداشتن عمو، عمه، دايي و خاله هيچ مشکلي براي افراد جامعه ايجاد نمي کند؛

درحالي‌که امروزه ضرورت ها و کارکردهاي بسيار مهم خويشاوندان براي رشد روحي و عاطفي فرزندان يک خانواده، امروزه کاملاً به اثبات رسيده است. بنابراين، رسانه ملي در راستاي اصلاح سياست هاي جمعيتي نظام جمهوري اسلامي، بايد در بازنمايي هاي خود از خانواده تجديدنظر کند. افزون بر اصلاح اشتباه هاي گذشته، در برنامه هاي خود به اين سياست ها توجه کند:

1. روايت داستان هاي شيرين و جذاب از زندگي خانواده هاي پرجمعيت؛
2. نشان دادن بچه ها به شکل عامل شادي و نشاط فضاي خانه ها؛
3. به تصوير کشيدن نقش مهم بستگان نسبي در رشد روحي و عاطفي فرزندان.

**ه‍) توجه دقيق به سازوکارهاي «فرهنگ‌سازي:**

هر چند بحث از «فرهنگ سازي» بسيار شنیده می شود و مسئولان و کارشناسان براي حل مسائل و مشکلات گوناگوني در حوزه هاي فرهنگي، اجتماعي، اقتصادي و سياسي، بر ضرورت «فرهنگ سازی» تأکيد مي کنند، اما هنوز سازوکارهاي فرهنگ سازي و لوازم و بايسته هاي آن شناخته نشده است. بنابراين، رسانه ملي ضمن توجه به ضرورت فرهنگ‌سازي براي افزايش جمعيت، بايد به ساز و کارها و لوازم فرهنگ‌سازي به طور دقيق توجه کند و با بهره‌گيري از کارشناسان مختلف، به ويژه روان‌شناسان اجتماعي شيوه‌ها و روش‌هاي درست فرهنگ‌سازي را در برنامه‌هاي اصلاح سياست جمعيتي به کار گيرد.

**و) پرهيز از بهره‌گيري مستقيم از روحانيت، براي تغيير سياست جمعيتي:**

مبلغان مذهبي، به‌ ويژه در سال هاي آغاز اجراي سياست تحديد مواليد، نقش  مهمي در تبليغ و ترويج اين سياست، به‌ويژه در روستاها و مناطق دورافتاده کشور داشتند.در پي ارائه ديدگاه هاي کارشناسان و مسئولان کشور در زمينه ضرورت کنترل جمعيت و تحليل هايي که آن‌ها در زمينه پيامدهاي ناگوار رشد جمعيت در سال‏هاي آينده ارائه مي دادند، روحانيان و نهادهاي مذهبي، با احساس تکليف و مسئوليت در برابر نظام اسلامي، به فرهنگ سازي در زمينه تحديد مواليد با بهره‏گيري از متون ديني پرداختند و به ‌تدريج اين باور را در مردم ايجاد کردند که کنترل جمعيت و استفاده از انواع وسايل پيشگيري از حاملگي، با آموزه هاي ديني هيچ ناهماهنگي ندارد (علیئی، 1384؛ طلعتی. 1383، ص 86-148).

اما در حال حاضر که سياست جمعيتي نظام جمهوري اسلامي با توجه به مصالح موجود، تغيير کرده است، شايسته نيست که بار ديگر از روحانيان و نهادهاي مذهبي براي تبليغ و ترويج مستقيم سياست افزايش جمعيت استفاده شود؛ زيرا اين کار موجب خدشه دار شدن جايگاه و شأن روحانيان و نهادهاي مذهبي و حتي آموزه هاي ديني در نزد مردم مي شود و اعتماد آن‌ها به علماي ديني و مبلغان مذهبي را از بين مي برد.

بنابراين، بهره گيري از آموزه هاي ديني و مبلغان مذهبي براي نهادينه ساختن سياست افزايش جمعيت، صرفاً بايد به حوزه القاي غيرمستقيم پيام و پرداختن به مباحثي چون ضرورت و اهميت ازدواج، تشکيل خانواده، صله رحم، پيوندهاي خويشاوندي و همچنين آثار و برکات دنيوي و اخروي فرزندان صالح براي پدر و مادرها محدود شود. (ر. ک: شفیعی سروستانی، 1391، ص 74-191).

**ز) زمينه‌سازي براي اصلاح طرح‌ها و برنامه‌هاي ناظر به تحديد مواليد:**

در سال هاي حاکميت سياست تحديد مواليد، طرح ها و برنامه هاي گوناگوني براي کاهش نرخ رشد طبيعي جمعيت و باروري عمومي زنان اجرا شد که برخي از آن‌ها اثرگذاري مستقيم و کوتاه مدت، و برخي ديگر اثرگذاري غيرمستقيم و بلندمدت داشتند. طرح ها و برنامه‌هايي چون «لغو کليه مقررات مشوّق رشد جمعيت و اتخاذ تدابير متناسب با سياست تحديد مواليد کشور» (قانون برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، 1368). ياغير قابل محاسبه و اعمال تلقي شدن «کليه امتيازاتي که در قوانين بر اساس تعداد فرزندان يا عائله پيش بيني و وضع شده اند، در مورد فرزندان چهارم و بعد» (قانون تنظیم خانواده و جمعیت، 1372) يا «ترويج انواع روش هاي پيشگيري از بارداري» و «عرضه رايگان وسائل پيشگيري از بارداري در مراکز بهداشتي»، داراي اثر مستقيم و کوتاه‌مدت بودند و طرح ها و برنامه هايي مانند «بالا بردن سطح سواد و دانش عمومي افراد جامعه و به‌خصوص افزايش ضريب پوشش تحصيلي دختران لازم‌ التعليم» (قانون برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، 1368) و «اعتلاي موقعيت زنان از طريق تعميم آموزش و افزايش زمينه هاي مشارکت زنان در امور اقتصادي اجتماعي جامعه و خانواده» (همان) اثر مستقيم و بلندمدت داشتند.

بي ترديد، تغيير و اصلاح طرح ها و برنامه هاي داراي اثر مستقيم، چندان دشوار نيست و مي توان با اصلاح برخي قوانين و آئين‌نامه‌ها در کوتاه مدت به آن دست يافت؛ ولي اصلاح و دگرگون کردن طرح ها و برنامه هاي بلندمدت داراي اثر غيرمستقيم، به‌راحتي امکان پذير نيست؛ زيرا آن‌ها در طول بيش از دو دهه موجب تغيير گسترده در مناسبات فردي، خانوادگي و اجتماعي جامعه ما شده و سبک زندگي ويژه اي را در ميان اقشار گوناگون جامعه، به‌ويژه زنان رواج داده اند و به همين دليل تغيير آن‌ها نيازمند کار فرهنگي گسترده و طولاني مدت است.

بنابراين، رسانه ملي بايد با برنامه ريزي دقيق و حساب‌شده، زمينه را براي اصلاح برخي تغييرهايي که در سال هاي اخير و در پي اجراي طرح ها و برنامه‌هاي تحديد مواليد، به‌ويژه در سبک زندگي زنان جامعه ما پديد آمده است، آماده کنند؛ تغييرهايي چون گرايش گسترده دختران به تحصيلات دانشگاهي بدون توجه به ويژگي هاي جنسيتي و نيازهاي جامعه، ارزش تلقي شدن اشتغال بانوان و بي‌توجهي به نقش مهم و اثرگذار مادري و همسري آنان.

از این ملي، اين سياست ها را در برنامه هاي خود در پيش گيرد:

1. الگوسازي در زمينه شغل هاي مناسب بانوان، با توجه به ويژگي هاي روحي و توانمندي هاي جسمي آنان؛
2. اصلاح بينش و نگرش دختران درباره آموزش عالي و تبيين ضرورت تناسب رشته ها و گرايش هاي آموزش عالي با ويژگي ها و نقش هاي خانوادگي و اجتماعي زنان؛
3. فرهنگ سازي در زمينه اهميت و ارزش نقش همسري و مادري و کار خانگي زنان، در مقايسه با مشاغل اجتماعي و کارهاي اقتصادي؛
4. الگوسازي از زندگي بانوان موفقي که در عين همسرداري، به تحصيل خود هم ادامه داده اند؛
5. تبيين مفهوم حضور و مشارکت اجتماعي زنان و تفاوت اين مفهوم با اشتغال و درآمدزايي.

**ح) تعديل سطح توقع و انتظار مردم از زندگي**

بسياري از خانواده ها، مسائل و مشکلات اقتصادي و هزينه بالاي تأمين مخارج خوراک، پوشاک، بهداشت، آموزش، تفريح و سرگرمي کودکان را عامل بچه دار نشدن خود اعلام مي کنند و معتقدند همسران تا به وضعيت اقتصادي مطلوب نرسند، نبايد به فرزندآوري اقدام کنند. اين مطلب، شايد تا حدي و درباره بخشي از خانواده ها درست باشد؛ ولي در درستي کليت آن به چند دليل ترديد جدي وجود دارد:

1. وضع اقتصادي مطلوبي که بسياري از خانواده ها در پي آن هستند، بر اساس حداقل انتظارها از زندگي تعريف نشده است و عموم مردم به دليل رواج فرهنگ تجمل و رفاه طلبي و بالا رفتن سطح توقع از زندگي، وضع اقتصادي مطلوب را مترادف با فراهم شدن همه امکانات، شامل درآمد بالا، خانه ملکي، خودرو، لوازم زندگي کامل و... مي دانند؛
2. تعداد قابل توجهي از همسران جوان، با وجود داشتن وضع نسبتاً مطلوب اقتصادي و دارا بودن شغل، درآمد، مسکن و خودروي مناسب، همچنان از زير بار فرزنددار شدن شانه خالي، و همواره آن را به فرصتي ديگر که وضع بهتر شود، موکول مي کنند. اين موضوع، نشان مي دهد که در جامعه ما، بيش و پيش از آنکه واقعيت وضع اقتصادي خانواده ها مانع فرزنددار شدن باشد، تصور آن‌ها از وضع اقتصادي مطلوب، مانع اين موضوع است.

بنابراين، رسانه ملي بايد با در پيش گرفتن سياست هاي ذيل و با بهره گيري مناسب از ابزار برنامه هاي نمايشي، به‌تدريج سطح توقع و انتظار مردم از زندگي را متعادل کند:

1. پرهيز از نشان دادن فيلم ها و سريال هايي که به تجمل گرايي در جامعه دامن مي زنند؛
2. نشان دادن سريال هايي که داستان آن‌ها در فضاهايي ساده و بدون تجمل، ولي سرشار از اميد و نشاط رخ مي دهد.

**ط) زمينه‌سازي براي تحقق مصوبه‏هاي شوراي عالي انقلاب فرهنگي:**

شوراي عالي انقلاب فرهنگي در تاريخ 2/3/1391، شش راهبرد ملي در زمينه جلوگيري از کاهش نرخ باروري و ارتقاي آن متناسب با آموزه هاي اسلامي و اقتضائات راهبردي کشور پيش بيني کرده است که بندهاي 1 و 3 به طور مستقيم به سازمان صدا و سيما ارتباط دارد و اين سازمان بايد همه توان خود را در راه تحقق آن‌ها به کار گيرد؛ ولي اين بدان معنا نيست که رسانه ملي هيچ وظيفه اي در زمينه تحقق ساير بندهاي راهبرد يادشده به عهده ندارد. بي‌ترديد، رسانه ملي مي‌تواند با نظارت بر عملکرد دستگاه هاي مختلف سياست گذار و اجرايي، بازتاب فعاليت آن‌ها و همچنين مطالبه مستمر از مسئولان کشور، زمينه ساز تحقق هرچه بيشتر راهبردهاي مصوب شوراي عالي انقلاب فرهنگي شود.

**ي) پرهيز از هرگونه شتابزدگي و سطحي‌نگري:**

يکي از شروط مهم موفقيت رسانه ملي در ايفاي رسالت و مسئوليتي که در زمينه تغيير جمعيتي نظام جمهوري برعهده دارد، اقدام همراه با تدبير، دورانديشي و ميانه‌روي و پرهيز از هرگونه شتابزدگي، سطحي‌نگري و روش‌هاي تبليغي رسانه‌اي مبتني بر تکرار و تهاجم است. موضوع افزايش جمعيت، کاملاً به موضوع تغيير سبک زندگي مردم وابسته است. به همين دليل، براي تحقق آن ابتدا بايد به اقناع اقشار گوناگون جامعه به ويژه نخبگان، فرهيختگان و اقشار تحصيل‌کرده پرداخت. از این رو، هرگونه شتابزدگي، سطحي‌نگري و اقدام‌هاي صرفاً شعاري، رسانه ملي را از ايفاي رسالت و مسئوليت واقعی خود ناکام گذاشته و پیام های رسانه را خنثی می کند.

بنابراين، رسانه ملي بايد با برنامه‌اي دقيق و حساب شده و با شيبي منطقي و ملايم موضوع ضرورت افزايش جمعيت را در دستور کار خود قرار دهد و تلاش می کند تا به تدريج اقشار گوناگون جامعه را با سياست جديد جمعيتي نظام جمهوري اسلامي همراه و هم‌آوا سازد.

**نتيجه‌گيري**  
کاهش شديد و نگران کننده روند رشد جمعيت کشور در سال هاي اخير، بيش از آنکه ناشي از برخي سياست ها و اقدام هاي اجرايي دستگاه هاي دولتي باشد، ناشي از تحولات ساختاري گسترده جامعه ايران، تغيير سبک زندگي مردم و تسلط گفتمان فردگرايانه و مصرف‌گرايانه بر جامعه ما بوده است. البته که برخي سياست هاي غيرمستقيم جمعيتي که در دو دهه گذشته با هدف کاهش سطح باروري زنان در کشور در پيش گرفته شد؛ مانند «افزايش ضريب پوشش تحصيلي دختران لازم التعليم» و ««افزايش زمينه هاي مشارکت زنان در امور اقتصادي ـ اجتماعي جامعه» در تغيير سبک زندگي در ايران و شکل گرفتن کاهش باروری بی تاثیر نبوده است به همين دليل، براي تحقق سياست جديد جمعيتي نظام جمهوري اسلامي و افزايش روند رشد جمعيت کشور، به جاي دل بستن به برخي اقدام هاي مقطعي، سطحي و کم‌تأثير همچون دادن سکه يا افزايش مدت مرخصي زايمان بايد در پي اصلاح تدريجي سبک زندگي مردم و تغيير گفتمان شکل گرفته در جامعه بود.

بي ترديد، براي محقق شدن اين امر، بايد از همه ظرفيت ها و توانمندي هاي سازمان ها و نهادهاي فرهنگ ساز جامعه استفاده کرد. در اين ميان، رسانه ملي به دليل نقش مهم و بي بديلي که در مديريت و هدايت فرهنگ و افکار عمومي جامعه دارد و به دليل گستردگي دامنه نفوذ و تأثيرگذاري آن از اهميت ويژه اي برخوردار است. رسانه ملي براي ايفاي شايسته وظيفه و مسئوليت خود در موضوع، بايد پيام هاي خود را به گونه اي مهندسي کند که بتواند در سه سطح شناختي (اعتقادي)، عاطفي (هيجاني) و رفتاري بر مخاطبان خود اثر بگذارد و آن‌ها را با سياست  جديد جمعيتي نظام اسلامي همراه و هم آوا سازد. مهم ترين راهبردهايي که رسانه ملي در اين زمينه بايد در پيش گيرد، عبارتند از:

1. گفتمان سازي در زمينه ضرورت افزايش زاد و ولد؛
2. ايجاد زمينه هاي لازم براي تحکيم خانواده ها؛
3. زمينه سازي براي تسهيل شرايط ازدواج؛
4. اصلاح بينش، نگرش و رفتار خانواده ها در زمينه فرزندآوري؛
5. ترويج فرهنگ اعتماد و خوش بيني به خداوند؛
6. اصلاح برداشت هاي نادرست درباره نقش «مادري» و «همسري» زنان؛
7. الگوسازي از خانواده هاي موفق پرجمعيت؛
8. اصلاح نگرش زنان و دختران درباره بدن و زيبايي خود؛
9. افشاي طرح هاي نظام سلطه براي کاهش جمعيت جهان؛
10. افشاي طرح هاي نظام سلطه براي کاهش جمعيت جهان؛

امید است رسانه ملی بتواند با در پیش گرفتن راهبرد ها و سیاست ها، رسالت و مسئولیت سنگین خود در زمینه تغییر گفتمان ویژه ای که در دو دهه گذشته در جامعه ما، درباره زاد و ولد شکل گرفته است، اصلاح و زمینه های فرهنگی لازم را برای تحقق سیاست جدید جمعیتی نظام اسلامی فراهم کند.

**منابع مربوط به مقاله رسانه ملی:**

اسنایدر، مایکل، « از هفت میلیارد به پانصد میلیون نفر: دستور کار نخبگان جهانی برای کنترل جمعیت» (اسفند 1390)، ساحت غرب ، سال نهم، ش 103.

امانی، سید مهدی (1388)، جمعیت شناسی عمومی ایران، چ چهارم ، تهران، سمت.

برگر، روبین ، «تصویر اندام و زیبایی در رسانه» (آبان 1390)، سات غرب، سال نهم ، ش 99.

تقوی، نعمت الله (1378)، مبانی جمعیت شناسی، چ چهارم، تهران ، جامعه پژوه و دانیال.

«خطر افزایش تجرد قطعی در جامعه»ف در: پایگاه اطلاع رسانی خبرگزاری دانشجویان ایران(ایسنا): isna.ir

دارابی، سعدالله و دیگران، «پیامدهای اقتصادی- اجتماعی سالخوردگی جمعیت در ایران (1330-1430)»(دی 1391)، کتاب ماه اجتماعی، سال شانزدهم، ش 58.

دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی(1391)، نقشه مهندسی فرهنگی کشور، تحلیل کلان وضعیت فرهنگی کشور، بخش چهارم (وضعیت جمعیت ایران: گذشته ، حال، آینده).

دموس، نانسی لی (1387)، دروغ هایی که زنان باور می کنند و حقایقی که آنها را آزاد می سازد، ترجمه و تلخیص پریسا پورعلمداری ، قم، معارف.

رفیع پور ، فرامرز(1380)، توسعه و تصاد: کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، چ پنجم ف تهران ، شرکت سهامی انتشار.

سخنرانی مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان و کارگزاران نظام 3/5/1391 ، در: Khamenei.ir

شفیعی سروستانی، ابراهیم(1390)، رسانه ملی؛ زن و خانواده، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

(1391)، رسانه ملی و تغییر سیاست ها ، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

شفیعی سروستانی، اسماعیل،«مجامع مخفی (خرداد1391)،موعود، سال شانزدهم ، ش 136.

«ضرورت بازنگری در ساست های جمعیتی کشور»، میزگرد تخصصی با حضور دکتر سید رضا معینی و طه نوراللهی (دی 1391)، کتاب ماه علوم اجتماعی، سال شانزدهم ، ش 58.

طلعتی ، محمد هادی «تاثیر آموزه ها و فتاوای شعی در رشد و کنترل جمعیت» (زمستان 1384)، شیعه شناسی ، سال سوم ، ش 12.

کلینی ، محمد بن یعقوب (1365)، الکافی ، چ چهارم ، تهران، دارالکتب الاسلامیه.

کولمن، جان(1380)، کمیته 300 کانون توطئه های جهانیريال ترجمه ی یحیی شمس ، چ هشتم ، تهران ، فیروزه.

کیث، جیم، «بمب جمعیت»، ترجمعه ی فاطمه شفیعی سروستانی(مهر 1388)، موعود، سال چهاردهم، ش 104.

گوانزالز، سرواندو، «میلیارد ها در خدمت نسل کشی» (خرداد 1390)، سیاحت غرب ، سال هشتم ، ش 94.

لاوین، هوارد و استفان اچ. واگنر، «نگاهی به تاثیرات روانی و اجتماعی نمایش زنان در تبلیغات تلویزیونی» (بهمن 1387)، سیاحت غرب، سال ششم، ش 67.

مجموعه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگیدر: پایگاه اطلاع رسانی شورای عالی انقلاب فرهنگی: [www.iranculture.org](http://www.iranculture.org)

مغربی، نعمان بن محمد(بی تا)، دعائم الاسلام، قم ، موسسه آل البیت.