

نخستین

ایران جوانان بهمان



ستاد خانواده و جمعیت
سازمان تبلیغات اسلامی

مهروری
تلاش‌های
ستاد جمعیت و
خانواده سازمان
تبلیغات اسلامی
در سال

۳۵۴۱



۱۳۶۰

روز تبلیغات

تازه‌وارد

تهیه کننده: محمد جواد موحد | کارگردان: حسن حبیب زاده

این داستان: بازنده

بازیگران: سونیا سنجرى . شکوفه عزیزی . نگین فیروز منش . هادی شیخ الاسلامی . فرزانه وهاب
شکوفه جعفری . ساناز جلالی . بهار صبوریان . شقایق خسروی . هما شهیدی زاده . با حضور افتخاری بیژن خراسانی

نویسندگان: حسن حبیب زاده . نازنین چیت ساز . براساس طرحی از : محسن جهانی . مجری طرح : محمدگودرزی . مدیر فیلمبرداری: علی رنجبر . دستیار اول کارگردان و مدیر برنامه ریزی: محمد رحمانیان
مدیر صداپردازی: محمدرضا مرتضائی . تدوین: حسن حبیب زاده . طراح و ترکیب صدا: احسان افشاریان . موسیقی: امید روشن بین . خواننده تیتراژ: حسین حقیقی . مدیر تولید: افشین رونقی
طراح چهره پردازی: هادی لطفی طراح صحنه و لباس: حسین حاجی ابراهیمی . اصلاح رنگ و نور: بهیجی محمدعلی . جلوه های ویژه رایانه ای: محمد رمه چی . گرافیک و پوستر: محمد مهرجو . منشی صحنه: نازنین اعتماد
عکاس پشت صحنه: عرفان مرادی اسلامی . مشاور رسانه ای: حامد معالی مهریانی . روابط عمومی: سپیده شریعت . مستند پشت صحنه: کمیل ارجمندی . مدیر تدارکات: بهرام دانایی



@mehrho

هشدار! داریم پیر می شویم

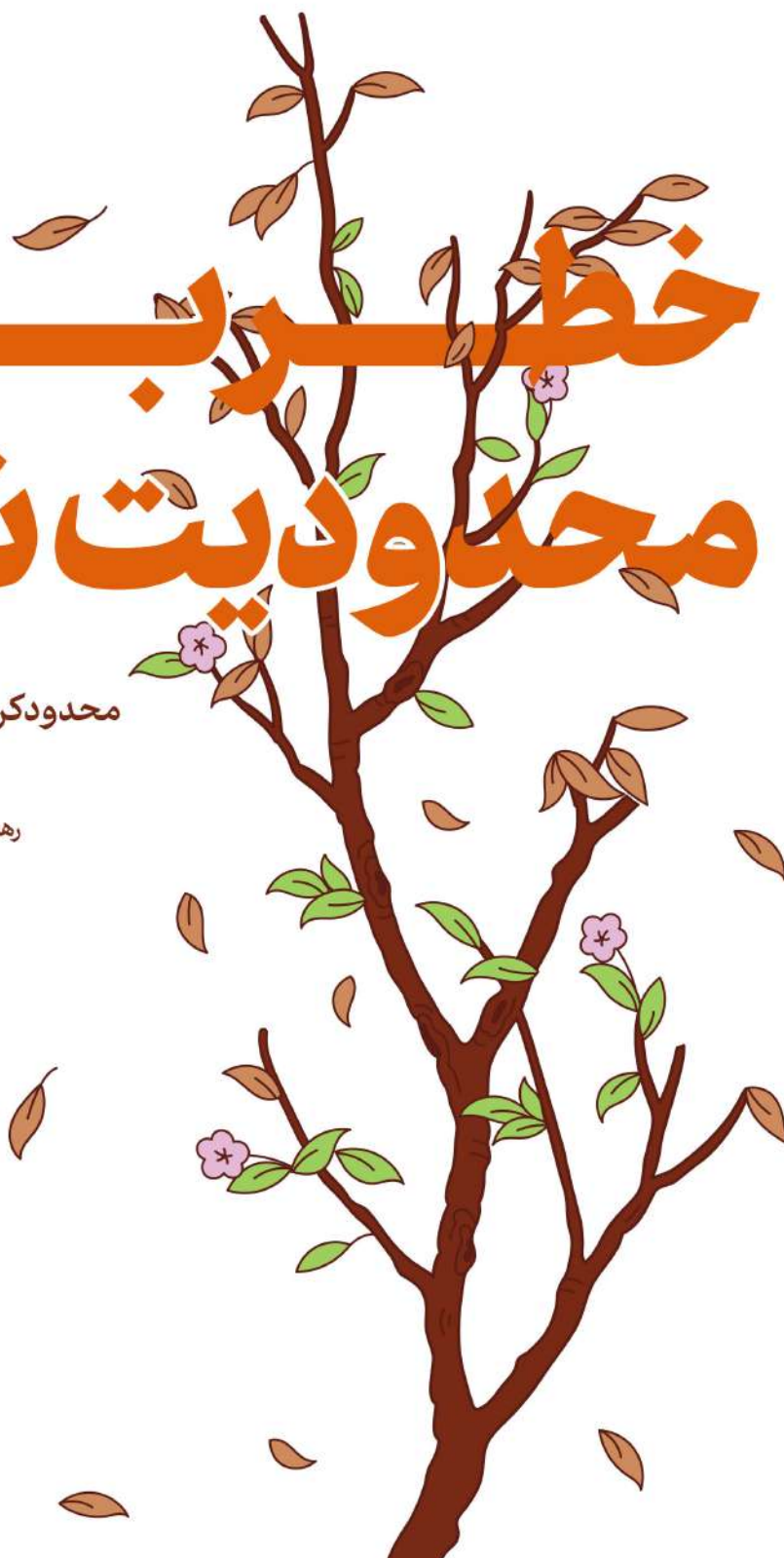
دیوارنگاره ها هنوز کلی حرف دارند برای گفتن. از صدها هزار عابری که روزانه از مقابل شان عبور می کنند تا میلیون ها نفری که در رسانه ها و شبکه های اجتماعی چشم به آن می دوزند. دیوارنگاره میدان انقلاب - بزرگترین دیوارنگاره ی کشور - نیز با این طرح به مسأله جمعیت و خطر پیری ایران عزیز ما پرداخت؛ یکی از تلاش های خانواده نهضت تبلیغ اسلام ناب با این موضوع.



خطر بزرگ محدودیت نسل

محدود کردن نسل، برای کشور ما
یک خطر بزرگ است.

رهبرانقلاب اسلامی | ۱۳۹۹/۰۴/۲۲

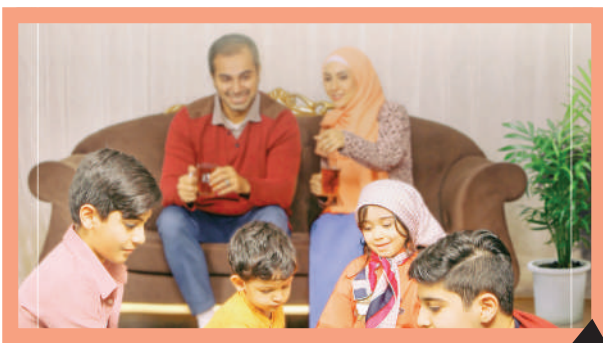




چرا جوانی جمعیت اهمیت دارد؟

۶

پیرنشوایران!



نگاهی به افت و خیز جمعیت ایران از گذشته تا امروز

۸

جوانی کجایی



۱۲ بررسی رفع موانع در فرزندآوری برای جلوگیری از کاهش جمعیت

فرار از تله

مسئله جمعیت و تعداد نفوس امت اسلام در لایه تمدنی انقلاب اسلامی تعریف می شود

۴۴

همه باید احساس مسئولیت کنند



بسم الله الرحمن الرحيم

نگاه

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

صاحب امتیاز: سازمان تبلیغات اسلامی

جانشین مدیر مسئول: امین رضا لطفعلی زاده

سر دبیر: علی مرادخانی

دبیر تحریریه: علی عمادی

تحریریه: هدی سادات پاک نهاد، عطیه طالب پور

عطیه کشاورز، فاطمه یزدانی خرم، نیلوفر افسانه

زینب آزاد و مجید معافی

باسپاس از: محمد علی سعادت فیینی، حمید و کیلی و محدثه نعمتی

طراح گرافیک و صفحه آرا: علیرضا بهرامی

اصلاح عکس: محمد قاسمی

مدیر اجرایی: محمد عبدالهادی

گروه اجرایی: رسول اسماعیلی، حانیه درخشان

مآدنه جلیلی، شهاب بیر جندی و علی کوهساری نصیرلو

باتشکر از: ستاد جمعیت و خانواده سازمان تبلیغات اسلامی

حجت الاسلام رضا عزت زمانی و

حجت الاسلام محمد صادق ابوترابی

باتقدیر از همراهی: حجت الاسلام محمد قمی

حجت الاسلام روح الله حریرزای و محمد مهدی دادمان

تلاشی از روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی

نشانی: تهران میدان فلسطین، سازمان تبلیغات اسلامی

شماره تماس: ۶۶۴۶۸۴۴۰



مارا در شبکه های اجتماعی دنبال کنید

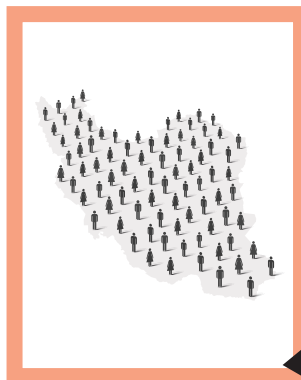
@sazmantablighaat



علی پڑهان، استاد
جمعیت شناسی
نسبت به سالمندی جامعه
ایرانی هشدار می دهد

برخورد نزدیک با پیری

۱۸



چند سناریو برای تخمین جمعیت
ایران در افق ۱۴۳۰

تصویرهای احتمالی از آینده

۲۰



مروری بر بیم و امیدهای
دستگاه های قانونگذار کشور
درباره جمعیت و فرزندآوری

سیاست های سینوسی

۲۴



اعظم آهنگر، استاد جامعه شناسی
دانشگاه تهران
از راهکارهای مقابله با بحران
سالمندی در کشور گفت

اعتماد به مردم

۲۸



کشورهای مختلف چه
راهکارهایی
برای فرزندآوری اندیشیده اند؟

در بدر جمعیت

۳۰



بررسی قانون جوانی جمعیت از نگاه
صالح قاسمی
پژوهشگر و کارشناس تحولات جمعیت

ایجادگفتمان جمعیت در کشور

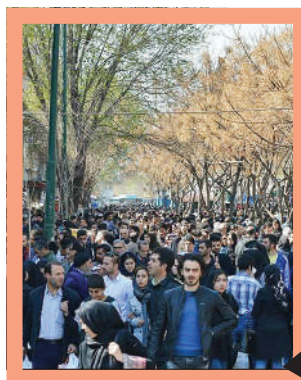
۳۴



وظایف سازمان تبلیغات
اسلامی در قانون جوانی
جمعیت

تکالیف قانونی

۴۶



ابلاغ سیاست های کلی جمعیت

۴۲



حجت‌الاسلام محمد قمی
رئیس سازمان تبلیغات اسلامی
در مراسم رونمایی از
مستند «لابیرنت»

**تقبیح سقط
درسبد
اولویت‌های جوانی**

۶۱



مروری بر نقطه نظرات
دکتر سید ابراهیم رئیسی،
رئیس‌جمهور فقید در مراسم
اهدای جایزه ملی جوانی
جمعیت

**آخرین یادگار
شهید خدمت**

۷۴



گفت‌وگو با حجت‌الاسلام
محمدصادق ابوترابی
دبیر ستاد خانواده و جمعیت
سازمان تبلیغات اسلامی

**«امید آینده»
شعار نیست،
اعتقاد ماست**

۵۳



آشنایی با نقطه نظرات
حجت‌الاسلام رضا عزت‌زمانی،
مسئول ستاد فرهنگی خانواده و
جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

**فرهنگ‌سازی،
اصلی‌ترین مسئله
جمعیت**

۵۰



مروری بر عملکرد خانواده
بزرگ سازمان تبلیغات اسلامی
در آموزش صیانت از خانواده و
جوانی جمعیت

**کلاسی به
وسعت ایران**

۶۶



نگاهی به چند برنامه جمعی خانواده
بزرگ سازمان تبلیغات اسلامی درباره
صیانت از خانواده

**چشم و چراغ
خانه‌ها**

۷۲



گزارشی از عملکرد سازمان
تبلیغات اسلامی در اجرای
تبصره ماده ۳۷ قانون جوانی
جمعیت

**تورا
می‌جویم**

۸۴



انتشار جامع‌ترین
نشریه الکترونیکی کشور
درباره جمعیت

امید آینده

۶۴

فرزندآوری

جهاد تبیین امروز



۱ از هر جهت که بنگریم مسئله اول امروز ایران، خانواده است. امروز عمق و طول نبرد، عرصه و میدان مبارزه به خانواده رسیده، که زیباترین و فطری‌ترین موضوع عالم است. عمده فعالیت دشمنان قسم خورده این آب و خاک در کم‌سو کردن نور امید در دل این مردم و تزلزل در رکن رکن این جامعه، یعنی خانواده خلاصه می‌شود. در مقابل، باید همگی دست به دست هم دهیم و همه توان را در هر فعالیتی به سمتی تمرکز ببخشیم که مجموع آنها موجب قوام، تکریم و استحکام خانواده ایرانی شود.

۲ قطعاً نگاه ژرف و دقیق به مسئله ایجاد شبهات در فرزندآوری و بی‌فروغ کردن مزایای خانواده پر جمعیت، ابعاد بسیار عمیقی را در این حوزه روشن می‌کند، اما نزاع در این عرصه آنچنان عیان است که حتی با یک بررسی معمولی میزان تهاجم دشمن به خانواده مشخص می‌شود. مسئله جمعیت، عمق استراتژیک نظام جمهوری اسلامی است و حملات دشمن به فرهنگ فرزندآوری و جمعیت، را باید در زمره آسیب زدن به لایه‌های عمیق جمهوری اسلامی ایران ارزیابی کرد.

۳ امروز یکی از مهم‌ترین مصادیق جهاد تبیین، روشننگری جامعه درباره خطرات تحدید نسل است. دشمن برای آن که بتواند ایران اسلامی را شکست دهد، چندان به بمب و موشک خود تکیه نمی‌کند، بلکه حساب ویژه‌ای بر انقطاع فرهنگی جامعه امروز ایران از دیروز پرافتخار و ناامیدی از فردا، باز کرده است و برای تحقق این هدف، با تمام ابزار فرهنگی خود می‌کوشد تا مانع تداوم حرکت این ملت از طریق تضعیف جبهه خانواده و کاهش قدرت آن شود؛ این خصوصیت نیاز به تبیین دارد.

۴ تحدید نسل یک مخاطره است و باید نگران آینده‌ای بود که اکثریت مردم جامعه سالمند باشند. این موضوع را باید برای نخبگان و چهره‌های فرهنگی و دانشگاهیان و طلاب و مؤثران تبیین کرد اما باید با مردم نه با

ادبیات جمعیت، بلکه با لسان لین عطوفت صحبت داشت و یادآوری کرد که فرزندآوری چقدر زیباست و خانواده پر جمعیت چه جذابیت‌هایی دارد؛ این که تعداد فرزندان بیشتر، می‌تواند نور امید به جامعه بتاباند و ظرافت و شادابی افزون‌تری برای همگان رقم بزند. این یادآوری هم مصداق جهاد تبیین خواهد بود.

۵ بهترین راه برای برون‌رفت از بحران جمعیت، آن است که با خود مردم این نگرانی را مطرح کرد. باید با مردم صحبت کنیم؛ باید در مورد فواید فرزندآوری و وجود نشاط و شادابی در خانواده پر جمعیت با مردم حرف بزنیم و تکرار کنیم که چنین خانواده‌ای جذاب‌تر، پررونق‌تر و معنادارتر است و اگر رشدی از خانواده و جامعه انتظار می‌رود باید آن را در سایه تعداد بیشتر و جمعیت فزون‌تر یافت. بهترین اقدام برای دلسوزانی که روی پنجه خود ایستاده‌اند و دو قدم جلوتر و فردا را می‌بینند آن است که آینده را امروز مقابل دیدگان همگان بیاورند که این نیز از مهم‌ترین خیرها و خوبی‌ها و از پربرکت‌ترین اشکال جهاد تبیین است.



چرا جوانی جمعیت اهمیت دارد؟



پیرنشوایران!



قدیمی‌ها وقتی می‌خواستند دعای خیر کنند، می‌گفتند: «الهی پیر بشی!» این پیر شدن چنین معنا داشت که از خدای خواستند آن که در حقش دعا کرده‌اند، دچار جوانمردی نشود؛ طبیعی عمر کند و از مواهب حیات بخوبی بهره‌برد. در زندگی افراد، گریزی از پیری نیست. اگر خدای عمری به هرکدام از ما دهد، با افزایش سن، بسیاری از توانایی‌هایمان را می‌گیرد؛ خداوند در آیه ۶۸ سوره یس می‌فرماید: «و کسی را که عمر طولانی دهیم، او را در آفرینش روبه ضعف و ناتوانی می‌بریم، پس آیا [انسان‌ها] نمی‌اندیشند؟» اگرچه سالمندی بخشی از زندگی طبیعی است و نمی‌توان تغییری در آن داد، اما برخلاف روند زندگی فردی، می‌توان جامعه انسانی را جوان نگه داشت و از مواهب جمعیت جوانی بهره‌برد. کهنسالی جمعیت و پیری جمعیت حتی خطراتی

بسیار عمیق‌تر از سالمندی فردی دارد و چنین است که جوامع می‌کوشند با ترفندهای بسیار و متنوع، از تله‌های پیری جمعیت بگریزند و با برنامه‌ریزی، جامعه خود را جوان نگه دارند. کشور مادر طول سده گذشته تغییرات جمعیتی مختلفی را تجربه کرده است؛ روزگاری جمعیت بی‌محابا روبه فزونی داشت و اکنون بیش از اندازه روبه نقصان گذاشته است. این که چه وضعیتی داشته‌ایم و اکنون کجای کاریم نیاز به بررسی دارد. نخستین بار رهبر معظم انقلاب بود که خطر پیری جمعیت را یادآور شد و پس از ایشان کارشناسان، متفق القول آن را تایید کردند. حالا متغیرهای دخیل در این روند خطرناک، هرکدام جای بررسی و دقت دارند و لازم است در کلان سیاست‌ها و زندگی فردی، هریک از این‌ها به‌طور پیش‌برود که کشور را از این خطر قریب الوقوع دور سازد. در صفحات پیش رو، با سند آمار و اعداد، ضمن بررسی گذشته، به ارقام پیش‌نگرانه توجه می‌شود و در گفت‌وگو با کارشناسان به نقد گذشته می‌رویم تا شاید چراغ راهی برای آینده شود.



می‌توان جامعه انسانی را جوان نگه داشت. پیری جمعیت خطراتی بسیار عمیق‌تر از سالمندی فردی دارد و چنین است که جوامع می‌کوشند با ترفندهای بسیار و متنوع، از تله‌های پیری جمعیت بگریزند.

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



پنجره‌ای رو به موهبت

پنجره جمعیتی، یکی از مهم‌ترین مراحل در ساخت سنی یک جمعیت است که با توجه به کارکردهای آن به ویژه از نظر اقتصادی، برخی از اقتصاددانان آن را «موهبت جمعیتی» می‌خوانند. پنجره جمعیتی به عنوان دوره‌ای تعریف می‌شود که در آن نسبت جمعیت زیر ۱۵ سال کمتر از ۳۰ درصد کل جمعیت و نسبت جمعیت ۶۵ سال و بالاتر نیز کمتر از ۱۵ درصد است. در چنین وضعیتی عمده جمعیت در سن فعالیت اقتصادی قرار دارند و به این ترتیب، شرایط بسیار مساعدی برای رشد و توسعه اقتصادی فراهم می‌شود. برخلاف این روند، پیری جمعیت مشکلات زیادی دارد که می‌توان برخی از پیامدهای آن را به‌طور خلاصه چنین فهرست کرد.



چشم‌انداز آینده

تحولات جمعیتی حکایت از آن دارد که ایران در دهه‌های آتی رشد بسیار سریع جمعیت سالمند را تجربه خواهد کرد. در حال حاضر، سالمندان در ایران بنا به دلایل گوناگون از قبیل کمبود پوشش فراگیر بیمه‌ای، کمبود نیروی انسانی متخصص و متناسب نبودن زیرساخت‌های شهری، معابر، ناوگان حمل و نقل عمومی با شرایط و نیازهای آنها، بدون چتر حمایتی مناسب در نوعی بلاتکلیفی بسر می‌برند و در صورت نگهداری توسط خانواده، فشار ناشی از کمبودها و هزینه‌های بالا بر دوش خانواده‌های نگهداری کننده سنگینی می‌کند. با افزایش سالمندی همه این مشکلات عمیق‌تر خواهند شد و مشکلاتی پیچیده‌تر از امروز گریبان ایران اسلامی را خواهد گرفت.

مشکلات اقتصادی

افزایش سالخوردگان نسبت به جمعیت در سنین کار، صندوق‌های بازنشستگی را با خطر ورشکستگی مواجه می‌کند. در حالی که تعداد افرادی که حق بیمه پرداخت می‌کنند، کم می‌شود با نسبتی بزرگتر، تعداد افرادی که مستمري دریافت می‌کنند بیشتر می‌شود.

مشکلات درمانی

عمده هزینه‌های سالخوردگی جمعیت، متوجه بخش درمان است. با افزایش سن، افراد مبتلا به انواع بیماری‌ها می‌شوند که هزینه‌های سرسام‌آوری به سیستم بیمه وارد می‌کند. در یک جامعه سالخورده بجای آن که درآمدهای دولت صرف آموزش شود، برای درمان هزینه خواهد شد.

مشکلات اجتماعی

افزایش سن موجب محافظه‌کاری می‌شود. یک جامعه پیر در مقابل پیشامدها قدرت ریسک نداشته و از سوی دیگر چنین جامعه‌ای فاقد خلاقیت و پیشرفت است. ضمن آن که سالمندان انتظارات و توقع‌های خاصی پیدا می‌کنند که ولو با حفظ قدرت اقتصادی، جامعه از پس برآورده کردن این توقعات برنمی‌آید.

مشکلات نیروی کار

با کاهش تعداد مولید و کوچک شدن خانواده‌ها، با افزایش پیری جمعیت، از شمار مالیات‌دهندگان کاسته شده و افزایش مصرف کنندگان مالیات موجب می‌شود تولید ناخالص داخلی کم شود. این موضوع موجب کاهش صادرات محصولات صنعتی، افزایش واردات و زیاد شدن بدهی‌های خارجی می‌شود.

مشکلات حمایتی

سالخوردگان در سنین بالا نیاز به حمایت و گاه به مراقبت دائم دارند. در حال حاضر که برخی پدر و مادرها ۳ یا ۴ فرزند دارند، به سختی از سوی بچه‌ها حمایت می‌شوند، چه رسد به آن که فقط یک بچه بخواهد هم به فعالیت اجتماعی بپردازد و هم از والدین خود مراقبت کند.

مشکلات امنیتی

اگرچه با پیشرفت فناوری، تجهیزات نظامی جای نیروی انسانی را پر کرده‌اند اما همچنان قدرت ملی وابسته به نیروی جوان است و پیری جمعیت تهدیدی جدی برای امنیت کشور محسوب می‌شود. تصور کنیم در دوره ۸ سال دفاع مقدس جمعیت ایران جوان نبود...

نگاهی به افت و خیز جمعیت ایران از گذشته تا امروز



جوانی کجایی

این روزها رسانه‌های پیش از پیش در باره خطرات پیری و کمبود جمعیت در آینده هشدار می‌دهند. این در حالی است که دو دهه پیش از زیادی جمعیت کشور سخن گفته می‌شد. نگاه به آمارها می‌تواند روشن‌گر باشد. واقعیت آن است که در نیم قرن اخیر رشد جمعیت کشور با افت و خیزهایی روبه‌رو بوده است؛ گاهی اوقات اوج گرفته و گاهی بیش از حد پایین آمده است. برای آن که وضعیت فعلی را بهتر درک کنیم و برای آینده چشم‌انداز بهتری بسازیم، لازم است تا با اعداد جمعیت و تغییرات آنها آشنا شویم؛ آنچه در پی می‌آید، مروری بر آمارهای رسمی از جمعیت ایران و اعداد وابسته به آن است.

جمعیت ایران پیش از سرشماری

روزگاری که قلمروی ایران، نیمی از جهان بود می‌گفتند ۵۰ میلیون نفر جمعیت داشته اما حالا چند هزار سال گذشته و همه چیز غیر از نام ایران تغییر کرده است. در نظام مبتنی بر کشاورزی، به ازای هر ۲ دست، یک دهان وجود دارد، پس هر چه تعداد افراد خانواده بیشتر باشد، نتیجه و محصول بهتر خواهد بود. با این حال سطح بهداشت پایین، شیوع بیماری‌های فراگیر، قحطی و جنگ موجب می‌شد جمعیت در یک حد ثابت باقی بماند و در بازه‌های بلند، تغییرات چشمگیری نداشته باشد. دسترسی به اطلاعات دقیق و معتبر در باره پیشینه تاریخی جمعیت ایران کاری بسیار مشکل و در مواردی غیر ممکن است. مطالعه اسناد و مدارک تاریخی نشان می‌دهد تا سال ۱۳۳۵ هجری شمسی که اولین سرشماری عمومی نفوس انجام شد، اطلاع دقیقی از جمعیت ایران وجود ندارد. برخی منابع، جمعیت ایران در ابتدای قرن گذشته شمسی را ۱۰ میلیون نفر برآورد کرده‌اند.

جمعیت ایران از ۱۳۳۵ تا ۱۳۹۵

جمعیت ایران، در نخستین سرشماری که سال ۱۳۳۵ انجام شد حدود ۱۹ میلیون نفر و در آخرین سرشماری که سال ۱۳۹۵ بود، حدود ۸۰ میلیون نفر شمارش شد. بنابراین از اولین تا آخرین سرشماری حدود ۶۱ میلیون نفر به جمعیت کشور اضافه گردید. به عبارتی در مدت ۶۰ سال جمعیت ایران ۴/۲ برابر شد. جمعیت ایران تا نیمه دوم سال ۱۴۰۳ را حدود ۸۵ میلیون و ۸۹۰ هزار نفر اعلام کردند.

“

در سال ۱۳۶۵ بعد خانوار ایرانی ۵.۱۱ بود؛ یعنی اغلب خانواده‌ها بیش از ۳ فرزند داشتند اما این عدد در سال ۱۳۹۵ به ۳.۳ رسید که نشان می‌داد حتی تعداد خانواده‌های دارای ۲ فرزند نیز نسبت به قبل کمتر شده است



در نیم قرن اخیر رشد جمعیت کشور با افت و خیزهایی روبه‌رو بوده است؛ گاهی اوقات اوج گرفته و گاهی بیش از حد پایین آمده است. برای آن که وضعیت فعلی را بهتر درک کنیم و برای آینده چشم‌انداز بهتری بسازیم، لازم است تا با اعداد جمعیت و تغییرات آنها آشنا شویم.

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

سال	جمعیت (نفر)	متوسط رشد سالانه (درصد)	بعد خانوار
۱۳۳۵	۱۸۹۵۴۷۰۴		
۱۳۴۵	۲۵۷۸۸۷۲۲	۳/۱۳	
۱۳۵۵	۳۳۷۰۸۷۴۴	۲/۷۱	۵.۰۲
۱۳۶۵	۴۹۴۴۵۰۱۰	۳/۹۱	۵.۱۱
۱۳۷۵	۶۰۰۵۵۴۸۸	۱/۹۶	۴۸.۴
۱۳۸۵	۷۰۴۹۵۷۸۲	۱/۶۲	۴۰.۳
۱۳۹۰	۷۵۱۴۹۶۶۹	۱/۲۹	۳.۵۵
۱۳۹۵	۷۹۹۲۶۲۷۰	۱/۲۴	۳.۳

رشد جمعیت

رشد طبیعی جامعه بر مبنای اختلاف مرگ و میر با زاد و ولد محاسبه می‌شود. هر چه این اختلاف بزرگتر باشد، نشان می‌دهد که جمعیت این جامعه با رشد بیشتری همراه است. در زندگی‌های طبیعی پیش از ورود مدرنیته، تقریباً این روند ثابت می‌ماند اما با بهبود وضعیت بهداشت و درمان و کاهش مرگ و میرها این نسبت تغییر کرد. عدد رشد جمعیت مشخص می‌کند که یک جامعه در چه وضعیتی رشد جمعیت قرار دارد. اگر این عدد حدود ۰.۱ درصد باشد، جمعیت تقریباً ثابت می‌ماند اما اگر این عدد بزرگتر باشد، رشد جمعیت آهنگ سریع‌تری بخود می‌گیرد. رشد نزدیک به ۴ درصدی جمعیت ایران در دهه ۶۰ شمسی نشان می‌داد که با انفجار جمعیت مواجه بودیم، طوری که اکنون از هر ۴ ایرانی، یکی متولد دهه ۶۰ است، اما اعداد فعلی اختلاف زیادی با آن زمان دارند. سال گذشته در حالی که متوسط نرخ رشد جمعیت در جهان حدود ۰.۸ درصد برآورد می‌شد؛ نرخ رشد جمعیت در ایران به ۰.۷۱ درصد رسید.

وضعیت رشد جمعیت	عدد رشد جمعیت به درصد
ثابت	۰/۱
ضعیف	۰/۱-۰/۵
متوسط	۰.۵-۱
سریع	۱-۱/۵
بسیار سریع	۱/۵-۲
انفجاری	بیشتر از ۲

همچنین آمار سالانه ولادت و وفات بر اساس داده‌های ثبت احوال از سال ۱۳۳۸ نشان می‌دهد که بیشترین میزان تولد در سال ۱۳۶۵ ثبت شده است که نزدیک به ۳ میلیون نوزاد در آن سال متولد شدند. در سال ۱۳۴۵ که جمعیت ایران حدود ۱۹ میلیون نفر بود، بیش از یک میلیون و ۱۰۰ هزار نوزاد متولد شدند اما در سال ۱۴۰۲ با وجود جمعیت بیش از ۸۵ میلیون نفری، یک میلیون و ۵۷ هزار کودک به دنیا آمدند. این در حالی است که تعداد وفات در سال ۱۳۴۵ حدود ۱۸۰ هزار نفر و در سال ۱۴۰۲ بیش از ۴۴۲ هزار نفر اعلام شد. از سال ۶۵ به بعد روند ولادت‌ها کاهشی شد؛ دقیق‌تر آن که در سال ۱۳۶۶ از تعداد ولادت‌ها ۳۸ درصد، یعنی یک میلیون ۱۲۴ هزار مورد کم شد. این روند کاهشی بافت و خیزهایی ادامه داشت. از سال ۱۳۸۴ این روند تغییر کرد و اندکی افزایشی شد که می‌توان آن را به اعمال سیاست‌های آن دوره و مشوق‌های اقتصادی نسبت داد؛ کما آن که در سال‌های ابتدایی اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها، به طرز محسوسی تعداد ولادت‌ها بیشتر شد. با این حال از سال ۱۳۹۴ به بعد این روند کاهش را نشان می‌دهد. از سوی دیگر کاهش بعد خانوار از سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۹۵ نشان می‌دهد تمایل به فرزندآوری در خانواده‌های ایرانی کم شده است. در سال ۱۳۶۵ بعد خانوار ایرانی ۵.۱۱ بود؛ یعنی اغلب خانواده‌ها بیش از ۳ فرزند داشتند اما این عدد در سال ۱۳۹۵ به ۳.۳ رسید که نشان می‌داد حتی تعداد

خانواده‌های دارای ۲ فرزند نیز نسبت به قبل کمتر شده است. از جمله عوامل تأثیرگذار در کاهش رشد جمعیت در دو دهه اخیر، می‌توان به افزایش سطح سواد و تحصیلات افراد به ویژه زنان، گسترش شهرنشینی، صنعتی شدن امور، افزایش هزینه‌های زندگی، تغییر نگرش و تمایل خانواده‌ها به ویژه زوج‌های جوان در کاهش تعداد فرزندان، افزایش سطح بهداشت، کاهش سطح مرگ و میر به ویژه مرگ و میر نوزادان و در نتیجه بالا رفتن امید به زندگی اشاره کرد که همگی از رهگذر مراحل انتقال جمعیتی در ایران حاصل شده‌اند.



ترکیب سنی جمعیت

سال سرشماری	میانگین سنی	میان سنی
۱۳۳۵	۲۰.۲	۲۰.۲
۱۳۴۵	۱۶.۶	۱۶.۶
۱۳۵۵	۱۷.۴	۱۷.۴
۱۳۶۵	۱۷.۰	۱۷.۰
۱۳۷۵	۲۴.۰	۱۹.۴
۱۳۸۵	۲۸.۰	۲۴.۰
۱۳۹۵	۳۱.۱	۳۰.۰

منظور از ساخت سنی جمعیت یا ترکیب سنی، نحوه پراکندگی جمعیت بر حسب سن است. شاید تصور شود جوامع با تعداد جمعیت مساوی دارای ساخت سنی یکسان هم هستند اما این طور نیست و جوانی یا پیری یک جامعه از همین جا معلوم می‌شود. طرز ساده مقایسه این ترکیب با محاسبات ساده آماری مانند میانگین یا میانۀ قابل دسترس است. درست مانند معدل گیری، اگر سن افراد جامعه را جمع بزنیم و بر تعداد آنها تقسیم کنیم، میانگین سنی جمعیت بدست می‌آید. میانۀ سنی هم عددی است که دقیقاً نصف جامعه از آن عدد سن بیشتری دارند و نصف دیگر از آن جوان تر هستند. در مطالعات جامعه‌شناسی، جمعیتی که میانۀ سنی آن زیر ۲۰ سال باشد جوان، بین ۲۰ تا ۳۰ را میانسال و جمعیتی که میانۀ سنی آن ۳۰ سال به بالا باشد را پیر نامگذاری می‌کنند.

اعداد سرشماری در سال‌های مختلف نشان می‌دهد که تا چه اندازه سرعت پیر شدن جمعیت در ایران خود را بروز می‌دهد؛ طوری که در فاصله ۱۰ سال بین ۸۵ تا ۹۵ حدود ۶ سال به میانۀ جمعیت و بیش از ۳ سال بر میانگین جمعیت افزوده شده است.

ترکیب سنی جمعیت در سرشماری‌های مختلف

سرشماری / گروه سنی	۱۴-۰ سال	۱۵-۲۹ سال	۳۰-۴۴ سال	۴۵-۵۹ سال	۶۰ سال به بالا
۱۳۳۵	۷,۹۹۳,۱۵۶	۴,۴۳۵,۵۰۴	۳,۳۳۳,۸۱۴	۲,۰۰۱,۱۸۷	۱,۱۸۳,۹۸۰
۱۳۴۵	۱۱,۸۸۷,۰۰۶	۵,۶۰۲,۴۴۴	۴,۵۴۴,۴۱۵	۲,۰۷۰,۸۵۲	۱,۶۸۴,۰۰۵
۱۳۵۵	۱۵,۰۰۹,۳۶۳	۸,۵۰۴,۰۶۵	۵,۰۰۲,۳۰۱	۳,۴۲۲,۴۰۱	۱,۷۷۰,۶۱۴
۱۳۶۵	۲۲,۴۷۴,۰۱۷	۱۳,۰۳۸,۲۲۳	۶,۷۰۰,۵۴۵	۴,۵۲۲,۱۶۲	۲,۶۸۶,۳۵۰
۱۳۷۰	۲۴,۷۳۲,۸۷۴	۱۴,۸۶۱,۴۴۱	۸,۴۰۸,۳۶۶	۴,۵۹۱,۵۳۴	۳,۱۹۳,۵۸۳
۱۳۷۵	۲۳,۷۲۵,۵۴۵	۱۷,۰۴۶,۶۸۳	۱۰,۳۶۳,۹۳۱	۴,۹۰۸,۸۴۶	۳,۹۷۸,۱۲۷
۱۳۸۵	۱۷,۶۸۱,۶۲۹	۲۴,۹۶۳,۱۳۵	۱۴,۵۶۳,۸۱۳	۸,۱۶۶,۱۶۲	۵,۱۲۱,۰۴۳
۱۳۹۰	۱۷,۵۶۱,۷۷۸	۲۳,۶۹۴,۱۹۴	۱۷,۴۴۹,۶۹۱	۱۰,۲۳۸,۰۰۸	۶,۱۵۹,۶۷۶
۱۳۹۵	۱۹,۱۹۲,۶۶۵	۲۰,۰۵۳,۰۰۹	۲۱,۱۵۶,۸۱۸	۱۲,۱۰۹,۶۸۷	۷,۴۱۴,۰۹۱

۴۰ درصد یا شاخص ورتهایم است. این جمعیت‌شناس هلندی با مطالعات خود در اندونزی به این نتیجه رسید حداقل ۴۰ درصد جمعیت کشورهای توسعه نیافته در سنین کمتر از ۱۵ سال قرار دارند. با این شاخص، انواع ساخت‌های سنی به این صورت تقسیم می‌شوند:

۱ ساخت سنی جوان: حداقل ۴۰ درصد از کل جمعیت کمتر

براساس آخرین آمار اعلام شده حدود ۲۴ درصد از جمعیت کشور را کودکان و نوجوانان زیر ۱۵ سال تشکیل می‌دهند، ۲۵ درصد از جمعیت کشور شامل جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله و ۴۴ درصد میان سال ۷ و درصد مابقی هم سالمندان بالای ۶۵ سال هستند که این نشان می‌دهد ساختار غالب جمعیتی کشورمان را ساختار میان سالی تشکیل می‌دهد.

یک شاخص دیگر برای تعیین جوانی

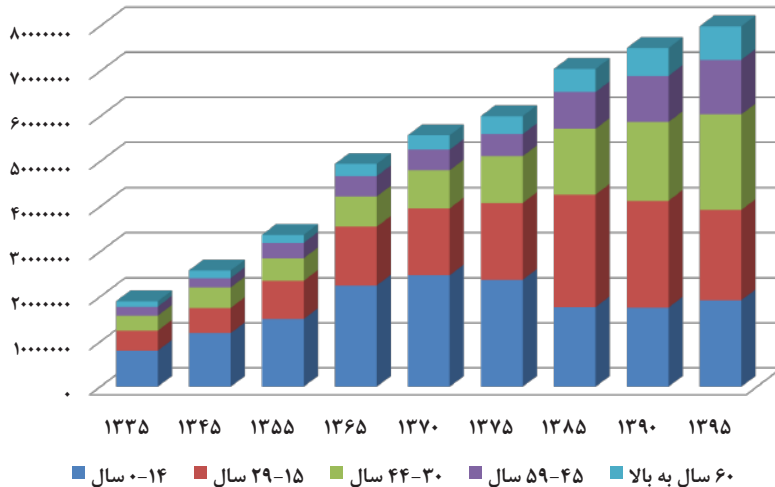
برای سنجش میزان جوانی جمعیت از چند شاخص جهانی استفاده می‌شود که یکی از آنها شاخص



حدود ۲۴ درصد از جمعیت کشور را کودکان و نوجوانان زیر ۱۵ سال تشکیل می‌دهند، ۲۵ درصد از جمعیت کشور شامل جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله و ۴۴ درصد میان سال و ۷ درصد مابقی هم سالمندان بالای ۶۵ سال هستند که این نشان می‌دهد ساختار غالب جمعیتی کشورمان را ساختار میان سالی تشکیل می‌دهد.

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

ترکیب گروه‌های سنی جمعیت در سرشماری‌های ایران



از ۱۵ سال باشند. میزان باروری در این ساخت جمعیتی جوان بالا و امید به زندگی (عمر متوسط) پایین است به گونه‌ای که تنها ۵ درصد از جمعیت به سن بالای ۶۵ سال می‌رسند.

۲ ساخت سنی میانسال: کشورهایی که سیاست معینی در کاهش باروری اتخاذ کرده‌اند. در این ساخت سنی، از تعداد افراد کمتر از ۱۵ سال به دلیل کاهش باروری کاسته شده و درصد گروه سنی بالای ۶۵ سال به حد جمعیت سالخورده نرسیده است.

۳ ساخت سنی سالخورده: افراد کمتر از ۱۵ سال در این ساخت سنی بین ۱۵ تا ۲۵ درصد را شامل می‌شوند و افراد بالای ۶۵ سال معمولاً ۱۲ درصد از جمعیت را تشکیل می‌دهند.

بر اساس شاخص ورتهایم که از سرشماری‌های میان ۱۳۳۵ تا ۱۳۹۵ احصا شده، از میانه دهه ۸۰ با فاصله زیاد جمعیت به سمت میانسالی رفته و در سال ۱۳۹۵ در محدوده سالخورده‌گی ایستاده است.

نسبت جوانی جمعیت بر اساس شاخص ورتهایم در سرشماری‌های گذشته

سرشماری	۱۳۳۵	۱۳۴۵	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۰	۱۳۷۵	۱۳۸۵	۱۳۹۰	۱۳۹۵
کل کشور	۴۲/۱۷	۴۶/۰۹	۴۴/۵۳	۴۵/۴۵	۴۴/۲۹	۳۹/۵۱	۲۵/۱	۲۳/۴	۲۴
نقاط شهری	۴۰/۲۵	۴۴/۱	۴۰/۹۸	۴۲/۸۳	۴۲/۲۹	۳۷/۵۵	۲۳/۷	۲۲/۳	۲۳
نقاط روستایی	۴۳/۰۶	۴۷/۳	۴۷/۶۸	۴۸/۵۷	۴۶/۹۲	۴۲/۵۸	۲۸/۱	۲۶/۱	۲۶/۹

نسبت وابستگی

نسبت وابستگی، معیار دیگری جمعیت‌شناختی است که نسبت تعداد افراد وابسته به کل جمعیت در سن کار در یک جامعه را نشان می‌دهد. این شاخص، تصویری از ترکیب یک جمعیت در مقایسه با نیروی کار آن جامعه را ترسیم می‌کند و می‌تواند پیامدهای اقتصادی را روشن کند. این نسبت، مجموع افراد زیر ۱۵ سال و بالای ۶۵ سال را نسبت به جمعیت بین ۱۵ تا ۶۴ سال نشان می‌دهد. اقتصاد گروه اول، یعنی بچه‌ها و پیران وابسته به فعالیت گروه دوم است که در سن انجام کار و فعالیت هستند.

بالارفتن نسبت وابستگی، هزینه‌های دولت را بیشتر و درآمدهای مالیاتی‌اش را کمتر می‌کند، هر چند که گروه فعال بین ۱۵ تا ۶۴ سال موظف می‌شوند مالیات بیشتری بپردازند. همچنین افزایش نسبت وابستگی می‌تواند به کاهش تعهدات صندوق‌های بازنشستگی منجر شده یا دولت‌ها را وادار کند سن بازنشستگی را افزایش دهند.

در دهه‌های گذشته با افزایش مولد در کشور، نسبت وابستگی بالا بود اما اکنون به تناسب رسیده است اما تا حدود ۲۰ سال دیگر

سال	نسبت جمعیت زیر ۱۵ سال به کل جمعیت	نسبت جمعیت بیش از ۶۵ سال به کل جمعیت	نسبت وابستگی
۱۳۳۵	۴۲/۲	۴/۰	۸۵/۷
۱۳۴۵	۴۶/۱	۳/۹	۹۹/۸
۱۳۵۵	۴۴/۵	۳/۵	۹۲/۵
۱۳۶۵	۴۵/۵	۳/۰	۹۴/۲
۱۳۷۵	۳۹/۵	۴/۳	۷۸/۱
۱۳۸۵	۲۵/۱	۵/۲	۴۳/۴
۱۳۹۵	۲۴/۰	۶/۱	۴۳/۱

که متولدان دهه ۶۰ به سن بازنشستگی برسند، باوجود کاهش مولد در این سال‌ها، نسبت وابستگی از عدد ۱۰۰ نیز فراتر خواهد رفت.



بررسی رفع موانع در فرزندآوری برای جلوگیری از کاهش جمعیت



فرار از تله

آن گونه که از شواهد برمی‌آید کشورمان خیلی زودتر از آنچه فکرش را بکنیم با کاهش شدید جمعیت روبرو خواهد شد مگر آن که از حالا با برنامه‌ریزی به فکر فردا باشیم تا از این تله جمعیتی عبور کنیم. بخشی از این برنامه‌ریزی به متولیان امر و مسئولان کشور بازمی‌گردد اما عمده تغییر متوجه یکایک افراد جامعه است که با انتخاب‌های خود مانع بروز این وضعیت شوند و با فرزندآوری مانع از بروز یک فاجعه جمعیتی شوند. مطالعات ملی نگرش سنجی ایرانیان در دهه‌های مختلف نشان می‌دهد که جامعه ایرانی بیش از تعداد فرزندانی که دارد، مایل به فرزندآوری است؛ این نکته نشان می‌دهد که موانعی بر سر راه زوجین و خانواده‌ها قرار دارد که مانع از برآورده شدن این تمایل می‌شود. هر زوج یا خانواده می‌تواند دلایلی برای این نوع موانع برشمارد که شاید پررنگ‌ترین آنها مشکلات اقتصادی باشد، با این حال در کلان‌نگری با پدیده موانع پیش‌پای فرزندآوری، می‌توان به چند متغیر مستقیم و چند متغیر غیرمستقیم و مستقل رسید که مجموع این موانع را شامل شود. در ادامه به بررسی این متغیرها پرداخته ایم.



مطالعات نشان می‌دهد که جامعه ایرانی بیش از تعداد فرزندانی که دارد، مایل به فرزندآوری است؛ این نکته نشان می‌دهد که موانعی بر سر راه زوجین و خانواده‌ها قرار دارد که مانع از برآورده شدن این تمایل می‌شود.

دی ماه ۱۴۰۳

۱۲

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

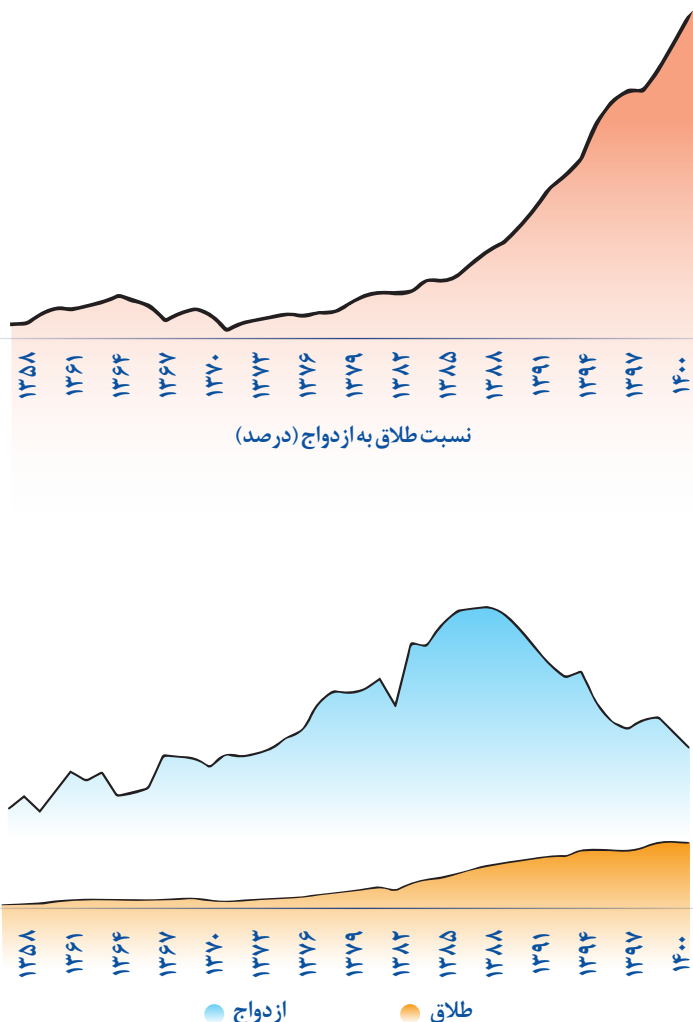
ازدواج و طلاق

برای فرزندآوری، نخستین گام تشکیل خانواده و ثبت آن است. هر چه تعداد ازدواج بیشتر باشد، فرزندآوری شانس بیشتری دارد و هر چه زوج های جوان بیشتر در کنار یکدیگر بمانند می توانند فرزندان بیشتری داشته باشند. روند ازدواج و طلاق در کشور شرایط متفاوتی در دهه های اخیر طی کرده و در حالی که تعداد ازدواج ها تقریباً با شرايطی طبیعی پیش رفته، بر نسبت طلاق افزوده شده است.

در سال های پس از انقلاب به نسبت جمعیت کشور، تقریباً حدود یک درصد، ازدواج رخ داده است. وقتی متولدان دهه ۵۰ و بویژه دهه ۶۰ به سن ازدواج رسیده اند، باتوجه به این که اوج های جمعیت را می ساختند، تعداد ازدواج ها فزونی گرفته است. بیشترین تعداد ازدواج در سال های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ رخ داده که دقیقاً نشان می دهد متولدان دهه ۶۰ با تعداد زیادشان رقم بیش از ۸۹۰ هزار ازدواج در سال را رقم زده اند. با این حال این روند تقریباً یکدست، در سال های اخیر نگران کننده شده است؛ در سال ۱۴۰۲ نه تنها تعداد ازدواج ها نسبت به سال قبل از خود ۹ درصد کمتر شد که به نسبت جمعیت، حدود ۰.۵ درصد ازدواج به ثبت رسیده است که نصف شدن این نسبت را نشان می دهد. برای توضیح بیشتر باید گفت حدود ۴۸۰ هزار ازدواج در سال ۱۴۰۲ در حالی تقریباً با تعداد ازدواج در سال ۱۳۷۵ برابری می کند که جمعیت ایران در سال گذشته نسبت به ۲۷ سال قبل، بیش از ۴۸ درصد افزایش داشته است.

با این وجود بیش از تعداد ازدواج ها، این افزایش طلاق است که نگرانی کارشناسان را در پی داشته؛ در حالی که در سال ۱۳۵۸ به ازای هر ۱۰۰ ازدواج فقط ۷ طلاق صورت می پذیرفت، در سال ۱۴۰۲ به ازای هر ۱۰۰ ازدواج، ۴۲ طلاق به ثبت رسید یعنی نسبت طلاق به ازدواج در طول ۴۴ سال، ۶ برابر افزایش یافته است. همچنین باید توجه داشت که شیب این نسبت تا دهه ۸۰ تقریباً ثابت بوده و پس از آن شتاب بیشتری گرفته اما در دهه ۹۰ آهنگ آن تندتر شده است.

موضوع دیگری که نباید از یاد برد، سن اولین ازدواج است. ازدواج در سنین پایین فرصت باروری را بیشتر می کند افزون بر آن که میزان تجرد قطعی با افزایش سن ازدواج بالا می رود. بررسی الگوی سنی ازدواج در ایران، حکایت از افت و خیزهایی در طی نیم قرن اخیر دارد. بر اساس نتایج سرشماری ها میانگین سن در اولین ازدواج زنان از ۱۸،۴ سال در سال ۱۳۴۵ به ۲۳،۴ سال در سال



۱۳۹۰ افزایش یافته و در سال ۱۳۹۵ اندکی کاهش نشان می دهد. این شاخص در میان زنان از سال ۱۳۴۵ تا ۱۳۹۰ همواره افزایشی بوده و برای نخستین بار در سال ۱۳۹۵ اندکی کاهش مشاهده شد. برای مردان این شاخص در سال ۱۳۴۵ از ۲۶،۵ به ۲۷،۴ سال در سال ۱۳۹۵ رسید. در مردان روند تغییرات میانگین سن در اولین ازدواج برعکس زنان از الگوی معینی پیروی نکرده است.

ترکیب سنی جمعیت در سرشماری های مختلف

سال	۱۳۴۵	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۰	۱۳۷۵	۱۳۸۵	۱۳۹۰	۱۳۹۵
سن مرد (سال)	۲۵،۰	۲۴،۱	۲۳،۸	۲۴،۴	۲۵،۶	۲۵،۶	۲۶،۷	۲۷،۴
سن زن (سال)	۱۸،۴	۱۹،۷	۱۹،۹	۲۰،۹	۲۲،۴	۲۳،۳	۲۳،۴	۲۳،۰

تجرد قطعی

نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ایران در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد هنوز ۱۲ درصد جمعیت ۲۵ ساله و بیشتر ایران هرگز ازدواج نکرده‌اند. این نسبت برای مردان حدود ۱۴ درصد و برای زنان حدود ۱۰ درصد بوده است. در حالی که در دو دهه قبل یعنی در سال ۱۳۷۵ این نسبت برای هر دو جنس ۶.۳ درصد، برای زنان ۵ و برای مردان ۷.۵ درصد بوده است. همچنین آمار نشان می‌دهد در دوره زمانی ۲۰ ساله از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۵ میزان تجرد قطعی برای هر دو جنس با افزایش همراه بوده و افزایش برای زنان به مراتب بیش از مردان بوده است. در هر دو منطقه شهری و روستایی نیز افزایش تجرد قطعی در میان زنان بر مردان پیشی گرفته است. نکته قابل توجه این که در سال ۱۳۹۵ تجرد قطعی زنان روستایی در مقایسه با تجرد قطعی زنان شهری فراتر رفته است.

الگوی ازدواج و زناشویی، همگام با سایر تغییرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع، در گذر زمان، تحولات زیادی را تجربه نموده و اشکال و انواع مختلفی پیدا کرده است. گذار جوامع از مرحله سنتی به مرحله صنعتی و مدرن، منجر به تحولات شگرفی در زندگی اجتماعی بشر شد. از جمله آنها تحولات در وضع زناشویی افراد جامعه بود که در دهه‌های اخیر در دنیا رخ داده است. این تغییرات شامل تحول در شکل و الگوی ازدواج، افزایش سن ازدواج و طولانی‌تر شدن دوره تجرد، شکل‌گیری انواع مختلف خانواده و تغییرات میزان ازدواج و طلاق است. افزایش سن ازدواج جوانان و ادامه روند آن در سال‌های آتی پیامدهای اجتماعی و جمعیتی مختلفی دارد و در حال حاضر از دغدغه‌های برنامه‌ریزان جمعیتی است.

باروری

باروری مهم‌ترین شاخص تأثیرگذار بر رشد جمعیت است که به‌عنوان رفتاری اجتماعی در محیط و شرایط اقتصادی و فرهنگی مختلف به اشکال گوناگون بروز می‌یابد. برای سنجش این شاخص، معمولاً از میزان باروری کل استفاده می‌شود که عبارت است از شمار فرزندان که یک زن در طول دوران باروری خود با توجه به سن باروری (۱۵ تا ۴۹ سال) بدون به شمار آوردن مرگ و میرهای فرزندان به دنیا می‌آورد. میزان باروری کل در مطالعات جمعیت‌شناسی کاربرد فراوانی دارد از جمله این که در پیش‌بینی‌های جمعیتی و تدوین فرضیه‌های باروری و سیاستگذاری‌های جمعیتی به کار می‌رود. کاهش مستمر باروری موجب کاهش تعداد موالید و در نتیجه کاهش تعداد جمعیت در گروه‌های سنی پایین می‌شود.

تغییرات شاخص میزان باروری کل بر حسب دوره‌های پنج‌ساله از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۵ نشان می‌دهد روند باروری کل تا سال ۱۳۹۰ کاهشی بوده و در سال ۱۳۹۵ به‌طور مقطعی افزایش یافته است.

۱۳۹۰-۹۵

۲/۰۱

۱۳۸۶-۹۰

۱/۷۹

۱۳۸۱-۸۵

۱/۸۱

۱۳۷۶-۸۰

۲/۰۹

دوره

باروری کل کشور

● با افزایش سن ازدواج، تعداد فرزندان دلخواه کمتر می‌شود؛ میانگین تعداد فرزندان مورد تقاضای زنان در بین افرادی که در سنین ۲۵ تا ۳۹ سالگی ازدواج کرده‌اند کمتر از کسانی است که در سنین پایین و یا خیلی بالا ازدواج کرده‌اند.

مرگ و میر

مرگ و میر یکی دیگر از عوامل مستقیم در میزان رشد جمعیت است که می‌تواند در ثبات و رشد جمعیت تأثیر بگذارد. در دهه‌های گذشته با افزایش سطح بهداشت عمومی و درمان بیماری‌ها، سالخوردگان عمر طولانی‌تری یافته‌اند. هرچه کشورها توسعه یافته‌تر باشند طول عمر در آنها می‌تواند بیشتر شود؛ این افزایش عمر در پیری و جوانی جمعیت، بصورت مستقیم اثرگذار است.

می‌توان گفت، جوانی جمعیت کشورهای توسعه‌نیافته و برخی کشورهای در حال توسعه در اثر پایین آمدن سطح مرگ و میر و ثابت ماندن نسبی یا تأخیر طولانی در کاهش سطح باروری پیش آمده است. یا برعکس سالخوردگی جمعیت برخی کشورهای توسعه یافته به علت کاهش سطح مرگ و میر و کاهش سطح باروری آن‌ها است. البته باید در نظر داشت که ساختار سنی نیز بر میزان باروری و مرگ و میر تأثیر می‌گذارد. به‌طوری که ساختار سنی جوان باعث باروری بیش‌تر و باروری بیش‌تر، باعث جوان‌تر شدن ساختار سنی جمعیت در سال‌های بعد می‌شود.

متوسط طول عمر یا میانگین عمر یک شاخص آماری است که نشان می‌دهد افراد یک جامعه به‌طور میانگین چقدر عمر می‌کنند، یا به

مطالعات متعدد نشان می‌دهد تقریباً در تمام جوامع، سطح تحصیلات بویژه در زنان، هم سن ازدواج را بالا می‌برد و هم احتمال وقوع ازدواج را کاهش می‌دهد که هر دو در میزان باروری کل تأثیر دارند. در تمامی جوامع آگاهی از کنترل موالید با شهرنشینی، تحصیلات بالاتر از حد متوسط و درآمد بیشتر از حد متوسط ارتباط مستقیم دارد. بررسی میزان باروری کل بر حسب سطح تحصیلات زنان نشان می‌دهد افراد دارای تحصیلات پایین‌تر، باروری بالاتری دارند. الگوی باروری نیز نشان می‌دهد زنان بی‌سواد و کم‌سواد زودتر وارد دوران بارداری شده و دیرتر از این دوره خارج می‌شوند. در مقابل هرچه زنان از تحصیلات بالاتری برخوردار باشند دیرتر فرزند می‌آورند.

تعداد دلخواه فرزندان هم در جوامع مختلف بایکدیگر تفاوت دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد میانگین اندازه ایده‌آل خانواده، یک یا دو فرزند در کشورهای توسعه یافته، دو تا سه فرزند در برخی از کشورهای آسیایی و چهار تا پنج فرزند در برخی دیگر از کشورهای آسیا است اما در بعضی از کشورهای آفریقا هیچ‌کس کمتر از چهار فرزند نمی‌خواهد. بعضی از مطالعات آفریقایی اندازه‌های ایده‌آل بالای ۹ فرزند را گزارش کرده‌اند. معمولاً به دلایل گوناگون اجتماعی و فرهنگی، ترجیح فرزند پسر هم می‌تواند بر افزایش تعداد فرزندان و رفتارهای باروری تأثیر داشته باشد.

باروری علاوه بر اقتصاد، نسبت زیادی با ساختار فرهنگی یک جامعه دارد. در طرحی پژوهشی که در سال ۱۳۹۴ از مردان و زنان جوان در آستانه ازدواج در سراسر کشور انجام شد، نتایج زیر بدست آمد؛

- میانگین تعداد فرزندان دلخواه مردان ۲.۴ و زنان ۲.۲ بود.
- میانگین تعداد فرزندان دلخواه در شهر ۲.۲ و در روستاها ۲.۵ بود.
- زنان همسر دار ۴۹-۱۵ ساله ساکن در نقاط شهری به‌طور متوسط ۲.۷ فرزند می‌خواستند و زنان ساکن در نقاط روستایی ۳ فرزند.
- ۳۱.۱ درصد مردان و ۴۲.۵ درصد زنان همسر دار اعتقاد داشتند اگر بیش از دو فرزند بیاورند، مردم آنها را سرزنش می‌کنند.
- افراد دارای پایگاه اقتصادی بالا، متقاضی فرزند کمتری بوده و افراد با پایگاه اقتصادی پایین متقاضی فرزند بیشتری بودند.

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

زندگی ۴۴ سال بود که این عدد پایین دلایل مختلفی اعم از بیماری‌ها، کمبودهای اقتصادی و اجتماعی داشت. پس از آن این روند افزایشی شد و در سال ۱۳۵۶ به کمتر از ۵۷ سال رسید. بار دیگر تا سال ۱۳۶۵ امید به زندگی در بین ایرانیان کاهش یافته و تا سن ۵۳ سالگی افت کرد اما بعد از آن با شیب‌هایی متفاوت رشد داشت.

براساس آخرین آمار اعلام شده از سوی سازمان ملل، متوسط سن امید به زندگی در جهان ۷۳ سال عنوان شده در حالی که میانگین عدد سن امید به زندگی در ایران به‌طور کلی ۷۷.۳۳ سال، برای زنان ۷۸.۵۴ سال و برای مردان ۷۶.۲۲ سال است. البته برخی مطالعات داخلی این عدد را کمی بالاتر یا پایین‌تر هم اعلام می‌کنند. مرکز آمار این نرخ را ۷۴ سال گفته است.

عبارت دیگر، انتظار می‌رود چقدر عمر کنند. از متوسط طول عمر، به اشتباه «امید به زندگی» تعبیر می‌شود. یکی از ویژگی‌های برجسته جمعیتی در قرن بیستم کاهش میزان مرگ و میر بوده است که این کاهش اگرچه با میزان‌های مختلف اما در تمام کشورها ادامه دارد و معمولاً در پیش‌بینی‌ها این فرض استفاده می‌شود که کاهش مرگ و میر با شدت بیشتری ادامه خواهد یافت. روند این شاخص نشان می‌دهد در سال‌های دهه ۳۰ شمسی امید به

سال	۱۳۴۵	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۰	۱۳۷۵	۱۳۸۵	۱۳۹۰	۱۳۹۵
نرخ امید به زندگی (سال)	۴۸٫۳	۵۵٫۷	۵۶٫۸	۶۵٫۱	۶۸٫۸	۷۲٫۲	۷۴٫۳	۷۶٫۰



“

باروری مهم‌ترین
شاخص تأثیرگذار
بر رشد جمعیت
است که به‌عنوان
رفتاری اجتماعی
در محیط و شرایط
اقتصادی و فرهنگی
مختلف به اشکال
گوناگون بروز
می‌یابد



گرایش دینی

اگرچه نفس اعتقادات مذهبی تأثیر مستقیمی بر ازدیاد جمعیت ندارد اما میزان باورها در ایجاد سبک زندگی افراد، به عنوان متغیری غیرمستقیم، نقشی جدی و تأثیرگذار دارد. مطالعات گوناگون چه در ایران و چه در کشورهای دیگر نشان می‌دهد هرچه خانواده گرایش دینی بیشتری داشته باشد، تمایل به فرزندآوری در آن بیشتر است. این ویژگی از دو رویکرد متفاوت اما با نتیجه یکسان به نتیجه می‌رسد. این مطالعات نشان می‌دهد هرچه اعتقادات کمتر باشد، طلاق بیشتر می‌شود و همچنین میزان باروری با کاهش اعتقادات مذهبی کاهش می‌یابد.

در توجیه این رابطه، باید به ویژگی‌های اعتقادی توجه داشت. افزون بر آن که ازدواج و ازدیاد فرزند از توصیه‌های پیامبر اکرم صلی‌الله علیه و آله و سلم و ائمه معصومین علیهم‌السلام و علما و بزرگان دین است، اعتقاد به مفاهیمی همچون توکل، رزاقیت پروردگار و تربیت فرزند صالح به عنوان حسنه‌ای جاریه که حتی پس از مرگ نیز نافع خواهد بود، موجب می‌شود دینداران با قصدی جدی و بانگش معنوی فرزندآوری داشته باشند.

برخلاف این نگرش، افرادی که پایبندی کمتری به تقیدات دینی داشته باشند، هر اقدامی در زندگی ولو فرزندآوری را با چرتکه مادیت حساب و کتاب می‌کنند و طبیعتاً تمایل کمتری به آن نشان می‌دهند.

شرایط اقتصادی

تصور عمومی بر آن است که وضعیت اقتصادی موجب می‌شود والدین علیرغم میل باطنی، از آوردن بچه امتناع کنند؛ این تحلیل شاید برای طبقه متوسط جامعه‌ای شهرنشین تاحدی صدق کند اما پارامتر اقتصادی اتفاقاً در خانواده‌هایی که پایگاه اقتصادی ضعیف‌تری دارند، شرایطی دگرگون را طی می‌کند. یک ضرب‌المثل انگلیسی می‌گوید

مهاجرت

در بسیاری از کشورها میزان مهاجرت اهمیت چندانی نداشته و غالباً در پیش‌بینی‌های جمعیتی نادیده گرفته می‌شوند اما در مناطقی مانند کشور ما این موضوع چندان صادق نیست. در اینجا میزان ایرانیانی که از کشور مهاجرت کرده‌اند قابل توجه است اما بیش از آن افرادی هستند که با تابعیت کشورهای دیگر در مقاطع مختلف به ایران مهاجرت داشته‌اند. هر دو دسته خصوصیات مختلفی از نظر باروری و مرگ و میر دارند که می‌تواند بر تعداد جمعیت اثر بگذارد. در سال‌های گذشته و به دلایل گوناگون، مهاجرت جوانان بخصوص تحصیل کرده ایرانی به خارج از کشور روندی افزایشی داشته است. اگرچه آمار چندان دقیقی از میزان مهاجرت ایرانیان اعلام نشده اما در نظر سنجی‌ها حجم افرادی که تمایل به مهاجرت از ایران را دارند، بالاست. طبق آخرین اعداد غیررسمی، حدود ۴ میلیون ایرانی خارج از کشور ساکن هستند که باتوجه به جوانی غالب آنها این جمعیت نه تنها می‌تواند آمار کلی را افزایش دهد که باتوجه به قرار داشتن در سنین باروری، از لحاظ فرزندآوری می‌توانست کمک شایانی به افزایش جمعیت کشور در آینده باشد.

بیشتر از عدد مهاجران ایرانی، تعداد افرادی که به ایران مهاجرت کرده‌اند، قابل توجه است. ایران یکی از مهاجرپذیرترین کشورهای دنیاست. بررسی تازه‌ترین داده‌های مرکز آمار ایران از جمعیت مهاجران رسمی در سال ۱۴۰۲، نشان می‌دهد بیش از ۹۷ درصد مهاجران، افغانستانی هستند. طبق این آمار، بیش از ۲ میلیون و ۷۸۸ هزار نفر مهاجر رسمی در کشور حضور دارد که ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر آن‌ها افغانستانی هستند. باید تأکید کرد که این آمار مربوط به سال ۱۴۰۲ بوده و صرفاً مهاجران رسمی که تابعیت آن‌ها در آمارها ثبت شده، توسط مرکز آمار ایران اعلام شده است. البته که باید عنوان کرد این آمار حداقل جمعیت افغان در کشور است که به صورت رسمی در آمارها عنوان شده و در این آمار جمعیت مهاجران غیرقانونی نیامده است.

طبق گفته کارشناسان رقم دقیقی از تعداد کل مهاجران افغان در کشور در دست نیست، اما تخمینی در حدود ۵ تا ۷ میلیون نفر برای جمعیت مهاجرین افغانستانی در رسانه‌ها عنوان شده است. بررسی هرم سنی جمعیت مهاجر افغانستانی کشور نشان می‌دهد هم در مردان و هم در زنان بیشترین سهم جمعیتی مربوط به افراد در سنین «بین ۲۵ تا ۶۴ سال» است. طبق آمارها سهم این جمعیت بیش از ۴۰ درصد جمعیت مهاجر است. بر این اساس می‌توان گفت سهم بالایی این جمعیت در کشور به وضوح می‌تواند در باروری و افزایش جمعیت آنان تأثیرگذار باشد.

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

“

تصور عمومی بر آن است که وضعیت اقتصادی موجب می‌شود والدین علیرغم میل باطنی، از آوردن بچه امتناع کنند؛ این تحلیل شاید برای طبقه متوسط جامعه‌ای شهرنشین تاحدی صدق کند اما پارامتر اقتصادی اتفاقا در خانواده‌هایی که پایگاه اقتصادی ضعیف‌تری دارند، شرایطی دگرگون‌رأطی می‌کند



است. در جامعه فعلی، کسی به دلیل انتخاب بی‌فرزندماندن مؤاخذه و قضاوت نمی‌شود. برعکس آنچه در قدیم معمول بود، یعنی تغییر در شیوه نگرش به مسئولیت، باعث شده که افراد به دلیل احساس پذیرش اجتماعی، کم‌فرزندی و در مواردی بی‌فرزندی را انتخاب کنند. در چندین مطالعه پژوهشی، پاسخ‌دهندگان شمرساری از دیگران را یکی از موانع فرزندآوری اعلام کرده‌اند. این که چطور رفتارها در قبال این موضوع تغییر کرده به عوامل متعددی بستگی دارد اما تا هنگامی که از لحاظ فرهنگی این مشکل برطرف نشود، نمی‌توان چندان به ازدیاد جمعیت دل خوش کرد.

که «پولدار، پولدارتر و فقیر، بچه‌دارتر می‌شود.» و این یعنی اتفاقا در جامعه فقیر، تعداد اولاد بیشتر از جامعه‌ای با قدرت اقتصادی بالاست. اکنون کشورهای توسعه یافته در حسرت اندکی رشد جمعیت مانده‌اند و در عوض، جوامع کشورهای آفریقایی، بالاترین نرخ‌های جمعیت را دارند.

با این حال در گذر زمان و با پیشرفت نسبی رفاه و تحصیلات (ایجاد طبقه متوسط)، شرایط اقتصادی در تصمیم‌گیری زوجین برای آوردن فرزند و تعدد آن نقش پیدا می‌کند. باتوجه به آن که انگیزه افراد صرفا با نفع شخصی برانگیخته می‌شود، درباره فرزندآوری نیز در مورد سود و هزینه آن محاسبه‌گری صورت می‌گیرد. برخی صاحب‌نظران رفتار باروری خانواده‌ها را متأثر از رفتار اقتصادی آنها تحلیل می‌کنند و فرزند را به عنوان کالای مصرفی برآورد می‌کنند که وقتی زوجین در مقابل هزینه‌هایی که بیشتر از منافع آن است مثل از دست دادن شغل یا مشارکت‌های اجتماعی قرار می‌گیرند، از وجود این کالای پرهزینه صرف‌نظر می‌کنند.

مشارکت اجتماعی

از دید برخی افراد نه تنها ازدواج مانع مشارکت‌های جمعی بویژه در محیط‌های دوستانه و ادامه تفریحات می‌شود که فرزندآوری بمراتب بیشتر دست‌وپای آنها را می‌بندد. از دید برخی دیگر بچه‌مانع پیشرفت شغلی و کسب درآمد حرفه‌ای برای آنها می‌شود. این نگاه با پیشرفت جامعه، بیشتر در زنان بخصوص تحصیلکرده ایجاد می‌شود که حاضر نمی‌شوند حرفه و موقعیت اجتماعی خود را با فرزندآوری به خطر بیاندازند. سرشماری‌های سال ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰ نشان می‌داد در حالی که مادران بی‌سواد، به‌طور میانگین ۳.۶۵ فرزند به دنیا آورده‌اند، این تعداد میانگین برای مادران با تحصیلات ابتدایی، ۲.۷۲، با تحصیلات در حد راهنمایی (متوسطه اول) ۲.۳۸، دیپلم ۲.۰۲ و دارای تحصیلات دانشگاهی ۱.۵۵ است. یعنی با افزایش تحصیلات به‌طور چشمگیری فرزندآوری کم می‌شود.

در گذشته ارزش زن به مادری سنجیده می‌شد و کدبانویی؛ اما با تغییر نگرش‌های جامعه و حرکت به سوی مدرنیته این ارزش‌ها کاملاً تغییر کرده و با افزایش استقلال زنان در جنبه‌های مختلف زندگی، تاحدی تبدیل به ضد ارزش شده است. بر مبنای همان سرشماری‌های یاد شده در حالی که زنان خانه‌دار میانگین ۲.۷ فرزند دارند، مادران شاغل میانگین ۲ فرزند به دنیا آورده‌اند.

این در حالی است که هنوز نرخ مشارکت اقتصادی زنان نسبتاً پایین است اما نشان می‌دهد زنان کمتر حاضر به خانه‌داری و فرزندآوری می‌شوند و بیشتر تمایل دارند نقش خود در جامعه را بیشتر کنند و همین موضوع مانع فرزندآوری آنان می‌شود.

پذیرش اجتماعی

جامعه ایران، در حال گذر از سنت به مدرنیته است. در مسیر این گذار، فرزندآوری زیاد که روزی ارزش محسوب می‌شد مانند گذشته نیست و اگر روزگاری از نداشتن فرزند به تعبیری مثل «کور اجاقی» یاد می‌شد اکنون نه تنها کاربردش از یادها رفته که اگر زوجی بیشتر از معمول بچه داشته باشند، باید زخم زبان‌ها را تحمل کنند. حالا کم‌فرزندی تبدیل به هنجار و همچنین از بی‌فرزندی تاب‌زدایی شده

نسبت به سالمندی جامعه ایرانی هشدار می‌دهد علی پژهان، استاد جمعیت‌شناسی برخورد نزدیک با پیری

در دهه‌های اخیر، موضوع جمعیت به یکی از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران در ایران تبدیل شده است. قانون جوانی جمعیت که با هدف افزایش نرخ تولد و کاهش روند پیری جمعیت تصویب شد، هم‌اکنون در حال اجرا است. با این حال به نظر می‌رسد تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله زیادی هست. علی پژهان، استادیار جمعیت‌شناسی در دانشگاه آزاد تهران، ضمن بررسی کمیت و کیفیت اجرای این قانون، به سیاست‌های کاهش جمعیت در دهه‌های گذشته نقدهایی وارد می‌کند. او همچنین معتقد است ابزارهای لازم برای اجرای قانون جوانی جمعیت در دسترس نیست. با هم نظرات این جمعیت‌شناس را می‌خوانیم.



در دهه‌های پیش، سیاست‌ها بدون توجه به پیامدهای طولانی‌مدت پیری جمعیت در ایران اجرا شد. اکنون کشور با بحران سالمندی روبرو است و ابزارهای کافی برای مدیریت این بحران در دست نیست.

دی‌ماه ۱۴۰۳

۱۸

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

می‌شود.» اما فقط مشکلات اقتصادی مانع پیش‌پای زوج‌های جوان یا خانواده‌ها نیستند بلکه مشکلات فرهنگی هم در این زمینه تاثیرگذار است. جامعه امروز ایران به سمت فردگرایی حرکت کرده و خانواده‌ها فرزندان را به‌عنوان کالای هزینه‌بر و لوکس می‌بینند. در حالی که در گذشته بچه‌آوری به‌عنوان یک وظیفه اجتماعی و حتی اقتصادی تلقی می‌شد، امروزه تغییرات فرهنگی منجر به کاهش تمایل به داشتن فرزندان متعدد شده است. از سوی دیگر ما دچار عدم همگرایی در سیاست‌های جمعیتی شده‌ایم. برخلاف سیاست‌های کاهش جمعیت در دهه‌های قبل که با همگرایی گسترده‌ای بین دولت و جامعه همراه بود، سیاست‌های امروز فاقد چنین همگرایی هستند. در نتیجه، جامعه به سیاست‌های جدید با تردید و حتی مقاومت برخورد می‌کند.

حمایت بجای وعده

برای بهبود وضعیت جمعیت و افزایش نرخ باروری در ایران، باید رویکردهای جدیدی مورد توجه قرار گیرند. به جای تمرکز صرف بر افزایش تولدها، باید به مدیریت جمعیت از طریق مهاجرت معکوس، جذب نخبگان مهاجر و ایجاد سیاست‌های کارآمد برای حفظ جوانان موجود نیز توجه شود. سیاست‌های جمعیتی نباید فقط محدود به وعده‌های مالی باشد؛ بلکه باید برنامه‌های حمایتی بلندمدت، از جمله فراهم کردن شغل و رفاه اجتماعی برای خانواده‌ها، در اولویت قرار گیرد. در کنار سیاست‌های افزایش نرخ باروری، سیاست‌های مهاجرت معکوس نیز باید در نظر گرفته شود. در سال‌های گذشته بسیاری از جوانان و نخبگان را به کشورهای دیگر فرستادیم اما حالا برای سیاست‌های جمعیتی می‌توانیم روی بازگشت مهاجران نیز سرمایه‌گذاری کنیم. با چراغ سبز نشان دادن به آنها می‌توانیم جوانان را به کشور بازگردانیم.

آینده ناخوشایند در فاز سالمندی

سیاست‌های کاهش نرخ تولد در دهه‌های گذشته موفق بود اما اکنون با پیامدهای ناگوار پیری جمعیت مواجه هستیم و اکنون کشور نیازمند آمادگی برای مواجهه با انقلاب سالمندی است. باید زیرساخت‌های بهداشتی، اجتماعی و اقتصادی مناسب برای دوران سالمندی ایجاد شود تا از بحران‌های احتمالی جلوگیری شود. در حال حاضر تعداد پزشکان براساس آماری که از دانشگاه‌های علوم پزشکی گرفته‌ایم برای سالمندان بسیار کم است. آیا جامعه خودش را برای این بستر آماده کرده است؟ به نظر می‌رسد که پاسخ منفی باشد. در حال حاضر مادر فاز سالمندی آینده خوشایندی نداریم. سیاست‌های کاهش جمعیت در گذشته موفق به کاهش نرخ تولد شد، اما اکنون با پیامدهای ناگوار پیری جمعیت مواجه هستیم. در مقابل، سیاست‌های جوانی جمعیت نیز نتوانسته است اهداف خود را محقق کند و همچنان با موانع اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی روبه‌رو است. برای موفقیت در حوزه جمعیت، نیازمند تغییر در رویکردها، اصلاح سیاست‌ها و ایجاد بسترهای لازم برای آینده هستیم.

تامین زیرساخت متناسب با جمعیت

برای آینده قطعاً نگاه سیاسیون باید تغییر کند. هیچ کارشناسی نمی‌گوید که جمعیت زیاد بد است اما مسئله زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای پذیرایی از این جمعیت نیز نباید نادیده گرفته شود. در بسیاری از کشورهای اروپایی و آسیایی کنار هر دولت، کارشناسان جمعیت‌شناس، مشورت‌های لازم را ارائه می‌کنند؛ داده‌ها را می‌گیرند و پس از تجزیه و تحلیل به دولت می‌دهند. این داده‌ها می‌گویند که در مقابل تعداد مشخصی جمعیت، چه سطحی از امکانات و رفاه و توانایی‌های مختلف آموزشی آماده‌سازی شوند. وظیفه این جمعیت‌شناسان آن است که مدام تجزیه و تحلیل کنند و دولت نیز متناسب با آن داده‌هایی که دارد، زیرساخت‌ها را آماده کند.

بی‌توجه به آینده

سیاست‌های کاهش جمعیت در دهه‌های گذشته با جدیت دنبال می‌شد؛ این سیاست‌ها در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ با شعار «فرزند کمتر، زندگی بهتر» با موفقیت چشمگیری همراه بود. دولت با ابزارهای مختلف از جمله تبلیغات گسترده، ارائه خدمات بهداشتی رایگان برای جلوگیری از بارداری و برنامه‌های تنظیم خانواده توانست این فرهنگ را در جامعه نهادینه کند. اما نقد اصلی به این سیاست‌ها این است که به پیامدهای بلندمدت آن بی‌توجهی شد. این سیاست‌ها بدون توجه به پیامدهای طولانی‌مدت پیری جمعیت در ایران اجرا شد. اکنون کشور با بحران سالمندی روبه‌رو است و ابزارهای کافی برای مدیریت این بحران در دست نیست.

شکاف در ساختار جمعیتی

سیاست کاهش جمعیت هر چند در دهه‌های گذشته موفق بود، اما اکنون مشخص شده است که کاهش شدید نرخ تولد در گذشته باعث ایجاد شکاف‌های بزرگی در ساختار جمعیتی شده که مدیریت آن دشوار است. ما با چالش عدم اجرای سیاست‌های تشویقی نیز در حال حاضر روبه‌رو هستیم. یکی از مهم‌ترین انتقادات به سیاست‌های جمعیتی فعلی این است که ابزارهای لازم برای اجرای موفقیت‌آمیز این سیاست‌ها فراهم نشده‌اند؛ به عنوان مثال دولت وعده‌های زیادی در مورد تخصیص زمین یا تسهیلات برای خانواده‌ها داده، اما عملیاتی شدن این وعده‌ها در سطح گسترده تحقق نیافته است. از سویی در حالی که دولت اهداف کلان برای افزایش نرخ تولد تعیین کرده، اما خدمات ضروری همچون مدارس و امکانات رفاهی کافی برای خانواده‌های پرجمعیت فراهم نشده است.

موانع اقتصادی و فرهنگی

باید درباره تأثیرات مثبت و منفی سیاست‌ها و روش‌ها بر پیری جمعیت و همچنین چالش‌های پیش‌روی اجرای سیاست‌های تشویقی افزایش جمعیت دقت و بررسی بیشتری داشت. اجرای سیاست‌های تشویقی برای افزایش نرخ باروری و جوانی جمعیت در کشور با چالش‌های جدی روبه‌رو بوده است. سیاست‌های تشویقی همچون اختصاص زمین یا ماشین و مزایای مالی به خانواده‌های دارای چند فرزند عملاً نتوانسته است به اهداف خود دست یابد.

مهم‌ترین دلایل این ناکامی را می‌توان به مجموعه‌ای از عوامل وابسته دانست؛ شرایط اقتصادی ناپایدار، بالا بودن هزینه‌های زندگی و نبود امکانات مالی کافی برای جوانان باعث شده است که بسیاری از خانواده‌ها از بچه‌آوری اجتناب کنند. همچنین نبود امنیت شغلی و نگرانی از آینده اقتصادی نیز از دلایل اصلی کاهش نرخ تولد در کشور محسوب



چند سناریو برای تخمین جمعیت ایران در افق ۱۴۳۰

تصویرهای احتمالی از آینده

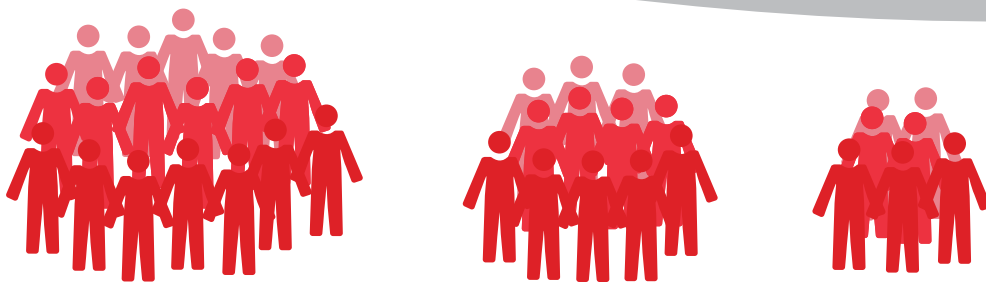


زنگ خطر کاهش رشد جمعیت و سالمندی سالهاست که در کشور به صدا درآمده و کاهش نرخ باروری به عدد ۱.۶ فرزند به ازای هر زن یکی از نمونه های بارز آن است؛ به همین سبب در برنامه هفتم توسعه که ابتدای تابستان ۱۴۰۳ ابلاغ شد و حالا به مدت پنج سال چراغ راهنمای سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور در حوزه های مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خواهد بود، یک فصل به موضوع جمعیت و بهبود نرخ های آن اختصاص یافته است. در این برنامه، رشد ۲۵ درصدی ترویج الگوهای صحیح همسرگزینی و ترغیب ازدواج به هنگام، آسان و پایدار متناسب با فرهنگ اسلامی-ایرانی و ظرفیت های بومی، رشد ۲۵ درصدی افزایش مهارت های شغلی زنان، رشد ۲۵ درصدی مراکز تخصصی مشاوره خانواده، ازدواج و پیشگیری از طلاق پیش بینی شده است. کاهش میانگین سن ازدواج به میزان یک سال، افزایش نرخ ازدواج نسبت به جمعیت در سن ازدواج به میزان ۵ درصد، کاهش نسبت طلاق ثبتی به جمعیت متاهلان به میزان ۵ درصد، بهبود نرخ باروری کل به میزان ۲.۵ فرزند و کاهش ۳۰ درصدی کاهش سقط جنین غیرقانونی از دیگر اهداف پیش بینی شده در این برنامه است. در این زمینه، مرکز آمار براساس اطلاعات موجود به بررسی پیش بینی جمعیت ایران در طول برنامه هفتم توسعه بر مبنای چند سناریوی مختلف تا افق ۱۴۳۰ خورشیدی پرداخته و از سوی دیگر موسسه تحقیقات جمعیت کشور نیز گزارشی همین روند را مورد بررسی قرار داده است. از ترکیب این گزارش های توان چند سناریو برای آینده پیش بینی کرد.



کاهش میانگین سن ازدواج به میزان یک سال، افزایش نرخ ازدواج به میزان ۵ درصد، کاهش نسبت طلاق به میزان ۵ درصد، بهبود نرخ باروری کل به میزان ۲.۵ فرزند و کاهش ۳۰ درصدی کاهش سقط جنین از اهداف پیش بینی شده در برنامه هفتم توسعه است.

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



پایین‌تر هم بیاید. با توجه به روند کاهشی نرخ باروری در سال‌های اخیر، کارشناسان برای این حالت بدبینانه، نرخ باروری را ۱.۳ تخمین می‌زنند یعنی ۱.۳ فرزند به ازای هر زن. در چنین حالتی - که امیدواریم پیش نیاید - نرخ رشد جمعیت در پایان برنامه هفتم توسعه حدود ۰.۴۸ و در سال ۱۴۲۰ حدود ۰.۱۹ درصد و در افق ۱۴۳۰ در محدوده منفی ۰.۲۱ قرار خواهد گرفت. در چنین فرضی جمعیت ایران در کمتر از ۳۰ سال دیگر به ۹۰ میلیون نفر هم نخواهد رسید.

سناریوی دوم، تثبیت نرخ باروری

در صورتی که نرخ باروری کنونی یعنی ۱.۶ فرزند به ازای هر زن تا سال ۱۴۳۰ تثبیت شود، تحولات جمعیت ایران تا سال ۱۴۳۰ نشان می‌دهد نرخ رشد جمعیت تا پایان برنامه هفتم سال (۱۴۰۸) کاهشی و تا سال ۱۴۲۰ روند کاهشی آن تداوم خواهد داشت. از سال ۱۴۲۵ تا افق ۱۴۳۰ هم رشد جمعیت کشور منفی خواهد شد. در این فرض تعداد جمعیت پس از روند افزایش قابل ملاحظه از حدود ۸۵ میلیون نفر به ۹۱ میلیون نفر در سال ۱۴۲۵ می‌رسد و پس از آن با کاهش نسبی جمعیت روبرو خواهیم شد، بطوری که جمعیت در افق ۱۴۳۰ به ۹۰.۶۴ میلیون نفر خواهد رسید. تعداد تولدها نیز از ادامه همین روند قبلی تبعیت خواهد کرد، به طوری که از ۹۸۰ هزار تولد در اول اجرای برنامه تا پایان برنامه به ۹۴۰ هزار تولد و پس از افزایش نسبی در فاصله سالهای ۱۴۱۰ تا ۱۴۱۵، در افق ۱۴۳۰ با کاهش معناداری به ۸۲۰ هزار تولد خواهد رسید.

چگونه می‌شود آینده را از حالا دید؟

پیش‌بینی‌های جمعیتی به طور معمول بر اساس اطلاعاتی درباره میزان زاد و ولد مرگ و میر و مهاجرت انجام می‌گیرد، در این میان میزان زاد و ولد هم بخاطر تأثیر آن در تعداد و ساختار سنی جمعیت و هم به علت حساسیت آن در مقابل سیاست‌های جمعیتی اهمیت بیشتری دارد. در پیش‌بینی پیش‌رو از جمعیت کشور تا سال ۱۴۳۰، از جمعیت تخمینی در سال ۱۴۰۳ استفاده شده است.

در این بررسی میزان امید زندگی بر اساس تخمین مرکز آمار ایران در سال پایه برای مردان ۷۲.۵ سال و برای زنان ۷۵.۵ سال در نظر گرفته شده، ضمن آنکه فرض شده مهاجرت‌های بین‌المللی تأثیر قابل ملاحظه‌ای در تحولات جمعیتی کشور نداشته باشد. با توجه به تثبیت نرخ باروری در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ با عدد ۱.۶ پیش‌بینی‌های مختلف فرض شده است.

سناریوی اول، بدبینانه؛ کاهش نرخ باروری

با توجه به شرایط اجتماعی ممکن است نرخ باروری از عدد فعلی

سال	۱۴۰۳	۱۴۰۵	۱۴۰۸	۱۴۱۰	۱۴۱۵	۱۴۲۰	۱۴۲۵	۱۴۳۰
نرخ باروری کل	۱.۶	۱.۶	۱.۶	۱.۶	۱.۶	۱.۶	۱.۶	۱.۶
نرخ رشد جمعیت (درصد)	۰.۵۱	۰.۴۸	۰.۴۰	۰.۳۸	۰.۳۵	۰.۲۴	۰.۰۵	-۰.۱۶
جمعیت (میلیون نفر)	۸۴.۹۲	۸۵.۷۲	۸۶.۸۰	۸۷.۴۷	۸۹.۰۷	۹۰.۴۱	۹۱.۰۰	۹۰.۶۴
تعداد تولدها (به هزار)	۹۸۰	۹۵۰	۹۴۰	۹۵۰	۱۰۰۰	۹۹۰	۹۱۰	۸۲۰

سناریوی سوم، افزایش در سطح جانشینی

جمعیت شناسان به محدود نرخ باروری حداقل ۲.۱ فرزند به ازای هر زن سطح جانشینی می‌گویند، که نشان می‌دهد جمعیت در وضعیتی تقریباً ثابت و رو به رشد پیش می‌رود. از آنجا که همه نوزادان به کهنوت نمی‌رسند و همه زنان بچه‌دار نمی‌شوند باید هر زن بیش از ۲ فرزند به دنیا بیاورد تا همان روند فعلی حفظ شود. در سناریوی دیگر می‌توان نرخ باروری را با توجه به اجرای قانون جوانی جمعیت و مشوق‌هایی که در زمینه فرزندآوری اعمال می‌شود، در سطح جانشینی تصور کرد. طبق برآورد گزارش مرکز آمار ایران، در چنین حالتی روند نرخ رشد جمعیت باز هم کاهشی بوده اما در سال ۱۴۳۰ به ۰.۲۹ درصد خواهد رسید. براین اساس احتمال داده می‌شود که جمعیت در این سال به حدود ۹۸ میلیون نفر برسد.

سناریوی چهارم، همگام با برنامه هفتم توسعه

در این پیش‌بینی فرض شده که سطح باروری از ۱.۶ فرزند در وضعیت فعلی به ۲.۵ فرزند برای هر زن تا پایان سال ۱۴۰۷ (پایان برنامه هفتم) افزایش یابد و سپس تثبیت سطح باروری در ۲.۵ فرزند برای هر زن از سال ۱۴۰۸ تا سال افق ۱۴۳۰ در نظر گرفته شده است.

سال	۱۴۰۳	۱۴۰۵	۱۴۰۸	۱۴۱۰	۱۴۱۵	۱۴۲۰	۱۴۲۵	۱۴۳۰
نرخ باروری کل	۱.۶	۲.۲۵	۲.۵	۲.۵	۲.۵	۲.۵	۲.۵	۲.۵
نرخ رشد جمعیت (درصد)	۰.۵۱	۰.۸۹	۰.۹۸	۰.۹۵	۰.۹۰	۰.۷۸	۰.۶۲	۰.۷۵
جمعیت (میلیون نفر)	۸۴.۹۲	۸۴.۶۰	۸۸.۹۹	۹۰.۷۱	۹۴.۹۸	۹۹.۰۴	۱۰۲.۴۶	۱۰۵.۵۲
تعداد تولدها (به هزار)	۹۸۰	۱۳۳۰	۱۴۷۰	۱۴۸۰	۱۵۴۰	۱۵۵۰	۱۵۱۰	۱۵۷۰

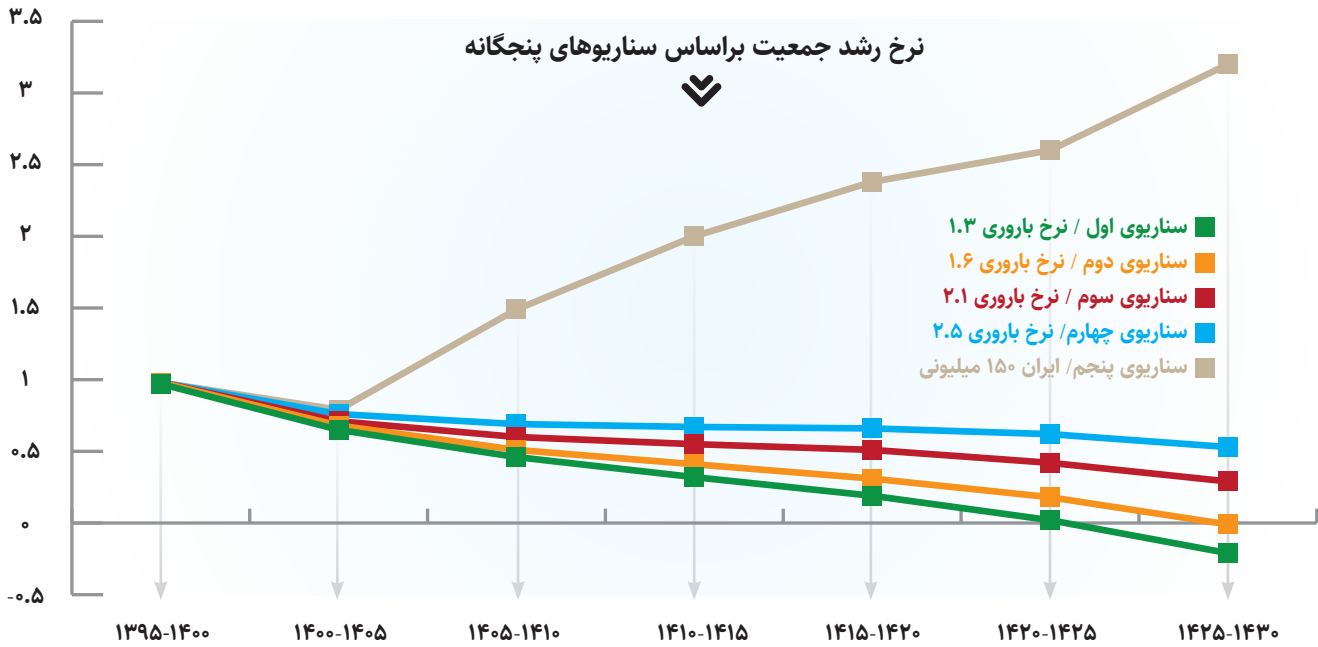
سناریوی پنجم، با هدف رسیدن به جمعیت ۱۵۰ میلیونی

در این سناریو سطح افزایش باروری مورد نیاز برای رسیدن جمعیت کشور به ۱۵۰ میلیون نفر در سال ۱۴۳۰ محاسبه شده است. طبق این پیش‌بینی در صورتی جمعیت کشور به ۱۵۰ میلیون نفر تا سال ۱۴۳۰ خواهد رسید که میزان باروری کل در طول دوره پیش‌بینی، روند افزایش خود را به گونه‌ای طی کند که نرخ باروری از ۱.۶۱ فرزند به ازای هر زن در سال اول برنامه به ۸.۲ فرزند به ازای هر زن در سال ۱۴۳۰ برسد، در غیر این صورت جمعیت کشور به ۱۵۰ میلیون نفر نخواهد رسید. نرخ رشد جمعیت باید در این حالت روند صعودی داشته و در افق ۱۴۳۰ به بیش از ۳ درصد برسد. در این فرض تعداد

جمعیت از ۸۴،۹۲ میلیون نفر با افزایش معناداری به ۱۴۹،۰۹ میلیون نفر در سال افق ۱۴۳۰ خواهد رسید. تعداد تولدها نیز از ادامه همین روند قبلی تبعیت خواهد کرد، به طوری که از ۹۸۰ هزار تولد در اول اجرای برنامه تا پایان برنامه به ۱.۵ میلیون تولد و در افق ۱۴۳۰ به پنج میلیون و ۷۸۰ هزار تولد خواهد رسید که با واقعیتهای فعلی جامعه همخوانی ندارد و بسیار بعید به نظر می‌رسد.

سال	۱۴۰۳	۱۴۰۵	۱۴۰۸	۱۴۱۰	۱۴۱۵	۱۴۲۰	۱۴۲۵	۱۴۳۰
نرخ باروری کل	۱.۶	۲.۱	۲.۸	۳.۳	۵.۷۶	۸.۲		
نرخ رشد جمعیت (درصد)	۰.۵۱	۰.۷۹	۱.۲۱	۱.۴۹	۲.۳۸	۳.۲۲		
جمعیت (میلیون نفر)	۸۴.۹۲	۸۶.۱۵	۸۸.۹۷	۹۱.۵۶	۱۱۲.۷۱	۱۴۹.۰۹		
تعداد تولدها (به هزار)	۹۸۰	۱۲۴۰	۱۶۷۰	۱۹۹۰	۳۴۷۰	۵۷۸۰		

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



فرهنگ سازی فراموش نشود

و فشار بر سیستم آموزشی مواجه شدیم. به همین دلیل، از دهه ۷۰ سیاست های کنترل مولود را اتخاذ کردند و باروری به تدریج کاهش یافت. این سیاست که قرار بود موقتی باشد تا دهه ۹۰ به طول انجامید، به طوری که در دهه ۸۰ به سرانه ۱.۸ فرزند رسید و در دهه ۹۰ به ۱.۶ فرزند کاهش پیدا کرد. از اوایل دهه ۹۰، رویکرد دولت تغییر کرد و به سمت تشویق فرزندآوری رفت.



برای اجرای قانون جوانی جمعیت، تنها ارائه مشوق های مالی کافی نیست و باید زیرساخت های مناسب اجتماعی و اقتصادی نیز فراهم شود. در این زمینه باید در میان جوانان و خانواده ها برای تشویق به ازدواج و فرزندآوری فرهنگ سازی شده و لازم است نگرش ها و ارزش ها در این زمینه تغییر کنند. در عین حال این نکته را نیز نباید از یاد برد که باید به کیفیت زندگی خانواده ها و شرایط اجتماعی و اقتصادی آن ها توجه کرد تا فرزندآوری به انتخابی مطلوب و پایدار تبدیل شود.

یادداشت

دکتر شهلا کاظمی پور

جمعیت شناس و عضو هیات علمی دانشگاه تهران

چالش های ناشی از پیری جمعیت و کاهش نرخ باروری در ایران موضوعی نیست که اکنون پوشیده باشد و باید هم مردم و هم مسئولان برای رفع آن توجه لازم را داشته باشند. هر چند قانون جوانی جمعیت چند سالی است که پیگیری می شود اما سیاست های افزایش جمعیت باید به صورت جامع و با در نظر گرفتن واقعیت های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه تدوین شوند.

از دهه ۵۰ به بعد، میانگین تعداد فرزندان خانواده ها افزایش یافت. در دهه ۵۰، با اجرای برنامه های تنظیم خانواده، باروری از حداکثر ۷ فرزند به حدود ۶ فرزند رسید. اما بعد از انقلاب، این تعداد دوباره به ۷ فرزند رسید. در اواخر دهه ۶۰ و دهه ۷۰، ما با مشکلاتی مانند کمبود شیر خشک



مروری بر بیم و امیدهای دستگاه های قانونگذار کشور
درباره جمعیت و فرزندآوری

سیاست های سینوسی

داستان قانونگذاری برای آن که جمعیت کنترل شود، از وقتی شروع شد که سرشماری به برنامه های دولت ها افزوده گشت. تلاش هایی برای انجام سرشماری در انتهای دوره پهلوی اول صورت گرفت اما با اتفاقات شهریور ۱۳۲۰ و ورود متفقین به ایران، نافرجام ماند تا این که پس از تثبیت موقعیت پهلوی دوم در سال ۱۳۳۵ نخستین سرشماری انجام شد که به دلایل متعدد فرهنگی چندان دقت نداشت اما بهر حال شمایی از جمعیت و امکانات زندگی را برای برنامه ریزان حکومتی معلوم کرد. تا پیش از آن اعداد جمعیت را طبیعت مشخص می کرد. خانواده ها به طور طبیعی و فارغ از دغدغه های امروزی به وفور بچه دار می شدند اما امکانات اندک بهداشتی در آن سال ها که میراثی از قرن های پیش از آن محسوب می شد، جان بسیاری از نوزدان و اطفال و حتی جوانان را می گرفت؛ مردوزنی هم که می توانستند از پس تب و تیفوس و طاعون بر آیند، عمری طولانی می یافتند؛ نظام طبیعت تنها قانونگذار بود، مگر آن که جنگی می شد یا خشکسالی گریبان مردم را می گرفت. در برهه های مختلف وقتی دولت ها با اعداد جمعیت مواجه می شدند، از روی ترس از آینده، تصمیم می گرفتند که تعداد جمعیت را کنترل کنند. از همین جا سیاست های کنترل موالید، متولد شد. باین حال وقتی آب ها از آسیاب می افتاد و اعداد جمعیت روی واقعی خود را نشان می داد و کارشناسان از خطرات این نوع تصمیم ها، تصمیم سازان را مطلع می کردند، سیاست ها به شکل سینوسی تغییر می کرد. در ادامه این سیاست ها را مرور کرده ایم.



در برهه های مختلف وقتی دولت ها با اعداد جمعیت مواجه می شدند، از روی ترس از آینده، تصمیم می گرفتند که تعداد جمعیت را کنترل کنند. از همین جا سیاست های کنترل موالید، متولد شد.

دی ماه ۱۴۰۳

۲۴

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

خانواده‌ها تمایل داشتند تعداد فرزندان خود را بالا ببرند، مضاف بر آن که خانوارهای پر جمعیت بخصوص در مناطق روستایی می‌توانستند از امتیازاتی چون وام زمین برخوردار شوند. گسترش شبکه‌های بهداشتی و درمانی کشور که کاهش مرگ و میر کودکان را در پی داشت، عامل دیگری بود که غیرمستقیم بر افزایش جمعیت تأثیر گذاشت.

● **فرجام سیاست:** نرخ باروری به ۶٫۸ فرزند رسید و بیک جمعیتی در این دوره شکل گرفت. افزایش جمعیت به گونه‌ای پیش رفت که تصمیم‌سازان را دچار بیم و هراس کرد.

دوره توسعه اقتصادی و سیاسی

۱۳۶۷ تا ۱۳۸۸

سیاست تحدید موالید

● **دلایل سیاستگذاری:** در این دوره جمعیت عامل بازدارنده توسعه تلقی می‌شد. انفجار جمعیت در سال‌های دهه ۶۰ برای تصمیم‌سازان زنگ خطر کمبود امکانات برای متولدان این سال‌ها در دهه‌های بعد را به‌صدا درآورد؛ کما این که در سن تحصیل متولدان این دهه در دهه بعدی، تعداد مدارس پاسخگوی نیاز نبود، یا در دهه‌های بعدی، تقاضا برای ورود به دانشگاه نسبت

معناداری با تعداد صندلی‌های آموزشی عالی کشور داشت.

● **نحوه اجرای سیاست:** با صدور بیانیه شورای عالی قضایی مبنی بر فقدان منع شرعی و قانونی برای تنظیم خانواده، در سال ۱۳۶۸ با تصویب برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، موضوع تنظیم خانواده رسماً وارد سیاست‌های کشور شد. در این برنامه، کاهش باروری عمومی زنان تا حد ۴ نوزاد و نرخ رشد طبیعی ۲٫۳ درصد در سال ۱۳۹۰ مهمترین هدف سیاست تحدید موالید کشور قرار گرفت. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی نیز به عنوان مجری این سیاست



پیش از انقلاب اسلامی

۱۳۳۵ تا ۱۳۵۷

سیاست پیشگیری از افزایش جمعیت



● **دلایل سیاستگذاری:** پس از

برگزاری اولین سرشماری عمومی در سال ۱۳۳۵ و دومین سرشماری در سال ۱۳۴۵ که منجر به روشن شدن حدود موالید و رشد جمعیت کشور شد،

سیاست‌های کنترل جمعیت به طور رسمی به عنوان یکی از برنامه‌های مهم در برنامه‌های عمرانی چهارم (۵۱-۱۳۴۷) و پنجم (۵۶-۱۳۵۲) و ششم (۶۱-۱۳۵۷) دولت‌های وقت قرار گرفت. ناگفته نماند که اجرای اصل ۴ ترومن به عنوان طرحی آمریکایی و به عنوان یک سیاست وارداتی، تأثیر زیادی در تغییر سبک زندگی بخصوص در روستاها داشت و به‌طور مستقیم از طریق نیروهای سپاه دانش، پیشگیری از بارداری ترویج می‌شد.

● **نحوه اجرای سیاست:** در فروردین ۱۳۴۶ معاونت جدیدی تحت عنوان جمعیت و تنظیم خانواده در وزارت بهداشت آن زمان تشکیل شد. این معاونت وظیفه برنامه‌ریزی، آموزش و تحقیقات ارزشیابی و ایجاد هماهنگی و نظارت در اجرای برنامه تنظیم جمعیت را برعهده داشت و در برنامه‌های عمرانی، کاهش عمومی موالید، افزایش دسترسی به وسایل پیشگیری از بارداری و مواردی از این دست را مورد توجه قرار داد.

● **فرجام سیاست:** از آنجا که این سیاست‌ها با اعتقادات و باورهای فرهنگی و مذهبی مردم به خصوص در مناطق روستایی تطابق نداشت و بخصوص روحانیت این حرکت را تکیه می‌کرد، نتوانست توفیق زیادی بیابد. بهبود رفاه نسبی بویژه در کلانشهرهایی مثل ایران و گسترش طبقه متوسط شهری هم باعث شد علیرغم این سیاست‌ها، تعداد موالید در دهه ۵۰ شمسی زیاد شود.

سال‌های آغازین انقلاب اسلامی

۱۳۵۷ تا ۱۳۶۶

سیاست تشویقی افزایش جمعیت



● **دلایل سیاستگذاری:** با پیروزی

انقلاب اسلامی از آنجا که سیاست‌های رژیم طاغوت مردود شمرده می‌شد، تردیدهایی در زمینه انطباق این برنامه با اصول و موازین شرع اسلام و وارداتی بودن الگوی آن به عنوان دیکته‌ای از غرب مطرح شد که نتیجه آن، توقف برنامه‌های تنظیم خانواده بود. افزون بر آن که با وقوع جنگ تحمیلی، مردم خودبخود به ازدیاد نسل متمایل شدند.

● **نحوه اجرای سیاست:** اگرچه در این مقطع قانونگذاری خاصی صورت نگرفت اما حذف روش‌های قبلی برای ترویج پیشگیری از بارداری به صورت طبیعی موجب تمایل خانواده‌ها برای فرزندآوری بود. البته در این مدت سیاست‌های غیرمستقیمی اجرا می‌شد؛ از آنجا که توزیع ارزاق عمومی در آن مقطع به شکل کوپنی بود،



اجتماعی مورد نظر به ایران اختصاص یافت و ایران به عنوان مرکزی برای آموزش کنترل جمعیت کشورهای آسیای میانه انتخاب شد. ● **فرجام سیاست:** هدف برنامه اول توسعه نرخ باروری ۴ فرزند در سال ۱۳۹۰ بود اما با اعمال سیاست‌های کنترل جمعیت که به صورت شبکه‌ای در سراسر کشور توسط بهورزان شبکه سلامت، رسانه‌ها و از طریق تعامل روردر رو با مردم پیگیری می‌شد و همچنین تغییرات اجتماعی و فرهنگی چون افزایش ضریب پوشش تحصیلی دختران، افزایش زمینه‌های مشارکت زنان در امور اقتصادی-اجتماعی و سیاسی، گسترش شهرنشینی، افزایش سن ازدواج در جامعه، گسترش مصرف گرای و ... نرخ باروری کل کشور متأسفانه در سال ۱۳۹۰ به ۱.۸ فرزند، یعنی زیر سطح جانشینی کاهش یافت.

موظف شد تا با اجرای گسترده برنامه تنظیم خانواده و تحت پوشش قرار دادن به طور متوسط ۲۴ درصد از زنان و مادران واقع در مقاطع سنی بالقوه باروری، طی سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲ از تولد یک میلیون کودک ناخواسته در طول این برنامه جلوگیری کند. در قانون برنامه دوم توسعه نیز آموزش و افزایش آگاهی خانوادها در زمینه مزیت کنترل باروری، گسترش آگاهی مردم از مشکلات رشد بی رویه جمعیت، گسترش دسترسی به وسایل پیشگیری از بارداری، لغو قوانین و مقررات مشوق خانوادها‌های پر جمعیت و گسترش مراکز واکتومی مورد توجه قرار گرفت. در سال ۱۳۷۰ و در شرایطی که نرخ باروری ایران با کاهش مواجه شده و به حدود ۳.۲ فرزند رسیده بود، لایحه کنترل جمعیت تنظیم خانواده از طرف دولت وقت تهیه و در سال ۱۳۷۲ به تصویب مجلس رسید. بر این اساس اولین قانون دائمی در حوزه کاهش جمعیت مصوب شد تا امکانات معمول از بچه چهارم به بعد هم دریغ شود. در همان سال ۱۳۷۲ و ۱۵۰ میلیون دلار صندوق جمعیت ملل متحد و هم چنین کمک ۱.۸ میلیون دلار یونسف برای تنظیم خانواده و هم چنین اجرای محورهای برنامه پنج ساله توسعه

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

سال‌های گفتمان سازی برای افزایش جمعیت

۱۳۹۳ تا ۱۳۸۸

سیاست تردید در باره کنترل موالید



● **دلایل سیاستگذاری:** افزون بر آن که کارشناسان بصورت پراکنده، نسبت به تداوم تنظیم خانواده در رسانه‌ها ابراز تردید می‌کردند، دولت وقت که تمایل داشت تصمیم دولت‌های پیش از خود را به بهانه‌های مختلف زیر سؤال ببرد، تلاش کرد از سیاست کنترل موالید فاصله بگیرد.

● **نحوه اجرای سیاست:** صندوق تامین آتیه مهر امام رضا(ع) تشکیل شد تا از سال ۱۳۸۹ به هر کودک متولد شده، مبلغ یک میلیون تومان اختصاص دهد. همچنین محدودیت‌های اعمال شده برای فرزندان چهارم به بعد نیز لغو شد. این در حالی بود که هیات وزیران در سال ۱۳۹۰ لایحه «اصلاح قوانین تنظیم جمعیت و خانواده» را تصویب کرده و به مجلس ارائه نمود. در این لایحه پیشنهاد شده بود، قانون «تنظیم خانواده و جمعیت» مصوب سال ۱۳۷۲ مجلس شورای اسلامی و اصلاحات آن و هم چنین کلیه محدودیت‌ها و محرومیت‌هایی که در قوانین مختلف بر اساس تعداد فرزند ایجاد شده، حذف گردد. از سوی دیگر شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز با یک مصوبه، خواستار جلوگیری از کاهش نرخ باروری و ارتقای آن متناسب با آموزه‌های اسلامی و اقتضائات راهبردی کشور شد.

● **فرجام سیاست:** اولین اقدام دولت وقت جهت سیاستگذاری در راستای افزایش جمعیت با عنوان طرح آتیه به دلیل عدم تامین اعتبار با شکست روبرو شد. همچنین فرایند بررسی و تصویب لایحه دولت برای اصلاح قوانین تنظیم جمعیت، در مجلس ۲ سال طول کشید و غیر از رفع محدودیت‌های قانون سال ۱۳۷۲ برای فرزندان چهارم به بعد، قانون جدید به تصویب نرسید. این در حالی بود نرخ باروری در سال ۱۳۹۰ به ۱.۸ فرزند کاهش یافته و هیچ ضرورتی برای اعمال سیاست‌های تنظیم خانواده وجود نداشت اما هم چنان برنامه تنظیم خانواده و جمعیت در کشور اجرا می‌شد و در بودجه سنواتی نیز اعتبار دریافت می‌کرد.

ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت

۱۳۹۳ تا ۱۴۰۰

سیاست لزوم تغییر قوانین به نفع حمایت از فرزندآوری



● **دلایل سیاستگذاری:** سقوط نرخ باروری به زیر سطح جانشینی زنگ خطرها برای آینده و سالخوردگی جمعیت را به صدا درآورد. در چنین شرایطی «سیاست‌های کلی جمعیت» و «سیاست‌های کلی خانواده» از سوی رهبر معظم انقلاب ابلاغ شد.

● **نحوه اجرای سیاست:** سال ۱۳۹۲ پس از مصوبه شورای انقلاب فرهنگی، «طرح جامع جمعیت و تعالی خانواده» با هدف افزایش نرخ باروری به حداقل ۲.۵ فرزند به ازای هر زن با ۵۰

ماده از سوی نمایندگان مجلس اعلام وصول شد. با این حال این طرح به دلایل متعدد به ویژه بار مالی آن در مجلس نهم به سرانجام نرسید و در مجلس دهم با اصلاح و حذف برخی از مواد آن، مجدداً در دستور بررسی قرار گرفت. در این میان ابلاغ «سیاست‌های کلی جمعیت» در تاریخ ۱۳۹۳/۲/۳۰ و «سیاست‌های کلی خانواده» در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۱۳ از سوی مقام معظم رهبری که بر خلاء قوانین حمایتی - تشویقی از فرزندآوری و برنامه ریزی جامع در این تاکید داشت، به پیگیری مجدد طرح جامع جمعیت و تعالی خانواده از سوی مجلس شورای اسلامی سرعت بخشید. ● **فرجام سیاست:** در برنامه ششم توسعه به واسطه ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت از سوی مقام معظم رهبری، موضوع حمایت و افزایش فرزندآوری مورد توجه قرار گرفت. در این برنامه افزایش نرخ باروری به بیش از سطح جانشینی هدف قرار گرفته و در ۹ بند از احکام این قانون، دولت مکلف به حمایت از فرزندآوری در قالب تسهیلات گوناگون شد اما دولت امید تا پیش از قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، در خصوص هیچ کدام از تسهیلات مصوب، لایحه تنظیم نکرد.

تصویب قانون جوانی جمعیت و حمایت از خانواده

۱۴۰۰ تا اکنون

اجرائی سازی مشوق‌های افزایش جمعیت



● **دلایل سیاستگذاری:** با توجه به تأکیدات اسناد بالادستی بر ضرورت حمایت از فرزندآوری و وضعیت نگران کننده آمارهای جمعیتی، سرانجام طرح جمعیت و تعالی خانواده که در ۳ دوره مجلس چرخیده بود، با اعمال اصلاحاتی سال ۱۳۹۹ در دستور کار مجلس یازدهم قرار گرفت.

● **نحوه اجرای سیاست:** پس از چندین دوره طرح بحث در مجلس شورای اسلامی، سرانجام طرح جوانی جمعیت در تاریخ ۱۴۰۰/۸/۱۹ و با ۷۴ ماده به تصویب کمیسیون مشترک جوانی جمعیت و تعالی خانواده رسید. هدف این قانون حمایت، تسهیل و تشویق به فرزندآوری زوجین جوان با استفاده از مشوق‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سلامت محور و هم چنین کاهش سقط جنین و حذف رویه‌ها و قوانین تحدید کننده جمعیت است.

● **فرجام سیاست:** برخی از مشوق‌های این طرح همچون پوشش کامل بیمه درمان ناباروری، اعطای تسهیلات قرض الحسنه تولد فرزند، اعطای یک قطعه زمین مسکونی به خانواده‌های دارای سه فرزند و بیشتر به صورت رایگان، فراهم شدن امکان دریافت خودرو با قیمت کارخانه بدون قرعه کشی، بیمه زنان خانه‌دار روستایی و عشایر دارای سه فرزند و بیشتر، اعطای سبد تغذیه رایگان به مادران باردار و دارای فرزند خردسال با باز خورد بسیار مثبت مواجه شده است. با این حال چالش‌های متعددی نیز در فرایند اجرای برخی از این احکام به چشم می‌خورد که مهم‌ترین آنها نداشتن بودجه است.



اعظم آهنگر، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
از راهکارهای مقابله با بحران سالمندی در کشور گفت



اعتماد به مردم

بحران افزایش سن جمعیت و کاهش زاد و ولد در کشور شدت گرفته است. بحرانی که منشأ آن را باید در سیاست‌های اشتباه دولت‌های قبل با شعار «فرزند کمتر، زندگی بهتر» جستجو کرد. در سال‌های اخیر پژوهشگران جمعیت‌شناسی و جامعه‌شناسان بارها در بحران جمعیت در ایران هشدار داده‌اند. اما همچنان با وجود طرح‌های تشویقی فرزندآوری، سال‌ها تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله داریم. دکتر اعظم آهنگر، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران با بحرانی اعلام کردن وضعیت تک‌فرزندی در خانواده‌های ایرانی معتقد است ریشه آن را باید در دولت‌هایی که بارشده جمعیت مشکل داشتند، جستجو کرد.



باید پذیرفت که ابهام در باره سیاست‌های تشویقی خانواده‌ها برای داشتن فرزند بیشتر در سال‌های اخیر و پایین آمدن نرخ زاد و ولد زیاد شده است. فرهنگ «کم‌فرزندی» به شدت در جامعه جا افتاده و تغییر آن زمان‌بر خواهد بود.

دی‌ماه ۱۴۰۳

۲۸

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



امام خمینی (ره)
وسعت ایران برای ۱۵۰ تا ۲۰۰ میلیون جمعیت کافی است

هدف: افزایش جمعیت مسلمان

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی، سیاست‌های جمعیتی به شدت تشویق و منجر به افزایش جمعیت شد. در این دوران هدف نظام، افزایش جمعیت مسلمانان بود. آن سال‌ها داشتن فرزند بیشتر، نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده جامعه تلقی می‌شد. سیاست‌گذاران معتقد بودند که افزایش جمعیت می‌تواند به قدرت و گسترش جوامع مسلمان کمک کند. به همین دلیل، تشویق به داشتن خانواده‌های پرجمعیت از سوی مقامات حکومتی و مذهبی به شدت مورد حمایت قرار گرفت. در چنین شرایطی سیاست‌های رشد جمعیت در آن بازه زمانی به خوبی جواب داد. در دوره ریاست‌جمهوری آیت‌الله سیدعلی خامنه‌ای، نرخ رشد جمعیت به ۴ درصد رسید، که رشد بسیار سریعی بود. اما از آنجایی که جنگ تحمیلی در کشور جریان داشت، این مسئله شوک بزرگی به ساختارهای اقتصادی و اجتماعی کشور وارد کرد و منابع لازم برای پاسخگویی به این رشد سریع کافی نبود. امکانات عمومی مثل آموزش، بهداشت و مسکن به شدت تحت فشار قرار گرفتند و تأمین اعتبار برای خانواده‌ها دشوار شد.

فشار روی منابع

در همان میانه دهه ۶۰ شمسی عواملی دست به دست هم دادند که باعث تغییر سیاست‌های جمعیتی شد؛ با توجه به این که منابع کشور محدود بود، کارشناسان و نمایندگان مجلس به این نتیجه رسیدند که ادامه این روند پایدار نخواهد ماند. بنابراین رشد بی‌رویه جمعیت و فشار روی منابع کشور موجب شد که در دهه ۷۰ و ۸۰، سیاست‌های کنترل جمعیت در دستور کار قرار گیرد. تبلیغات گسترده‌ای درباره کنترل و پیشگیری از بارداری شروع شد که به شکل توزیع لوازم پیشگیری از بارداری و رواج جراحی‌های جلوگیری از بارداری در مردان و زنان نمود پیدا کرد. هدف این بود که بارداری‌های ناخواسته کاهش یابد و جامعه به سمت داشتن «نیروی انسانی با کیفیت» حرکت کند.

واقعیت آن است که از آن زمان، نوعی فرهنگ‌سازی در مورد داشتن فرزند کمتر اما با کیفیت بالا شکل گرفت که تبدیل به آفت جمعیتی حال حاضر و نرخ رشد جمعیت سالمند شد. والدین در سال‌های اخیر و در پی سیاست غلط کاهش جمعیت، به سمت این تفکر سوق داده شدند که فرزند باید تحصیلات عالی‌ه داشته باشد، در مدارس خاص تحصیل کند و استعداد درخشان باشد. این نگاه به فرزندپروری، والدینی را تربیت کرد که به شدت روی آینده و موفقیت‌های تحصیلی فرزندانشان تمرکز می‌کنند. مدارس با شهریه‌های بالا، فشار اقتصادی بیشتری به خانواده‌ها وارد کردند و این روند تا جایی ادامه پیدا کرد که جمعیت کاهش یافت، اما کیفیت مورد نظر هم برای همه حاصل نشد.

در آئینه دیگران

کشورهای غربی مثل ایتالیا و سوئد نمونه‌های بارزی از بحران پیری جمعیت هستند. این کشورها مجبور شده‌اند برای جبران کمبود نیروی کار جوان، مهاجران را وارد بازار کار کنند. در حال حاضر، ایران هم در مسیر مشابهی قرار گرفته و اگر به زودی این روند معکوس نشود، ممکن است به یکی از کشورهای مهاجرپذیر تبدیل شویم. همچنین باید پذیرفت که ابهام درباره سیاست‌های تشویقی خانواده‌ها برای داشتن فرزند بیشتر در سال‌های اخیر و پایین آمدن نرخ زاد و ولد زیاد شده است. فرهنگ «کم‌فرزندی» به شدت در جامعه جا افتاده و تغییر آن زمان‌بر خواهد بود. کارشناسان معتقدند که برای تغییر این فرهنگ و ایجاد سیاست‌های جدید، حداقل ۸ تا ۱۰ سال زمان نیاز است. حالا دیگر خانواده‌ها به تحصیلات و کیفیت زندگی فرزندانشان توجه بیشتری دارند. خانواده‌های کم‌جمعیت سرمایه اجتماعی کمتر و هزینه‌های بیشتری دارند که همین تبدیل به آفت فردگرایی و خودخواهی در بنیان خانواده شده است.

به خود مردم مراجعه کنیم

برای برون‌رفت از وضعیت فعلی و یافتن راهکارهایی برای فرزندآوری باید به خود مردم اعتماد کنیم و با مراجعه به آنها تلاش کنیم مانع بحران سالمندی شویم. راهکار مشخص در این زمینه برای حل این بحران آن است که جدا از سیاست‌های تشویقی که در حال حاضر با اعطای وام خرید خودرو و منزل انجام می‌شود، می‌توان به راهکارهای اجتماعی و فرهنگی هم توجه بیشتری نشان داد.

یکی از آن‌ها حمایت بیشتر از خانواده‌ها در قالب سمن‌ها (سازمان‌های مردم‌نهاد) به‌ویژه برای مادران با کودکان تازه متولد شده و زیر ۵ سال است. همچنین، سیاست‌هایی مانند تأمین مسکن مناسب، پاداش‌های تولد نوزاد و تضمین درمان و آموزش کودکان تا ۱۸ سالگی باید در دستور کار قرار گیرد؛ مشابه آنچه در برخی کشورهای اروپایی انجام می‌شود. این اقدامات می‌تواند بار مالی روی دوش خانواده‌ها را کاهش دهد و انگیزه بیشتری برای فرزندآوری ایجاد کند.

نقش سمن‌ها و سیاست‌های حمایتی، نقش مهمی در حمایت از مادران و کودکان دارد، به‌ویژه در زمینه‌های مراقبت از کودکان و فراهم کردن فرصت‌هایی برای آنها که بتوانند هم به کار خود برسند و هم به درستی از فرزندانشان مراقبت کنند.





کشورهای مختلف چه راهکارهایی
برای فرزندآوری اندیشیده‌اند؟

دریدر جمعیت

نگاه به کاهش زاد و ولد و پیری جمعیت به عنوان مسئله‌ای اساسی و حیاتی، تبدیل به یک نگرانی جهانی شده است. اگرچه نسخه جهان غرب برای آفریقا و آسیا تعریف جمعیت است اما در همان کشورها، سال‌های طولانی است که مسئله فرزندآوری و افزایش جمعیت مورد توجه قرار گرفته و برای آن برنامه‌ریزی‌های مفصلی انجام می‌شود. هرچند هنوز هیچ کشوری نتوانسته است میزان زاد و ولد را به طور چشمگیر و قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد، با این حال بررسی برنامه‌ها و اقدامات دولت‌های خارجی برای تشویق فرزندآوری قابل تأمل است که در ادامه به چند مورد آن نگاهی می‌اندازیم. نکته مهم این است که باتوجه به نگاه غالب مادی‌گرایانه در این کشورها، این مشوق‌ها قالب‌های اقتصادی دارند و شاید از همین منظر بوده که چندان به توفیق نرسیده‌اند. همچنین باید در نظر داشت که هیچ مدل و سیاست باروری یکسان و کاربردی برای همه کشورها در سطح بین‌المللی وجود ندارد، به این دلیل که هر کشور، ساختار سازمانی و محیط سیاسی اقتصادی منحصر بفردی داشته و با صرف یک نسخه واحد نمی‌توان این معضل را درمان کرد. از این رو هر کشور باید به دنبال رویکرد متناسب با ساختار اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی خود پیش برود.



هرچند هنوز هیچ کشوری نتوانسته است میزان زاد و ولد را به طور چشمگیر و قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد، با این حال بررسی برنامه‌ها و اقدامات دولت‌های خارجی برای تشویق فرزندآوری قابل تأمل است.

دی ماه ۱۴۰۳

۳۰

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



آلمان؛ به امید مهاجران



در بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا، دولت توانست پس از حدود چهار دهه کاهش نرخ تولد، بالاترین نرخ زاد و ولد را در سال ۲۰۱۷ ثبت کند. این افزایش نرخ زاد و ولد، هر چند کوچک، پس از یک دوره ۱۰ ساله اصلاحات اتفاق افتاد. با وجود تلاش‌های دولت آلمان، افراد بومی این کشور هنوز هم تمایل چندانی به فرزندآوری ندارند. بر اساس آماری که چندی پیش منتشر شد، ۲۰ درصد از والدین آلمانی از بچه‌دار شدن پشیمانند. این افراد در مصاحبه‌های خود اعلام کرده‌اند که داشتن فرزند آنان را در زندگی محدود کرده و بخشی از آزادی فردیشان را از بین برده است. نکته‌ای که نشان می‌دهد موانع فرزندآوری محدود به مباحث اقتصادی نیست. به همین دلیل دولت آلمان در کنار برنامه‌هایی که برای کمک به خانواده‌ها تدارک دیده، پذیرش بیشتر مهاجران را نیز در دستور کار خود قرار داده است. پس از سال ۲۰۱۷ نرخ رشد جمعیت آلمان باز هم منفی شد تا اینکه در سال ۲۰۲۳ با پذیرش حدود ۳۰۰ هزار مهاجر، جمعیت آلمان برای نخستین بار افزایش پیدا کرد. به نظر می‌رسد این سرنوشت بیشتر کشورهای غربی خواهد بود، که در آن‌ها فرهنگ فردگرایی مدت‌هاست که شکل گرفته و تثبیت شده است.

مشوق‌ها

- برای هر خانواده دارای یک کودک ۱۰۵۰ کرون، ۲ کودک ۲۰۲۰ کرون، ۳ کودک ۳۶۰۰ کرون و ۴ کودک ۵۵۰۰ کرون در ماه کمک هزینه در نظر گرفته می‌شود.
- والدین از ۱۶ ماه مرخصی زایمان همراه با حقوق بهره‌مند می‌شوند که هزینه آن بین دولت و کارفرما تقسیم می‌شود.

ایتالیا؛ مالیات کمتر از شرکت‌های حامی مادران



حدود نیم قرن پیش در کشور ایتالیا، به ازای هر فرد بالای ۶۵ سال یک کودک ۶ ساله و یا جوان‌تر وجود داشت. این عدد حالا به یک کودک به ازای هر ۵.۶ فرد مسن رسیده است. ایتالیا سال گذشته، کمترین میزان زاد و ولد را در ۱۵ سال گذشته ثبت کرد.

مشوق‌ها

- دولت جدید این کشور طرحی دارد که مالیات کمتری از شرکت‌هایی که با مادران قرارداد کار دائمی می‌بندند، خواهد گرفت.
- مادرانی که بیشتر از دو فرزند داشته باشند، تحت حمایت‌های مالی دولت قرار می‌گیرند.

فرانسه؛ نگرانی‌های رئیس‌جمهوری بی‌فرزند



امانوئل مکرور در دور دوم ریاست‌جمهوری خود طرحی موسوم به «تسلیح مجدد جمیت» ارائه کرد. این طرح شامل مشوق‌های مالی، معافیت‌های مالیاتی و کاهش ساعات اداری برای والدین فرانسوی می‌شود. ترویج ارزش‌های خانواده مورد دیگری است که به باور امانوئل مکرور باید در راس امور قرار بگیرد. با این حال منتقدان این طرح می‌گویند برنامه‌مکرور نمی‌تواند به اندازه کافی موثر باشد و این رئیس‌جمهور باید به جای تصویب طرح‌های محدود، به فکر حل فراگیر بحران‌های اقتصادی و اجتماعی فرانسوی‌ها باشد. بسیاری نیز وی را به دلیل نداشتن فرزند و در عین حال تشویق دیگران به فرزندآوری مورد سرزنش قرار می‌دهند.

مشوق‌ها

- حقوق ۱۸۰۰ یورویی برای مادرانی که در خانه مراقب بچه خود باشند.
- زنانی که بچه‌دار شوند می‌توانند دیگر کار نکنند و دوسوم حقوق یعنی ۲۳۷۵ دلار در ماه دریافت کنند.
- والدینی که صاحب فرزند شوند، از ۱۴ ماه مرخصی مشترک بهره‌مند می‌شوند.
- والدینی که نیاز مالی هم نداشته باشند، ماهانه به ازای هر فرزند ۴۰۰ دلار کمک هزینه می‌گیرند.

سوئد؛ کمک هزینه کودک



این کشور اسکاندیناوی تا سال ۲۰۵۰ بیش از ۳ میلیون نفر سالمند خواهد داشت که یک میلیون نفر آنها بالای ۸۰ سال سن خواهند داشت. این درحالی است که با نرخ رشد فعلی در سال ۲۰۵۰ کمتر از ۵۰۰ هزار کودک در این کشور متولد خواهد شد. اکنون ۴۰ سال می‌شود که در سوئد به ازای هر کودکی که در این کشور به دنیا می‌آید، تا ۱۶ سالگی کمک هزینه تعلق می‌گیرد. این کمک هزینه برای خانواده‌هایی که نیاز مالی نداشته باشند به شکل پس‌انداز برای فرزند درمی‌آید که با این پس‌انداز می‌تواند در سن قانونی خانه بخرد. هر چه تعداد فرزندان در یک خانواده بیشتر باشد؛ میزان این کمک هزینه بیشتر می‌شود.



همانند کشورهای دیگر اروپایی، انگلیس برای تشویق مردم به فرزندآوری به کمک هزینه و مشوق های مالی، معافیت های مالیاتی و طولانی تر کردن مرخصی های زایمان روی آورده است. پس از عدم مشاهده نتایج مثبت در یک دوره نسبتاً طولانی، دولت انگلیس چندی پیش تصمیم گرفت که خانواده های بیشتری را تحت پوشش کمک هزینه های مالی قرار دهد

اتخاذ این تصمیم جدید، اکنون نیم میلیون خانواده بریتانیایی که دارای فرزندان زیر ۱۶ سال هستند، می توانند روی کمک دولت حساب کنند.

مشوق ها

- مادران در فرانسه ۱۶ هفته مرخصی زایمان دارند. سپس والدین ۳ سال مرخصی بدون حقوق دارند.
- خانواده ها در صورت داشتن فرزند سوم، سالانه هزار یورو کمک هزینه دریافت می کنند.

مشوق ها

- همه مادران پس از زایمان از ۵۲ هفته مرخصی بهره مند می شوند که ۳۹ هفته آن همراه با حقوق است.
- برای بچه اول خانواده، ۲۰۳ پوند و برای بچه های دوم به بعد به ازای هر کدام ۱۳۴ پوند حقوق در هفته در نظر گرفته می شود.

انگلیس: کمک هزینه مالی برای نیم میلیون خانواده

همانند کشورهای دیگر اروپایی، انگلیس برای تشویق مردم به فرزندآوری به کمک هزینه و مشوق های مالی، معافیت های مالیاتی و طولانی تر کردن مرخصی های زایمان روی آورده است. پس از عدم مشاهده نتایج مثبت در یک دوره نسبتاً طولانی، دولت انگلیس چندی پیش تصمیم گرفت که خانواده های بیشتری را تحت پوشش کمک هزینه های مالی قرار دهد. با



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

تنها با افزایش مهاجرت، جمعیت استرالیا اندکی افزایش یافته است. اما به تازگی، دولت فاش کرد که قصد دارد برنامه مهاجرت را محدودتر از قبل کند.

چین؛ بازگشت از سیاست تک فرزندی

پس از هند، چین با جمعیت ۱.۴ میلیاردی خود دومین کشور پرجمعیت جهان است. اما حتی چین نیز که روزگاری مردم‌ش را بخاطر داشتن بیشتر از یک فرزند تنبیه می‌کرد، اکنون به فکر افزایش میزان زاد و ولد افتاده است. سیاست تک فرزندی که از سال ۱۹۸۰ تا سال ۲۰۱۵ اجرا شد جلوی اضافه شدن حدود ۴۰۰ میلیون نفر را به جمعیت چین گرفت. دولت این کشور در سال ۲۰۱۶ اعلام کرد که زوجین می‌توانند از این پس حداکثر دو فرزند داشته باشند. بعدها در سال ۲۰۲۱، چین این عدد را به ۳ افزایش داد. با وجود چنین اصلاحاتی، نسل جوان در کشور چین هنوز هم در رابطه با ازدواج و بچه‌دار شدن مردد است.



مشوق‌ها

- در کنار تغییر سیاست‌ها، دولت چین از سال ۲۰۲۱ اقدام به کم کردن مالیات دریافتی از آن دسته از افرادی کرد که صاحب نوزاد و یا کودک خردسال‌اند.
- قرار است مرخصی‌های زایمان طولانی مدت‌تر و کمک هزینه‌های مسکن به زوج‌هایی که بچه‌دار می‌شوند داده شود.

کره جنوبی؛ هزینه کلان و خطر انقراض

در حال حاضر کره جنوبی کمترین میزان زاد و ولد در جهان را دارد و این بحران در سال‌های گذشته مرتباً بدتر شده است. بعضی از گزارش‌ها و تحلیل‌ها هشدار می‌دهند که در صورتی که وضع موجود تغییر نکند، نسل مردم کره جنوبی تا سال ۲۷۵۰ منقرض خواهد شد. رئیس‌جمهور کره جنوبی اخیراً اعلام کرد که معاونتی به نام معاونت جمعیت شکل خواهد داد تا بتواند حل این بحران را به شکل جدی‌تری دنبال کند. دولت کره جنوبی تنها در چند سال اخیر حدود ۲۰۰ میلیارد دلار خرج کرده است تا زوج‌های کره‌ای را تشویق به فرزندآوری کند. با این وجود بسیاری از کارشناسان معتقدند که این کشور قبل از هر چیزی باید نگرانی‌های زنان جامعه را حل کند که از خانه رانده و از محل کار مانده‌اند.



کانادا؛ مرخصی طولانی مدت

کشور کانادا هنوز نتوانسته برنامه‌ای جامع، کامل و تاثیرگذار برای حل معضل جمعیتی خود اتخاذ کند و همچنان با مهاجرپذیری سعی دارند جمعیت خود را بهبود ببخشند. با این حال سیستم درمانی کانادا که برای همه مردم این کشور رایگان است سعی می‌کند مادران، نوزادان، و کودکان را برای دریافت خدمات پزشکی در اولویت قرار دهد.

مشوق‌ها

- والدین از ۳۵ هفته مرخصی زایمان برخوردار می‌شوند که می‌توانند بصورت مشترک از آن استفاده کنند.
- در ایالت‌های مختلف کانادا، کمک هزینه‌هایی به خانواده‌های دارای فرزند داده می‌شود؛ مثلاً در ایالت کبک که یک چهارم جمعیت این کشور را در خود جای داده، برای فرزند اول ۵۰۰، فرزند دوم ۱۰۰۰ و برای فرزند سوم ۱۵۰۰ دلار کانادا در نظر گرفته می‌شود.

استرالیا؛ در انتظار سونامی خاکستری

کشور استرالیا چندین دهه است که می‌کوشد وضعیت جمعیت خود را بهبود بخشیده و از پیری حفظ کند. نرخ باروری استرالیا در حال کاهش بوده و جمعیت نیز در حال کاهش است. در حال حاضر، نرخ باروری استرالیا در کمترین حد خود در تاریخ است و از زمان بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ تقریباً ۲۰ درصد دیگر کاهش یافته است. نرخ فعلی ۱.۶ است که بسیار کمتر از «نرخ جایگزینی» بالای ۲.۱ تولد به ازای هر زن است. کارشناسان این کشور می‌گویند، استرالیا باید خود را برای مواجهه با یک «سونامی خاکستری» آماده کند. گزارش جدید نشان می‌دهد که سیستم مراقبت از کودکان استرالیا برای بسیاری از خانواده‌ها کار نمی‌کند. مراقبت از کودکان در استرالیا به قدری گران است که مادران می‌توانند ۱۰۰ درصد از دستمزد دریافتی خود را برای این موضوع از دست بدهند.



در حالی که یارانه‌های مراقبت از کودک افزایش یافته است، کمیسیون رقابت و مصرف‌کننده استرالیا، می‌گوید که تحت ترتیبات فعلی، مراقبت از کودک برای بسیاری از خانواده‌ها نه مقرون به صرفه است و نه در دسترس، و ترتیبات یارانه هم کمکی نمی‌کند.



بررسی قانون جوانی جمعیت از نگاه صالح قاسمی
پژوهشگر و کارشناس تحولات جمعیت



ایجاد گفتمان جمعیت در کشور

جمعیت به یکی از چالش‌های دنیای امروز تبدیل شده است و دنیا به سمت پیری می‌رود. بخشی از این ماجرا به دلیل دخالت در روند طبیعی رشد جمعیت در بازه‌هایی از زمان و اجرای برنامه‌های کنترلی جمعیت در کشورهای مختلف دنیا از جمله ایران بود که موجب شد وضعیت جمعیت در بسیاری از کشورها به شرایط بحرانی صفر و منفی برسد. حالا سال‌هاست اغلب کشورهای دنیا به خصوص کشورهای غربی که با تبعات ترسناک رشد صفر و منفی جمعیت درگیرند، ناچار شده‌اند برای تأمین نیروی انسانی مورد نیازشان به سیاست‌های جایگزینی همچون مهاجرت‌پذیری روی بیاورند. در ایران هم ما با کاهش چشمگیر رشد جمعیت مواجهیم، به گونه‌ای که طی سال‌های اخیر نرخ رشد جمعیت و نرخ باروری با شیب تندی به سمت کاهش شدن پیش رفته است. صالح قاسمی، پژوهشگر و کارشناس تحولات جمعیت در باره پیشینه جمعیتی در کشور و قانون کاهش جمعیت در دهه‌های گذشته معتقد است که پیشینه تحولات جمعیتی در ایران به شدت متأثر از ابر پروژة‌های بین المللی مدیریت جمعیت و مهندسی اجتماعی جهانی است. صالح قاسمی ۴۶ ساله افزون بر تحصیل در علوم اجتماعی، دروس حوزه علمیه را نیز خوانده و در همایش‌های متعدد و نشست‌های تخصصی جمعیت، خانواده و فرزندآوری فعالیت علمی داشته است.



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



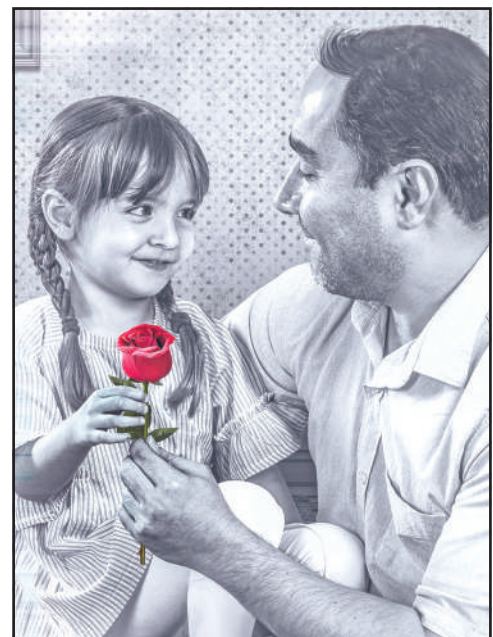
زیاده‌روی در کنترل جمعیت

پیش از انقلاب اقداماتی برای کنترل جمعیت اتفاق افتاد اما همراهی نکردن مردم و نخبگان و علمای دینی باعث عدم توفیق این طرح شد. بعد از انقلاب و برای مدتی، چنین سیاست‌هایی دنبال نشد ولی از سال حدود ۶۶-۶۵ به بعد دوباره زحمتهای سیاست‌های تنظیم خانواده و کنترل جمعیت به گوش رسید و در برنامه اول توسعه قرار گرفت. افراطی‌گری و زیاده‌روی در سیاست تنظیم خانواده در این بازه زمانی باعث کاهش نرخ باروری در سال‌های بعد شد. قرار بود از نرخ باروری ۶.۵ فرزند به ازای هر زن در دهه ۶۰، تا سال ۹۰ به نرخ باروری ۴ فرزند به ازای هر زن برسیم ولی با شتابی که صورت گرفت، ما این مسیر بیش از ۲۰ ساله را در ۵ سال طی کردیم و به جای اینکه به نرخ باروری ۴ فرزند به ازای هر زن برسیم، به نرخ باروری ۲ فرزند به ازای هر زن رسیدیم. اکنون نیز نرخ باروری ۱.۶ فرزند به ازای هر زن اعلام شده است. در واقع افراط در اجرای این سیاست‌ها چالش و بحرانی جدی برای کشور ایجاد کرد که به نظر می‌رسد جبران آن را باید خیلی جدی گرفت چون در آینده بسیار نزدیک، تمام ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی و سیاسی کشور از این منظر دچار چالش و آسیب جدی خواهد شد.



قانون جوانی جمعیت

قانون جوانی جمعیت بسیار نوپاست و نتیجه‌گیری از آن نیاز به زمان بیشتری دارد. ارزیابی قانونی که کمتر از ۳ سال از اجرای آن گذشته و بر اساس اظهارات دستگاه‌های نظارتی مثل سازمان بازرسی کل کشور و سایر سازمان‌های نظارتی دیگر، کمتر از ۲۰ درصد آن اجرایی شده است، کار سختی است و الان زمان مناسبی برای ارزیابی نوع اجرا و میزان اثرگذاری این قانون نیست. حداقل ۶ یا ۷ سال باید از اجرای قانون جوانی جمعیت بگذرد و بیش از ۵۰ درصد آن اجرایی شده باشد تا بتوان میزان توفیق آن را بررسی کرد. با این حال و با وجود عمر کم، به نظر من این قانون توانسته گفتمان جمعیت را در کشور ایجاد کند. به طور مثال، روند کاهش تولدها که در دهه ۹۰ به بیش از ۱۴۰ تا ۱۵۰ هزار کاهش رسید، در سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ به حدود ۲۰ تا ۳۰ هزار کاهش رسیده است. این نشان می‌دهد که شیب کاهش موالید کمتر از گذشته شده است. همچنین تعداد تولد فرزندان سوم، چهارم و پنجم زیادتر شده که نشان می‌دهد جامعه به تدریج به مفهوم داشتن فرزند سوم تا پنجم نگاه مثبت‌تری پیدا کرده و تابوهای قبلی شکسته شده است.



فرصت محدود باقیمانده

شرط اصلی پایداری جمعیت و افزایش فرزندآوری این است که بیش از ۵۰ درصد قانون جوانی جمعیت اجرا شود. اگر خانواده‌های ایرانی به این نتیجه برسند که نظام برنامه‌ریزی در حمایت از فرزندآوری صادق است و اعتماد آنها جلب شود، ممکن است الگوی فرزندآوری تغییر کند اما اگر خانواده‌ها احساس کنند که این قانون تنها یک اقدام نمایشی است و به تدریج فراموش می‌شود، احتمالاً این قانون به ضد خود تبدیل خواهد شد. بنابراین، دو تا سه سال آینده بسیار حیاتی است، زیرا این دوره می‌تواند سر نوشت این قانون را تعیین کند. همچنین این نکته را هم باید در نظر داشت که فرصت ۴ ساله دولت چهاردهم دقیقاً ۴ سال پایانی مدت اجرای آزمایشی قانون است و در پایان این مدت، نوع رویکرد این دولت است که تعیین می‌کند که قانون جوانی جمعیت موفق می‌شود یا خیر.

انذارهای رهبر انقلاب درباره تحدید جمعیت

راهبردهای گریز از پیری



از ابتدای دهه ۹۰ شمسی، حضرت آیت الله خامنه‌ای درباره پیر شدن جمعیت کشور، مردم و مسئولان را انذار داده‌اند. در این سال‌ها ایشان به کرات، تداوم سیاست‌های ابتدای دهه ۷۰ برای کاهش موالید را نادرست خوانده و فروتنانه حتی خود را نیز مقصر اعلام کرده‌اند که چرا در همان زمان، مسئولان، بهنگام از ادامه آن جلوگیری نکردند. ایشان ۲۳ مهرماه سال ۱۳۹۱ در دیدار جوانان استان خراسان شمالی تعبیر جالبی از این سیاست‌ها داشتند: «فرض کنید به شما بگویند آقا این شیر آب را یک ساعت باز کنید. بعد شما شیر را باز کنی و بروی! ماها رفتیم، غافل شدیم: ده سال، پانزده سال. بعد حالا به ما گزارش میدهند که آقا جامعه‌ی ما در آینده‌ی نه چندان دوری، جامعه‌ی پیر خواهد شد؛ این چهره‌ی جوانی که امروز جامعه‌ی ایرانی دارد، از او گرفته خواهد شد.» در چنین شرایطی بود که رهبر انقلاب ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۳ سیاست‌های کلی جمعیت را ابلاغ کردند تا به عنوان چراغ‌راهی در کشور، پیش‌پای قانونگذاران و کارگزاران نظام را روشن کند؛ کم‌این که پس از تصویب و اجرای قانون جوانی جمعیت از تعداد این جنس تذکرها در بیانات ایشان کاسته شد. با این حال این مسئله از چنان اهمیتی برای ایشان برخوردار است که اخیراً به هیئت دولت چهاردهم نیز در این باره توصیه‌های اکیدی داشتند. ۱۴ بند سیاست‌های کلی جمعیت احاطه کلی‌تری درباره موضوع دارد اما برای استفاده بهتر از سخنان پدرا نه و مرشدانه معظم له، بیانات ایشان در حدود ۱۲ سال اخیر را رصد کرده و مهم‌ترین محورهای سخنان ایشان درباره افزایش جمعیت و عوامل موثر بر آن را احصا کرده‌ایم تا شاید از این تجمیع، بیشتر از نقطه نظر ایشان مطلع شویم.





مهم ترین محورهای بیانات رهبری درباره تحدید جمعیت



**۱۵۰
میلیون نفر**

با امکاناتی که داریم کشور می تواند ۱۵۰ میلیون نفر جمعیت داشته باشد.
از بیانات در دیدار کارگزاران نظام/۳ مرداد ۱۳۹۱: از این حالتی که امروز وجود دارد - یک بچه، دو بچه - باید کشور را خارج کنند. رقم ۱۵۰ میلیون و ۲۰۰ میلیون را اول امام گفتند - و درست هم هست - ما باید به آن رقم ها برسیم.



تداوم سیاست تحدید نسل اشتباه بود.

از بیانات در دیدار کارگزاران نظام/۳ مرداد ۱۳۹۱: سیاست تحدید نسل در یک برهه ای از زمان درست بود؛ یک اهدافی هم برایش معین کردند. آنطوری که افراد متخصص و عالم و کارشناسان علمی این قسمت تحقیق و بررسی کردند و گزارش دادند، ما در سال ۷۱ به همان مقاصدی که از تحدید نسل وجود داشت، رسیدیم. از سال ۷۱ به این طرف، باید سیاست را تغییر میدادیم؛ خطا کردیم، تغییر ندادیم. امروز باید این خطا را جبران کنیم.



از حالا باید علاج واقع کرد و مانع پیری جمعیت شد؛ کشورهایی در دنیا که دچار پیری جمعیت شده‌اند راه حلی برای آن ندارند.

از بیانات در دیدار اعضای همایش ملی «تغییرات جمعیتی و نقش آن در تحولات مختلف جامعه» ۱۳۹۲/۶ آبان: ما اگر چنانچه با این شیوه‌ای که امروز داریم حرکت می‌کنیم پیش برویم، در آینده‌ی نه‌چندان دور، یک کشور پیری خواهیم بود که علاج این بیماری پیری هم در حقیقت در دسترس نیست؛ حالا نه [اینکه] در دسترس ما نیست، [بلکه] در دسترس هیچ کس نیست؛ یعنی امروز کشورهایی که در دنیا دچار پیری شده‌اند و قدرت «زاد و ولد» خودشان را از دست داده‌اند، به دشواری می‌شود گفت که راه علاجی برای حل این مشکل دارند. ما هم طبعاً با همین مشکل مواجه خواهیم شد؛ و نباید بگذاریم به اینجا برسند.



محدود کردن نسل برای کشور خطر بزرگی است؛ کشور در آینده دچار مشکل‌های فراوان می‌شود.

از بیانات در دیدار دانش‌آموزان و دانشجویان ۱۳۹۸/۱۲ آبان: نتیجه‌ی این مسئله‌ی تحدید نسل، ده سال دیگر، پانزده سال دیگر این خواهد بود که شما دیگر کشور را متراکم از نسل جوان مشاهده نخواهید کرد؛ و اینکه بنده این همه تکرار میکنم، تأکید میکنم، هشدار میدهم، به خاطر این است. بعضی از خطرات و اقدامات خطرناک هست که اثر آن بعد از ده سال، بیست سال ظاهر خواهد شد، آن وقتی که دیگر کاری هم نمی‌شود کرد.



دشمن می‌خواهد کشورهای اسلامی جمعیت زیاد و جوان‌های فعال و کارآمد نداشته باشند.

از بیانات در دیدار مسئولان نظام ۱۳۹۷/۲ خرداد: بدانیم نسخه‌های غربی برای ما قابل اعتماد نیستند. من نمیگویم بکلی رد کنیم؛ نه، بسنجیم. تسلیم بی‌برو بر گرد نسخه‌های غربی نمیشود شد؛ نه در زمینه‌ی اقتصاد، نه در زمینه‌های دیگر مثل مسئله‌ی جمعیت. قضیه‌ی جمعیت یکی از همان نسخه‌های غربی است. اخیراً دستگاه تبلیغاتی دولت انگلیس خبیث تجویز نسخه هم کرده که ایران برای سی میلیون جمعیت، خیلی کشور خوبی خواهد بود! چشمتان چهار تا! ان شاء الله این جمعیت به ۱۵۰ میلیون هم خواهد رسید.



جامعه پیر نمی‌تواند به قله‌های پیشرفت برسد.

از بیانات در دیدار مداحان اهل بیت علیهم السلام ۱۳۹۸/۲۶ بهمن: وقتی با تبلیغات چندجانبه و همه‌جانبه روی فرزندان آوری کمتر تبلیغ میشود، میرسیم به وضعیتی فعلی که آدمهای وارد، هشدار میدهند نسبت به بیست سال دیگر، سی سال دیگر، از لحاظ پیر شدن کشور، پیر شدن جامعه. جامعه‌ی پیر نمیتواند به آن قله‌ها برسد؛ همه‌ی پیشرفتهای ما تا امروز به برکت حضور جوانها بوده. بنده گفته‌ام که پیرها بلاشک نقش ایفا میکنند، اما موتور، جوانها پند. اگر این جامعه محروم بماند از یک جمعیت قابل جوان، دشمن بر این جامعه مسلط خواهد شد.



اگر کشور جوان نباشد نمی‌تواند ثروتمند شود.

از بیانات در دیدار کارآفرینان، تولیدکنندگان و دانش‌بنیان‌ها ۱۴۰۱/۱۰ بهمن: ما امروز در کشورمان جوان خیلی داریم اما آیا فردا هم همین اندازه جوان خواهیم داشت؟ معلوم نیست. با این وضعی که من مشاهده میکنم، با این همه تأکیدی هم که کردیم، در عین حال نتایج، خیلی نتایج دلگرم کننده‌ای نیست؛ ممکن است فردا این همه جوان نداشته باشیم؛ ما باید کشور را برای آن روز ثروتمند کنیم. اگر آن روزی که ما جوان کم داریم، کشور ثروتمند نباشد، نمیتواند دیگر ثروتمند بشود.



«فرزند کمتر، زندگى بهتر» سياست اروپايى و غربى است كه خودشان عمل كردند و اکنون نمى‌توانند آن را جبران كنند.

از بيانات در ديدار اعضاى همائش ملى «تغييرات جمعيتى و نقش آن در تحولات مختلف جامعه» ۶ آبان ۱۳۹۲: يك نگاه مقلدانهاى به زندگى غربى يا به زندگى اروپايى وجود داشته كه به اينجاها منتهى شده و ميراث آن به ماها رسيده؛ ما هم در يك برهه‌اى از زمان غفلت كرديم، كارى كه بايد انجام بدهيم انجام نداديم. در حالى كه امروز در [بعضى از] همين كشورهاي غربى از كاهش بارورى دارند زيان مى‌بينند و پشيمانند، و در بعضى از كشورهاي غربى مطلقاً كاهش بارورى وجود ندارد؛ يعنى خانواده‌هاى پر جمعيت، مثلاً خانواده‌اى آمريكايى با ده دوازده بچه، چطور خانواده‌اى ايرانى [كه] مى‌خواهد از او تقليد كند بايد حتماً يك بچه داشته باشد يا دو بچه! كه اين الان وجود دارد و گزارشها و خبرها از اين واقعيت به ما اطلاع ميدهد.



● از بيانات در ديدار ائمه جمعه سراسر كشور ۲۶ دى ۱۴۰۲: مسئله‌اى زاد و ولد يا مسئله‌اى جوانى جمعيت يك مسئله‌اى حياتى است. افرادى از دشمنان ملت ايران نشستند در يك گوشه‌اى از دنيا، برنامه‌ريزى کرده‌اند كه نگذارند جمعيت ايران افزايش پيدا كند؛ بالاخره يك كشورى با اين همه امكانات مادى و منابع و موقعيت راهبردى جغرافيايى و مانند اين حرفها، با اين جمعيت با استعدادى كه كشور ما دارد، حالا مثلاً ۱۵۰ ميليون يا ۲۰۰ ميليون هم جمعيت داشته باشد! اين يك خطر بزرگى است برايشان، لذا برنامه دارند كه [بايد جلوى اين گرفته بشود]. آن نيروى انساني پيشراني كه كشور را پيش ميبرد كيست؟ جوانها. ما چند سال قبل از اين، آمار كشور را كه ميداديم، ميگفتيم فلان درصد از جمعيت كشور — يك درصد بالايى — جوانند؛ امروز آن [جورى] نيست، امروز كم شده. اگر چنانچه اين كم بشود و كشور تبديل بشود به يك كشور پير، ديگر پيشرفتي ندارد؛ اين نقشه‌اى دشمنان است.

كشورهايى كه جمعيت زيادى دارند به خيلى از امكانات دست يافته‌اند.

از بيانات در ديدار جمعى از زوجه‌اى جوان ۶ فروردين ۱۳۹۸: خداى متعال از مسلمانها خواسته كه زياد بشوند، افزايش پيدا كنند. واقعاً هم اين جور است كه اگر چنانچه عدد ملت مسلمان — حالا در يك كشور اسلامى مثل كشور ايران يا در فضاى اسلامى مثل امت اسلامى — زياد باشد، اين زمينه و امكان براى رشد و تعالى در آنها وجود دارد؛ يعنى وقتى كه عده زياد است، افراد صالح در آن قهر از يادترند، توانايى ها قهرابيشتر است، نيروى انساني قهراراقى تر است؛ اين چون طبيعى است اگر چنانچه جمعيت زياد باشد. جمعيت كم، مقهور واقع ميشود. امروز در دنيا آن كشورهايى كه جمعيت‌هاى زيادى دارند، به بركت آن به خيلى امكانات دست يافته‌اند؛ چين يك نمونه است، هند يك نمونه است؛ با اينكه مشكلاتى هم دارند اما در عين حال خود اين جمعيت زياد به عنوان يك ارزش اجتماعى، ارزش سياسى، يك ارزش بين‌المللى براى آنها توانسته موفقيت‌هاى را به وجود بياورد. بنا بر اين نسل بايد افزايش پيدا كند؛ اينكه من تكرر مى‌كنم، تأكيد ميكنم، به خاطر اين است.



بررسى عالمانه شود كه چه عواملى موجب مى‌شود جامعه دچار ميل به كم‌فرزندى يا بالارفتن سن از دواج شود.

از بيانات در ديدار اعضاى همائش ملى «تغييرات جمعيتى و نقش آن در تحولات مختلف جامعه» ۶ آبان ۱۳۹۲: چرا سن از دواج در كشور ما بالا رفته؟ مگر جوان هفده ساله، هجده ساله، نوزده ساله، احتياج ندارد به اطفاء نياز جنسى و غريزه‌اى جنسى؟ ما بايد به اين فكر كنيم. خوب، از آن طرف ميگويند كه اينها خانه ندارند، شغل ندارند، درآمد ندارند؛ ببينيم چگونه ميشود كارى كرد كه همه‌اى اينها با هم جمع بشود. ما نبايد تصور بكنيم كه حتماً بايستي يك نفرى يك خانه‌اى ملكى داشته باشد، يك شغل درآمد دارى داشته باشد، بعد از دواج بكنند؛ نه، «أَنْ يَكُونُوا قُفْرَاءَ يُغْنِيهِمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ»؛ اين قرآن است [كه] با ما دارد اين جور حرف ميزند. يعنى همه‌اى آن گره‌هاى ذهنى‌اى را كه وجود دارد در اين زمينه، بايد شما باز كنيد، يعنى شأن شما و همائشى از اين قبيل، اين است كه بايستي اين كار فكرى و علمى را بكنند؛ يعنى صرفاً بيان فكر، بيان خواست و حتى شعارهايى در اين زمينه نباشد. واقعاً كار بشود، كار فكرى بشود؛ عوامل كاهش جمعيت و موجبات افزايش جمعيت به نحو مطلوب و با اعتدال متناسب، درست سنجيده بشود، مطرح بشود [تا] اقناع بشوند افكار نخبگان.





تکثیر نسل و تربیت نسل جوان، یکی از بزرگترین «معروف»ها محسوب می‌شود.

از بیانات در حرم مطهر رضوی/ ۱ فروردین ۱۳۹۴: معروفی بالاتر از ایجاد نظام اسلامی و حفظ نظام اسلامی نداریم؛ هر کسی که در این راه تلاش کند، آمر به معروف است؛ حفظ عزت و آبروی ملت ایران، بزرگ‌ترین معروف است. معروفها اینها هستند: اعتلای فرهنگ، سلامت محیط اخلاقی، سلامت محیط خانوادگی، تکثیر نسل و تربیت نسل جوان آمادگی برای اعتلای کشور، رونق دادن به اقتصاد و تولید، همگانی کردن اخلاق اسلامی، گسترش علم و فناوری، استقرار عدالت قضائی و عدالت اقتصادی، مجاهدت برای اقتدار ملت ایران و ورای آن و فراتر از آن، اقتدار امت اسلامی و تلاش و مجاهدت برای وحدت اسلامی؛ مهم‌ترین معروف‌ها این‌ها است و همه موظفند در راه این معروف‌ها تلاش کنند؛ امر کنند.



برای ترویج ازدواج و افزایش فرزندآوری باید فرهنگسازی کرد.

از بیانات در دیدار جمعی از زوج‌های جوان/ ۶ فروردین ۱۳۹۸: امروز در کشور ما مردم گوش میکنند، حرفی ندارند؛ آن کسانی که این حرف به آنها میرسد، حرفی ندارند و گوش میکنند منتها مسئولینی که بایستی عملاً دنبال کنند و زمینه‌ها را فراهم کنند، آن کار لازم را انجام نمیدهند. البته مسئولین [رده] بالا میگویند قبول داریم اما مسئولین میانی درست عمل نمیکند؛ به هر حال افزایش فرزند باید به صورت یک فرهنگ دربیاید. شما ببینید، در بعضی از کشورهای غربی — مثلاً در آمریکا — خانواده‌ای پانزده تا بیست و پنج دارند، بیست تا بیست و پنج دارند و از این قبیل، تشویق [هم] میشوند و هیچ کس مذمتشان نمیکند. اما نوبت به کشور ما که میرسد، این طرف قضیه تشویق میشود، [یعنی] کم‌فرزندی و مانند اینها.

فرزندآوری نیاز به قانون دارد.



از بیانات در ارتباط تصویری با نمایندگان یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی/ ۲۲ تیر ۱۳۹۹: مسئله‌ی فرزندآوری و مسئله‌ی نسل بسیار مهم است؛ این موضوعی است که بنده بارها در این چند سال اخیر تکیه کرده‌ام و تأکید کرده‌ام، اولی [متأسفانه حالا که انسان نتایج را نگاه میکند، معلوم میشود که خیلی این تأکیده‌ها تأثیر زیادی نداشته. اینها احتیاج دارد به قانون، احتیاج دارد به دنبال گیری جدی دستگاه‌های اجرایی و بایستی بچند مسئله‌ی فرزندآوری را مهم دانست و از پیری جمعیت ترسید. حالا خارجی‌ها را کار نداریم؛ دشمن، دشمن است؛ اما بعضی کج‌سلیقگی‌ها را متأسفانه آدم در داخل مشاهده میکند — یک جایی خواندم — که میگویند «آقا! پیری جمعیت اشکالی ندارد!»؛ چطور اشکالی ندارد؟ یکی از پُرفایده‌ترین ثروتهای یک کشور، جمعیت جوان در یک کشور است که ما بحمدالله از اوایل انقلاب تا امروز برخوردار بوده‌ایم و اگر بنا باشد بعداً بر خوردار نباشیم، یقیناً عقب خواهیم ماند.



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

۱۲



تلاش برای افزایش نسل یک «فریضه» است.

بخشی از پیام به‌فعالان حوزه جمعیت/۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۱: تأکید می‌کنم که تلاش برای افزایش نسل، و جوان شدن نیروی انسانی کشور و حمایت از خانواده، یکی از ضروری‌ترین فرائض مسئولان و آحاد مردم است. این فریضه درباره‌ی افراد و مراکز اثرگذار و فرهنگ‌ساز، تأکید بیشتر می‌یابد. این یک سیاست حیاتی برای آینده‌ی بلندمدت کشور عزیز ما است. کاوشهای صادقانه‌ی علمی نشان داده است که این سیاست را می‌توان با پرهیز از همه‌ی آسیب‌های محتمل یا موهوم پیش برد و آینده‌ی کشور را از آن بهره‌مند ساخت. به‌دست‌اندر کاران این حسنه‌ی ماندگار توصیه می‌کنم که در کنار تدابیر قانونی و امثال آن، به فرهنگ‌سازی در فضای عمومی و نیز در نظام بهداشتی اهمیت دهند.

۱۴



فرزندآوری مجاهدت بزرگی برای زنان است.

از بیانات در دیدار جمعی از مداحان/۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۲: یکی از مهمترین وظائف زن، خانه‌داری است. همه میدانند؛ بنده عقیده ندارم به این که زنها نباید در مشاغل اجتماعی و سیاسی کار کنند؛ نه، اشکالی ندارد؛ اما اگر چنانچه این به معنای این باشد که ما به خانه‌داری به چشم حقارت نگاه کنیم، این میشود گناه. خانه‌داری یک شغل است؛ شغل بزرگ، شغل مهم، شغل حساس، شغل آینده‌ساز. فرزندآوری یک مجاهدت بزرگ است. ما با خطاهایی که داشتیم، با عدم دقتهایی که از ماه‌ها سر زده، یک برهه‌ای در کشور ما متأسفانه این مسئله مورد غفلت قرار گرفت و ما امروز خطراتش را داریم می‌بینیم؛ که من بارها این را به مردم عرض کرده‌ام: پیر شدن کشور، کم شدن نسل جوان در چندین سال بعد، از همان چیزهایی است که اثرش بعداً ظاهر خواهد شد؛ وقتی هم اثرش ظاهر شد، آن روز دیگر قابل علاج نیست؛ اما امروز چرا، امروز قابل علاج است. فرزندآوری یکی از مهمترین مجاهدتهای زنان و وظائف زنان است؛ چون فرزندآوری در حقیقت هنر زن است؛ اوست که زحماتش را تحمل میکند، اوست که رنجایش را میبرد، اوست که خدای متعال ابزار پرورش فرزند را به او داده است. خدای متعال ابزار پرورش فرزند را به مردها نداده، در اختیار بانوان قرار داده؛ صبرش را به آنها داده، عاطفه‌اش را به آنها داده، احساساتش را به آنها داده، اندامهای جسمانی‌اش را به آنها داده؛ در واقع این هنر زنها است. اگر چنانچه ما اینها را در جامعه به دست فراموشی نسپریم، آن وقت پیشرفت خواهیم کرد.

۱۶



مقررات باید منعطف باشد.

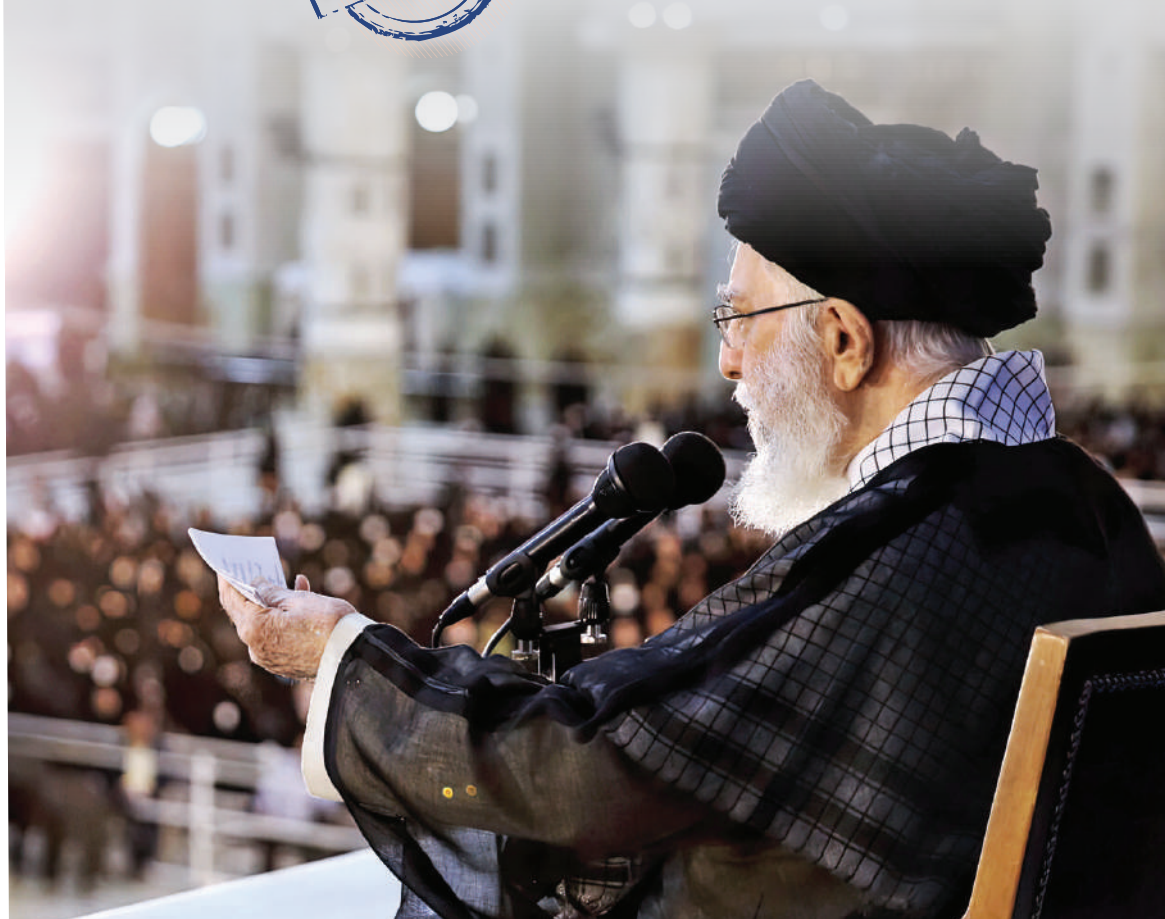
از بیانات در نخستین دیدار هیئت دولت چهاردهم/۶ شهریور ۱۴۰۳: یک نکته هم مسئله‌ی مهم جمعیت و مسئله‌ی پیری زود هنگام کشور است که خیلی [مهم] است. [چهل سال قبل، نرخ رشد جمعیتمان ۳.۵ درصد بوده که از نرخهای خیلی بالا است. خب یک عده‌ای دستپاچه شدند و یک مقرراتی را گذاشتند و یک محدودیتهایی را ایجاد کردند. حالا آن نرخ [رشد جمعیت] ما ۳.۵ که هیچ - البته من دقیق نمیدانم، الان آمار جدیدی ندارم - مثلاً نیم درصد یا حداکثر یک چیز این جوری است، ما باز همان مقررات را میخواهیم اعمال کنیم! این [طور] که نمیشود. مقررات باید منعطف باشد. یک روز جمعیت بی‌ضابطه دارد اضافه میشود، جلوی‌ش را بگیرد، خوب است؛ یک روز هم جمعیت متوقف میشود یا دارد به طرف عقب میرود، کشور به سمت پیری میرود، اینجا باید بلافاصله مقررات را طبق نیاز کشور تغییر بدهید. من از آقای دکتر ظفرقندی، وزیر محترم بهداشت، جداً میخواهم ایشان روی این مسئله شخصاً تکیه کنند، دنبال کنند این موضوع را؛ یعنی واقعا بروید دنبال این قضیه و نگذارید این موانع تولید مثل و ولادت - که متأسفانه زیاد هم هست - ادامه پیدا کند و بر اینها کاملاً تسلط پیدا کنید. شماها خیلی هایتان در دوران جوانی کارهایی کردید که ممکن است امروز آن کارهای پیش‌رونده را نتوانید بکنید. خب ما احتیاج به جوان داریم در کشور. اگر خدای نکرده کشور دچار این عاقبت تلخ و سخت شد، یعنی پیری جمعیت، دیگر هیچ علاجوی وجود ندارد؛ امروز خیلی از کشورها مبتلا هستند. این مسئله‌ی جمعیت است.



ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت

با عنایت به اهمیت مقوله جمعیت در اقتدار ملی؛ و با توجه به پویندگی، بالندگی و جوانی جمعیت کنونی کشور به عنوان یک فرصت و امتیاز؛ و در جهت جبران کاهش نرخ رشد جمعیت و نرخ باروری در سال‌های گذشته، سیاست‌های کلی جمعیت ابلاغ می‌گردد. با در نظر داشتن نقش ایجابی عامل جمعیت در پیشرفت کشور، لازم است برنامه‌ریزی‌های جامع برای رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور متناسب با سیاست‌های جمعیتی انجام گیرد. همچنین ضروری است با هماهنگی و تقسیم‌کار بین ارکان نظام و دستگاه‌های ذیربط در این زمینه، اقدامات لازم با دقت، سرعت و قوت صورت گیرد و نتایج رصد مستمر اجرای سیاست‌ها گزارش شود.

سید علی خامنه‌ای
۳۰ اردیبهشت/۱۳۹۳



سیاست‌های کلی جمعیت



همه باید احساس مسئولیت کنند

مسئله جمعیت و تعداد نفوس امت اسلام در لایه تمدنی انقلاب اسلامی تعریف می شود

* یادداشت

دکتر شکیبامحبی تبار

دبیر ستاد ملی جمعیت



در حال حاضر نرخ باروری ما ۱.۶ است و با عدد نرخ جانشینی که ۲.۱ است فاصله دارد؛ اما حضرت آقا در برنامه هفتم، رشد نرخ باروری را تا ۲.۵ مشخص کرده اند. برای تحقق این مطلب باید عزم ها خیلی جزم تر از اینکه الان هست باشد. در اعمال حاکمیت و پیگیری قانون و تخصیص بودجه و منابع، حتما باید اهتمام و تلاش بیشتری بشود که ما به آن ۲.۵ برسیم. در همه جای دنیا این کار سخت است؛ در جمهوری اسلامی، به لحاظ آن عوامل مردم شناختی ای که در جمعیت ما وجود دارد، این کار سهل تر است و زمینه فراهم است، ولی حاکمیت باید با قدرت بیشتری و با تلاش بیشتری و با تخصیص منابع بیشتری در این حوزه ورود بکند، اگر چه که به نظر می رسد برنامه هفتم هم حق مطلب را برای کسب این عدد به جا نیاورده و به نظر نمی رسد که این عدد را برای ما محقق بکند، مگر اینکه در عرصه آئین نامه ها و تصمیم سازی ها در لایه های بعدی خود برنامه اهتمام بیشتری بشود.



* این متن از سخنان دکتر محبی تبار در میزگردی که در سایت khamenei.ir منتشر شده، باز نشر شده است.



همه ارکان نظام، از صدر تا ذیل - چه حاکمیتی، چه فرهنگی، چه حوزه ها و هر آن کس که در مقابل تاریخ اسلام و تاریخ تشیع واقعا احساس دغدغه و مسئولیت می کند - در زمینه جمعیت مسئولند.

دی ماه ۱۴۰۳

۴۴

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



خطر کاهش نفوس امت اسلام

رشد جمعیت مسئله قوه مجریه و دبیرخانه ستاد ملی جمعیت و رئیس جمهور نیست، بلکه مسئله جمعیت و تعداد نفوس امت اسلام و شیعیان امام عصر، در لایه تمدنی انقلاب اسلامی ما تعریف می شود. در جنگ جهانی دوم که قحطی ساختگی انگلیسی ها حاکم می شود و قریب یک سوّم جمعیت کشور از گرسنگی می میرند، میرزا ابوالحسن اصفهانی (رحمة الله علیه) که نیابت امام عصر را دارد، تمام کارها و درس و بحث و منبر و محراب را تعطیل می کند و هر آنچه از وجوهات را که به دست ایشان می رسد متمرکز می کند در آشپزخانه، خودشان بالای سر آشپزخانه می ایستند، غذا می پزند و به دست مردم می دهند که این ها سیر بشوند. برخی مقدّسین آمدند به ایشان ایراد گرفتند که شما همه چیز را تعطیل کرده اید و همه سمت و سوی زندگی را تغییر داده اید و آمده اید به مردم غذا می دهید؛ آیت الله میرزا ابوالحسن اصفهانی (رحمة الله علیه) فرمایش می کنند که این توصیه مؤکّد امام عصر است که من غذا درست بکنم به دست این ها بدهم که نفوسشان حفظ بشود، زنده بمانند؛ اصلاً شیعه ای وجود داشته باشد، مسلمانی وجود داشته باشد که ما مثلاً خواهیم درس احکام و تبلیغ و این چیزها را به این ها ارائه بکنیم که رشد بکنند. در آن زمان، بحث نسل کشی مسلمین آن گونه اتفاق افتاد — با آن قحطی ساختگی ای که انگلیس ها در این کشور ایجاد کردند — الان هم همان طور است؛ یعنی در یک لایه عمیق تری که نگاه می کنیم، می بینیم واقعاً با یک برنامه ریزی بین المللی، این کاهش جمعیت به کشورها تحمیل شد و با سرمایه گذاری هایی که صندوق بین المللی جمعیت و سایر صندوق ها در کشورها انجام دادند، در خیلی از کشورها این اتفاق افتاد و در جمهوری اسلامی هم بی نظیر ترین کاهش رشد جمعیت اتفاق افتاد.



نیاز مبرم به فرهنگ سازی

بعضی مخالفین می گویند نرخ رشد جمعیت همچنان منفی است و قانون جوانی جمعیت دستاوردی نداشته است. بله، نرخ رشد جمعیت منفی است و معلوم است که تا به نرخ رشد باروری در حدّ جانشینی نرسیم هم مثبت نمی شود. در همه جای دنیا هم این مسئله به کندی اتفاق می افتد، علاوه بر اینکه پیش از تصویب قانون هم در مورد همان سیاست های ابلاغی هیچ کاری نشده بود. به نظر می رسد عمده موانع، بوروکراتیک و بودجه ای است. مهم ترین مسئله و اولویت در اجرای قانون باید بحث فرهنگ سازی باشد. همه جمعیت شناس ها این طور می گویند که باید فرهنگ سازی درست و دقیقی صورت بگیرد تا جهان بینی و نگرش ها و ارزش های افراد تغییر کند که منجر به تغییر رفتار در خانواده بشود. شاید ۳۰ سال است که تک فرزندی و دوفرزندی به صورت یک ارزش در باورها نشست و الان باید اصلاح بشود؛ حداقل این است که ما باید یک سوّم این زمان را طی کنیم و کار فرهنگی دقیق و عمیق و درجه یک نخبگانی بکنیم تا این اتفاق بیفتد و این دستاورد به دست ما برسد. ما در اجرای همه مفاد قانون جوانی جمعیت ورود کردیم، به طوری که بعضی ها پیش بیشتر و بعضی ها پیش کمتر اجرا شده؛ یعنی قانون بر زمین مانده تقریباً نداریم.



تعریف در لایه تمدنی انقلاب اسلامی

مسئله جمعیت و حفظ جوانی جمعیت کشور ما واقعاً در لایه تمدنی انقلاب اسلامی تعریف می شود و وقتی که رهبر انقلاب گفتن تمدن نوین اسلامی را در بیانیه گام دوم انقلاب بیان می کنند، عنصر کلیدی را عنصر جوان می دانند. در چنین شرایطی همه ارکان نظام، از صدر تا ذیل — چه حاکمیتی، چه فرهنگی، چه حوزه ها و هر آن کس که در مقابل تاریخ اسلام و تاریخ تشیع واقعاً احساس دغدغه و مسئولیت می کند — در این زمینه مسئولند و واقعاً همه باید دست به دست هم بدهند و این ثقلی که در قانون به عهده قوه مجریه گذاشته شده که این کار باید با دقت راهبری بشود تا به انجام برسد.



وظایف سازمان تبلیغات اسلامی در قانون جوانی جمعیت



تکالیف قانونی

آبان ماه سال ۱۴۰۰ پس از آن که مجلس «قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» را تصویب کرد و شورای نگهبان آن را تایید نمود، برای اجرای هرچه بهتر نیز تکلیف شد ستاد ملی جمعیت به ریاست رئیس جمهور و ۲۳ عضو دیگر که شامل ۱۰ وزیر و ۴ رئیس سازمان هم می‌شود، تشکیل شود که یکی از اعضای ستاد ملی جمعیت، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی است. در قانون جوانی جمعیت که ۷۳ ماده و ۸۱ تبصره دارد، چند تکلیف بر دوش سازمان تبلیغات اسلامی گذاشته شده است که در ادامه این تکالیف قانونی مرور می‌شوند. باید توجه داشت که مطابق قانون، سازمان تبلیغات اسلامی بیشتر نقش همکار، مشاور و ناظر برای دستگاه‌های اجرایی دارد و اگر تکلیفی در این قانون بر دوش این سازمان گذاشته شده، بیشتر از جنس تبلیغ و ترویج و تعیین برنامه و راهبرد است.



مقام معظم رهبری
تلاش برای افزایش نسل و جوان شدن نیروی انسانی کشور و حمایت از خانواده
یکی از ضروری‌ترین فرائض مسئولان و آحاد مردم است



در قانون جوانی جمعیت که ۷۳ ماده و ۸۱ تبصره دارد، چند تکلیف بر دوش سازمان تبلیغات اسلامی گذاشته شده است که در ادامه این تکالیف قانونی مرور می‌شوند.

دی ماه ۱۴۰۳

۴۶

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



آگاهی بخشی با تولید محتوا

مطابق ماده ۲۸ قانون جوانی جمعیت در کنار ارگان هایی همچون وزارت ارشاد و صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی مکلف شده درباره ۷ محور، در سطح عموم جامعه با اقداماتی از قبیل تولید و پخش فیلم، سریال، تبلیغات بازرگانی، برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه ها، آگاهی بخشی انجام دهد. این محورها عبارتند از:

- وجوه مثبت و ارزشمند ازدواج آسان و به هنگام نیاز
- تعدد فرزندان در خانواده
- تقویت و حمایت از نقش های مادری و همسری
- صیانت از تحکیم خانواده
- مقابله با محتوای مغایر سیاست های کلی جمعیت
- عوارض جانبی استفاده از روش های مختلف پیشگیری از بارداری
- عوارض خطرناک پزشکی، روانشناختی و فرهنگی و اجتماعی سقط جنین

همچنین بند «پ» این قانون، سازمان صدا و سیما را مکلف کرده با مشارکت سازمان تبلیغات اسلامی و سایر نهادهای فرهنگی مرتبط، بخشی از تولیدات خود را به ساختارها و قالب های مختلفی از قبیل تولید فیلم، سریال، مستند، پویانمایی و برنامه های گفتگو محور، ترکیبی و مسابقات اختصاص دهد که محتوا و مضمون اصلی آنها ارزشمندی، ترویج و تبلیغ فرزندآوری، تقبیح تجردزیستی و کم فرزندی و مذمت و حرمت سقط جنین است.

تکلیف قانون: سازمان تبلیغات اسلامی باید با مشارکت صداوسیما برای آگاهی بخشی جامعه در محورهای مشخص شده، اقدام به تولید محتوا کند.



حمایت از تشکلهای فعال در حوزه جمعیت

طبق ماده ۳۰ قانون جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات اسلامی در چهار چوب اساسنامه خود موظف است برنامه جامعی جهت حمایت از فعالین مردمی در حوزه فرزندآوری و تسهیل ازدواج، در قالب هیئت ها، مساجد، کانون های فرهنگی، اعزام مبلغ و مانند آن تدوین نماید.

همچنین مطابق ماده ۳۱ همین قانون، وزارتخانه های کشور، ورزش و جوانان و فرهنگ و ارشاد اسلامی و همچنین سازمان تبلیغات اسلامی، ستاد امر به معروف و نهی از منکر و سایر نهادهای ذیربط مکلفند حداقل ۳۰ درصد از بودجه حمایتی از سازمانهای مردم نهاد و تشکلهای فرهنگی را به مجموعه هایی از قبیل گروه های فرهنگی و جهادی، کانونهای فرهنگی مساجد و سازمان های مردم نهاد که در جهت کاهش سن ازدواج، تسهیل ازدواج جوانان، تشویق به فرزندآوری و استحکام خانواده با رویکرد دینی تشکیل شده، اختصاص دهند.

تکلیف قانون: سازمان تبلیغات اسلامی باید از تشکلهای مردمی که حوزه های فرزندآوری، تسهیل ازدواج و استحکام خانواده فعالیت می کنند، به ویژه در قالب هیئت ها، مساجد و کانون های فرهنگی در ۳ محور اصلی حمایت کند: اول، تدوین برنامه جامع راهبردی برای این نوع حمایت؛ دوم، پشتیبانی لازم فکری و محتوایی مانند اعزام مبلغ و سوم، اختصاص حداقل ۳۰ درصد از بودجه حمایتی از سازمان های مردم نهاد به این نوع تشکلهای



نظارت بر تبلیغات محیطی

ماده ۳۲ قانون جوانی جمعیت، وزارت راه و شهرسازی و کلیه شهرداری ها و دهیاری ها را مکلف کرده در سطح شهرها، روستاها، راه های مواصلاتی و سایر اماکن عمومی، حداقل یک سوم ظرفیت اسمی سالانه تبلیغات محیطی که جهت تبلیغات فرهنگی در نظر گرفته شده است را به موضوع ازدواج، فرزندآوری، رشد جمعیت و تعالی نهاد خانواده اختصاص دهند.

مطابق تبصره این ماده قانونی، در اجرای این حکم، حداقل ۴۰ درصد از ظرفیت این ماده با نظارت سازمان تبلیغات اسلامی در اختیار نهادهای مردمی از قبیل گروه های جهادی و سازمانهای مردم نهاد دارای مجوز که در حوزه ازدواج و خانواده فعالیت می کنند، قرار می گیرد.

تکلیف قانون: اگرچه در این ماده، قانون تکلیفی برای سازمان تبلیغات اسلامی مشخص نکرده اما وظیفه سازمان نظارت بر این است که دستکم ۴۰ درصد از ظرفیت تعیین شده در این قانون، در اختیار گروه های جهادی و آن دسته از سازمانهای مردم نهاد قرار بگیرد که در حوزه ازدواج و خانواده فعالیت می کنند.



توسعه فرهنگ واسطه‌گری ازدواج

مطابق ماده ۳۷ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات اسلامی مکلف است به منظور ترویج و تسهیل در امر ازدواج، از طریق مؤسسات فرهنگی، مساجد و روحانیون و دیگر ظرفیت‌های مردمی به توسعه فرهنگ واسطه‌گری در امر انتخاب همسر، با محوریت و مشارکت خانواده‌ها و رعایت موازین قانونی و شرعی بپردازد. همچنین تبصره این ماده، وزارت ورزش و جوانان را موظف کرده با تأیید سازمان تبلیغات اسلامی، مجوز مراکز فعال در امر انتخاب همسر را صادر نماید.

تکلیف قانون: سازمان تبلیغات اسلامی باید از یک سو فرهنگ واسطه‌گری ازدواج را بخصوص در مراکز مذهبی با مشارکت خانواده‌ها افزایش دهد و از دیگر سو مجوز مراکز همسریابی را تایید کند، هر چند که صدور این مجوز با وزارت ورزش و جوانان است.



همکاری‌های آموزشی و تربیتی

ماده ۳۳ قانون جوانی جمعیت، وزارت آموزش و پرورش را مکلف کرده است با همکاری مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه و سازمان تبلیغات اسلامی و در چهار چوب مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی از جمله سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، اقدامات زیر را انجام دهد:

- الف - تربیت و آموزش مهارت‌های مربوط به سبک زندگی اسلامی - ایرانی، رشد شخصیت فردی و اجتماعی، مهارت‌های فردی، ترویج فرهنگ ارزشمندی ازدواج، خانواده و فرزندآوری و مسؤولیت‌پذیری برای تشکیل و تعالی خانواده با لحاظ اصول یادگیری مبتنی بر اجرای سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در برنامه آموزشی، پژوهشی، تربیتی در قالب کلیه بسته‌های یادگیری به‌ویژه کتب درسی، تولیدات و رویدادها، جشنواره‌ها و اردوهای فرهنگی و تربیتی، محتوای چند رسانه‌ای به صورت تعاملی و بر خط با بهره‌گیری از ظرفیت زیست‌بوم‌های فناورانه در بستر فضای مجازی در کلیه مقاطع تحصیلی
- ب - گنجاندن محتوای آموزشی و پرورشی در راستای بندهای سیاست‌های کلی جمعیت و سیاست‌های کلی خانواده در کتاب‌های درسی ظرف دو سال بعد از لازم‌الاجراء شدن این قانون
- پ - آموزش و مهارت‌های تربیتی دوران بلوغ و ازدواج از طریق آموزش مستمر به اولیاء و کارکنان آموزشی، متناسب با سن دانش‌آموزان و براساس سبک زندگی اسلامی - ایرانی به صورت حضوری
- ت - تربیت نیروی انسانی توانمند، متعهد و متاهل برای درس «مدیریت خانواده و سبک زندگی»

تکلیف قانون: در این ماده هم سازمان تبلیغات اسلامی صرفاً با وزارت آموزش و پرورش باید همکاری کند تا هم محتوای آموزشی و تربیتی مناسب در اختیار دانش‌آموزان قرار بگیرد و هم نیروی انسانی کارآمد در این حوزه تربیت شود.





نگاهی به فعالیت‌های ستاد فرهنگی جمعیت و خانواده
سازمان تبلیغات اسلامی

گام‌شماری یک مسیر



ستاد خانواده و جمعیت
سازمان تبلیغات اسلامی

متن حکم انتصاب حجت الاسلام رضا عزت زمانی خانواده؛ سلول بنیادین پیشرفت

موضوع «خانواده» با همه اضلاع و جوانب آن، سلول بنیادین و محور حرکت و پیشرفت و اصلی‌ترین عنصر قدرت ملی و انقلابی است. لذا بدین وسیله جناب‌عالی را که بحمدالله دارای روحیه جهادی و انگیزه انقلابی در تحقق اهداف و آرمان‌های اسلام عزیز هستید به عنوان «مسئول ستاد فرهنگی خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی» منصوب می‌کنم. اهم وظایف این ستاد عبارت است از:

- به میدان آوردن ظرفیت‌های درونی سازمان جهت فرهنگ سازی نسبت به تشکیل، تحکیم و تعالی خانواده.
- حمایت و محوریت بخشی به جریان فرهنگی فعال مؤثر در حوزه خانواده و جمعیت با استفاده از ظرفیت گروه‌های مردمی، حلقه‌های میانی و نهادهای دولتی و انقلابی.
- تدوین سند جمع خانواده و جمعیت سازمان و تقسیم کار ملی متناسب با اسناد بالادستی کشور.
- توجه ویژه در تحقق وظایف محوله و قوانین موضوعه کشور، همچون قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت و تدوین سازوکارهای ارزیابی و پیشرفت وظایف.
- طراحی و اجرای نظام فرهنگ سازی و حمایت از مجموعه‌های

مردمی فعال در گسترش فرهنگ از دواج، فرزند آوری و نیز مجموعه‌های مؤثر در زمینه رشد و ارتقای فرهنگ خانواده در کشور.

● جذب حداکثری ظرفیت‌های حمایت و توزیع هوشمند میان مجموعه‌های کنش گر مردمی و ارزیابی میزان اثرگذاری اقدامات مرتبط.

● کمک به دیگر مجموعه‌های حاکمیتی در حوزه فرهنگ سازی و تبلیغ و ترویج موضوع خانواده، سبک زندگی، فرزند آوری و ... در تولید محتوا و تربیت نیروی انسانی.

● ارائه گزارش‌های منظم از عملکرد مجموعه‌های مرتبط و میزان اثرگذاری جهت اصلاح و تکمیل فرایند گسترش فرهنگ اسلامی در موضوع خانواده و جمعیت.

امید است با استعانت از خدای متعال و توجهات حضرت ولی عصر (عج) تعامل حداکثری مجموعه‌های بیرون و درون سازمان و شناسایی و حمایت دقیق و هدفمند از مجموعه‌های فرهنگ ساز به خصوص مجموعه‌های توانمند مردمی نسبت به حفظ و تعالی این نهاد مقدس گام بردارید. تاکید می‌کنم تمامی معاونت‌ها، مؤسسات وابسته و مجموعه‌های مرتبط، موظف به همکاری مجدانه با این ستاد و به میدان آوردن همه ظرفیت‌های مؤثر در تحقق اهداف و وظایف سازمان تبلیغات اسلامی در موضوع هستند.

محمد قمی ۱۸ خرداد ۱۴۰۱

آشنایی با نقطه نظرات حجت‌الاسلام رضا عزت‌زمانی، مسئول ستاد فرهنگی خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

فرهنگ‌سازی، اصلی‌ترین مسئله جمعیت



فعالیت‌های حوزه جمعیت و خانواده سازمان تبلیغات اسلامی از ماه محرم سال ۱۳۹۹ و با شعار «مانسل به نسل در پناهت هستیم» و عنوان «نسل حسینی» که محور محتوایی کار قرار گرفت، آغاز شد. این فعالیت‌ها شامل بخش‌های مختلفی است که شامل کارهای چند رسانه‌ای با محوریت مسئله جمعیت و فرزندآوری، دوره‌های آموزشی سامانه مبشران، فعالیت‌های ستادی و راهبردی، تولیدات تلویزیونی و سینمایی، تولید موسیقی، برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها، تولید کتاب‌های آموزشی، راه‌اندازی سامانه ملی مراکز همسان‌گزینی، راه‌اندازی سامانه سمیم برای مدیریت تبلیغات محیطی و... می‌شود. با اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات اسلامی موظف به انجام تکالیفی شد و برای همین حجت‌الاسلام محمد قمی، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی، حجت‌الاسلام رضا عزت‌زمانی را به عنوان «مسئول ستاد فرهنگی خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی» منصوب کرد. در حدود ۲/۵ سال گذشته این ستاد فعالیت‌های متعددی داشته و در همین راستا حجت‌الاسلام عزت‌زمانی، نکات مختلفی در این باره ارائه کرده است. آنچه در پی می‌آید، گزیده‌ای از نقطه نظرات وی راجع به فرزندآوری و فعالیت‌های ستاد یاد شده محسوب می‌شود.



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

ضرورت تشکیل ستاد جمعیت

جوانی جمعیت به عنوان یک مسئله جدی و یک ابر بحران در نیم قرن اخیر برای همه دنیا ایجاد شده است ولی از اواخر دهه ۸۰ شمسی در داخل کشور مطرح شد. اولین فردی که تذکر جدی به مسئولان و مردم داد، شخص مقام معظم رهبری بود. ایشان به اینکه ما کشور بزرگی هستیم و ظرفیت گنجایش یک جمعیت مثلاً ۱۵۰ میلیونی را داریم، همگان را توجه دادند. جمعیت، از سرمایه‌های یک کشور است؛ امید و آینده مردم و کشور و در واقع هویت اجتماعی ما محسوب می‌شود. آن زمان که مقام رهبری تذکر را دادند، زمان مناسب و خوبی بود. اگر از همان موقع به این موضوع توجه ویژه شده بود ما امروز گرفتار این بحران در جامعه

نبودیم ولی متأسفانه هیچ حرکتی علی‌رغم تذکرات جدی مستمر و محکم ایشان رخ نداد. موضوع جوانی جمعیت به عنوان دغدغه در دوره جدید سازمان از سال ۹۸ و ۹۹ مطرح شد اما کرونا و شرایط خاصی که در آن مدت با آن مواجه بودیم و مسائل مترامی که سازمان درگیر آن شد تا سال ۱۴۰۰ این موضوع را به تأخیر انداخت. با این حال به صورت جدی از سال ۱۴۰۰ حتی قبل از اینکه قانون جمعیت ابلاغ شود، این موضوع فرهنگی به صورت یک ستاد داخلی با عنوان ستاد جمعیت و خانواده در سازمان شکل گرفت.

بعد از ابلاغ قانون، همان ابتدا ستاد خانواده جمعیت سازمان با میانداری خود ریاست محترم سازمان و دغدغه ایشان انسجام یافت. تلاش بر این شد با یک تقسیم کار درست بین واحدهای ستادی و مجموعه‌های استانی، به میزان توانایی که داشتیم و داریم، کار فرهنگی را شروع کنیم. در سازمان تبلیغات باور داریم که موضوع جمعیت، بیش از آن که ریشه اقتصادی داشته باشد، مسئله‌ای فرهنگی، ذهنی و شناختی است. آنچه مردم را به نقش‌آفرینی در این موضوع آوار می‌کند، باور آنها به این است که زندگی با فرزند بیشتر، هم باکیفیت‌تر و هم موثرتر و هم امیدوارانه‌تر به آینده برای خود خانواده‌ها پیش می‌رود.

عدم فرزندآوری در واقع یک گره ذهنی و حاصل عدم درک مناسب از ویژگی‌های اجتماعی، جسمی و فرهنگی است؛ مانند خانواده‌هایی که با وجود ثروت زیاد، گرایش کمتری به فرزند دارند؛ این معلوم می‌کند اصلاً مسئله اقتصادی مطرح نیست بلکه این تصور پیش آمده که خانواده بدون فرزند با حداقل یک فرزند، خوشبخت‌تر خواهند بود و با مسئولیت کمتر، به آنها فشار نمی‌آید. لذا معتقدیم برای رفع این تصورات نادرست، باید کار فرهنگی متناسب و البته هنرمندانه و با مواجهه دقیق نسبت به مسئله، همراه با دعوت از جوانان و ایجاد موقعیت‌های مناسب و استفاده از ظرفیت‌های مختلف شکل بگیرد.

ما معتقدیم برای حل مسئله جمعیت نهادهای دیگر متولی این کارند و مسئولیت ما صرفاً در حوزه تغییر ذهنیت و فرهنگ‌سازی است و در این زمینه لازم است حداقل ۸۰ هزار هسته کنشگر پایه به کار شکل بگیرد که می‌تواند بر محیط پیرامونش اثر بگذارد

باز کردن گره‌های ذهنی

در تهیه و تدوین قانون جوانی جمعیت ما در ابتدا یک ماده واحد با موضوع فرهنگ سازی پیشنهاد دادیم که با تجمیع نظرات دوستان دیگر، در مجموع چند ماده در این قانون، به موضوع فرهنگ‌سازی اختصاص یافت. از میان آنها تقریباً ۶ ماده، تکالیفی را به صورت اختصاصی و مشترک برای سازمان تبلیغات اسلامی معین کرده است.

در تکالیف تعیین شده نیز، اصلی‌ترین مسئله فرهنگ‌سازی است و دومین مورد، بحث حمایت از کنشگران مردمی؛ چه در قالب تبلیغات محیطی و چه در قالب پشتیبانی مالی. البته حمایت‌های مالی در سال اول و دوم تصویب قانون، خیلی ضعیف بود ولی از سال گذشته خدا را شکر، اوضاع بهتر شده است با این حال، صادقانه باید پذیرفت که موضوع فرهنگ‌سازی کاری پراثر ولی در عین حال نیازمند حمایت و همکاری همه‌جانبه است.

از همان ابتدای راه و حتی پیش از ابلاغ قانون جوانی جمعیت، کمپینی با همین موضوع و با همکاری چند دستگاه اجرایی – به صورت ویژه شهرداری‌ها – شکل گرفت که در قالب تبلیغات محیطی در کشور بود؛ با گسترده‌تر شدن فعالیت‌ها، شبکه میدان بیشتر توجه شد و تلنگرهای ذهنی به مجموعه‌های میدانی ما خورد تا ابر بحران کنونی را بهتر درک کنند و از آنجا که سازمان تبلیغات بهر حال

متولی محتوا و تعمیق معرفتی نیز هست، در این مسیر شبکه‌ای آموزشی برای تربیت مربیان شکل گرفت. حال این ظرفیت را می‌توان به دیگر دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی نیز گسترش داد؛ باید ابتدا گره‌های ذهنی مبلغان باز شود تا بتوانند دیگران را نیز در این حرکت یاری دهند. این شبکه آموزش در سازمان تبلیغات، با موضوعات متناسب با خانواده، فرزندآوری و مسئله جمعیت ایجاد شد و در کشور دوره‌های آموزشی برگزار کردیم؛ در این حوزه وزارت ورزش و جوانان خیلی کمک کرد و قدر دان زحمات این عزیزان هستیم. البته در موضوع همسان‌گزینی و دادن مجوزها به مراکزی که در این زمینه می‌خواهند فعالیت کنند هم همکاری خوبی صورت گرفت؛ همان‌طور که می‌دانید از مراجعه تا تأیید نهایی این فرایند به عهده سازمان تبلیغات است؛ صرفاً ما اسم را ارسال می‌کنیم و وزارت ورزش جوانان مجوز را صادر می‌کند. با این حال دوستان تلاش کردند به بهترین وجه ممکن و با دقت لازم این موضوع انجام شود.

نیاز به ۸۰ هزار هسته کنشگر

بخش دیگری از وظایف موضوع حمایت از گروه‌های مردم‌نهاد است که در این بخش نیز ستاد ملی جمعیت همکاری‌ها و پشتیبانی‌های خوبی داشتند که جا دارد از این بزرگواران تشکر کنیم. بخشی از این پشتیبانی مالی از درون منابع سازمان و بخش دیگر از منابعی بود که امسال با همکاری ستاد ملی جمعیت اختصاص پیدا کرد و بر اساس آن یک سامانه آماده شده است تا همه گروه‌های مردمی مرتبط با سازمان تبلیغات که «مسجد پایه» و «هیات پایه» هستند مورد حمایت و پشتیبانی قرار بگیرند. البته حمایت خیلی ویژه‌ای نیست چون منابع ما خیلی محدود است اما یک شیرینی به عنوان تشکر و قدردانی از زحماتی است که این بزرگواران می‌کنند.

ما معتقدیم برای حل مسئله جمعیت نهادهای دیگر متولی این کارند و مسئولیت ما صرفاً در حوزه تغییر ذهنیت و فرهنگ‌سازی است و در این زمینه لازم است حداقل ۸۰ هزار هسته کنشگر پایه به کار شکل بگیرد که می‌تواند بر محیط پیرامونش اثر بگذارد؛ صفر تا صد این فرایند را هم طی کنند؛ از تشویق و دعوت به فرزندآوری تا پشتیبانی مالی و گرفتن حقوق پدران و مادران که فرزنددار می‌شوند را می‌توانند همین گروه‌های کنشگر پیش ببرند؛ این کار هم خیلی پیچیده و سخت نیست، فقط اراده نیاز دارد. این موضوع در کشور می‌تواند در قالب مساجد، هیات‌ها، شبکه‌های مبلغین، شبکه‌های قرآنی، پایگاه‌های بسیج و همه میانداران این عرصه شکل بگیرد. ما در این حوزه ظرفیت مناسبی داریم و می‌توانیم در فضای دعوت از مجموعه‌ها برای کنشگری در این زمینه همکاری کنیم.

ستاد جمعیت سازمان تبلیغات امسال کمپینی را آغاز کرد که با پخش سریال «بشت پرده» کلید خورد. یک تیم جوان پراثر و ارزشی که کارهای بزرگی در میدان انجام داده‌اند و رویدادهایی مانند زندگی با آیه‌ها، مهمانی کیلومتری غدیر، یا برنامه‌های بزرگ محفل همچون سلام فرمانده و امام

مجموعه‌های فرهنگی و اجتماعی به عنوان کتاب مرجع تدریس می‌شود.

فرصت محدود است

اگر خدای رحمان لطفی به ما کند، حداکثر بین ۵ تا ۷ سال فرصت داریم از بحران جمعیت خارج شویم. اگر از این فرصت محدود استفاده نشود، چند ده سال طول می‌کشد تا از شرایط بحران خارج شویم. امروز ایران برای عبور از این بحران جمعیت، نیاز دارد که در بازه‌ای ۵ ساله، هر سال ۷۵۰ هزار تولد به تعداد مولید فعلی خود بیفزاید؛ یعنی تعداد ولادت‌ها از حدود یک میلیون تولد کنونی باید به یک میلیون و ۷۵۰ هزار برسد. اگر از این مرحله عبور کنیم کمتر دچار مشکلات جمعیتی می‌شویم و این اتفاق نمی‌افتد مگر آن که حرکتی جهادی شکل بگیرد و ذهنیت‌های نادرست درباره فرزندآوری تغییر کند. هنوز مادران و زنان ما فرصت دارند کشور را از خطر بحران جمعیت نجات دهند، درحالی‌که در برخی کشورها این فرصت به دلیل پیر شدن جمعیت از دست رفته است.

این که شعار ما در سازمان تبلیغات، «امید آینده» مطرح شده به این معناست که نه فقط امید آینده کشور یا امید به پیشرفت‌های کشور داریم - که البته این خود یک بخش آن محسوب می‌شود - بلکه امید آینده افراد نیز مورد نظر است و شخصی که به پیری می‌رسد نگرانی کمتری برای درگیری با شرایط بحرانی خواهد داشت. بنابراین لازم است که هرچه سریع‌تر در وسعت اجتماعی فعلی این تغییر ذهنیت‌ها شکل بگیرد.

حسنی‌ها و امثال اینها، بخشی از فعالیت‌های آنان بوده با یک اراده قوی پشت این کار آمدند. در این کمپین تمام ظرفیت‌ها و عرصه‌ها دیده شد و افزون بر دستگاه‌های مختلف اجرایی و رسانه‌ای، با شبکه‌های مردمی و هنرمندان و کسانی که به نوعی تولیدکننده هستند، در قالب یک نقشه مشترک صحبت شد. ما از همه دعوت کردیم که برای موضوع جمعیت تلاش کنند؛ اسم و رسم آن هم برای همه مجموعه‌هاست. فرهنگ‌سازی این جنس کارهاست.

فرهنگ‌سازی در امر واسطه‌گری ازدواج

درباره مراکزی که در حوزه تسهیلگری ازدواج فعالیت دارند سازمان تبلیغات به وظایف محول قانونی عمل کرده و هم سامانه ثبت نام فعال است و هم موضوع نظارت بر این مراکز و تیم‌های ارزیاب مشغول فعالیت هستند. وظیفه ما اعطای مجوز بود چون مسئله بزرگی در کشور داشتیم که به موارد غیر قانونی مربوط می‌شد که هم خلاف قواعد شرعی و هم خلاف قانون بود.

با این حال در مسئله فرهنگ‌سازی در امر واسطه‌گری ازدواج هنوز کار ویژه‌ای چندان انجام نشده است؛ فراتر از محمل قانونی، باید لایه‌های محلی در مسجد و هیأت در این زمینه فعال شوند. اما در همان چارچوب قانونی، فعالیت‌های خوبی صورت گرفته و تقریباً همه استان‌ها زحمت کشیدند که البته در برخی استان‌ها این کارها چشمگیرتر بوده است که مورد تقدیر قرار گرفتند؛ در استان گلستان زحمات ویژه‌ای در راستای همسان‌گزینی امر ازدواج صورت گرفته است. استان کرمان امسال تلاش خوبی داشت و در استان فارس ظرفیتی خیلی خوب و ساختاری مناسبی شکل گرفت. در استان سمنان اجمالاً زحمات خوبی در این زمینه کشیده شد و در استان‌های خراسان شمالی، جنوبی و رضوی هم شبکه و میدان فعال شدند. در سازمان تبلیغات اسلامی برای حمایت و پشتیبانی از محتوا هیچ مانعی نداریم؛ نه فقط در این حوزه بلکه در هر حوزه دیگری که بخش‌های تخصصی ما قابلیت تولید محتوا داشته باشند حاضر به حمایت هستیم. در همین راستا برای موضوع جمعیت و خانواده، شبکه‌ای از مربیان متخصص در تهران و قم شکل گرفت که توانمندی تولید محتوای استاندارد دارند؛ آنها ضمن بهره بردن از محضر اساتید متخصص، کتاب‌ها و درسنامه‌هایی در این زمینه آماده کردند که در سراسر کشور قابل استفاده بوده و حتی در بعضی از دانشگاه‌ها و



گفت‌وگو با حجت‌الاسلام محمدصادق ابوترابی
دبیر ستاد خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

«امیدآینده»

شعار نیست، اعتقاد ماست

زنگ خطر سیر نزولی جوانی جمعیت در کشور، چند سالی می‌شود که به صدادرآمده است و اکنون اهمیت فرزندآوری و نگرانی از گسترش جمعیت سالمندی بیش از پیش احساس می‌شود. رهبر معظم انقلاب نیز به مسئله فرزندآوری توجه زیادی دارند و ایشان بارها هشدار داده‌اند که باید اقدامات لازم برای جوانی جمعیت انجام شود.

قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت مشتمل بر ۷۳ ماده و ۸۱ تبصره در جلسه مورخ ۲۴ مهرماه ۱۴۰۰ در کمیسیون مشترک طرح جوانی جمعیت و حمایت از خانواده در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید و پس از موافقت مجلس با اجرای آزمایشی آن به مدت هفت سال در تاریخ ۱۰ آبان ۱۴۰۰ به تایید شورای نگهبان رسید که در این قانون وظایف دستگاه‌های مرتبط اعلام و همچنین به مشوق‌های جمعیتی نیز پرداخته شده است.

سازمان تبلیغات اسلامی نیز یکی از این دستگاه‌های مربوط به جوانی جمعیت است که با عنوان «ستاد خانواده و جمعیت» ذیل معاونت فرهنگی و تبلیغی قریب به دو سال و نیم پیش فعالیت خود را شروع کرده است. در ادامه حجت‌الاسلام محمدصادق ابوترابی دبیر این ستاد از مجموعه عملکرد سازمان تبلیغات اسلامی در زمینه جوانی جمعیت می‌گوید.





ستاد خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی از چه سالی شروع به

فعالیت کرده‌است و چه وظیفه‌ای به دوش دارد؟

از دو سال و نیم پیش در سازمان تبلیغات، ستاد فرهنگی خانواده و جمعیت تشکیل شده است، ریاست این ستاد با حجت‌الاسلام رضا عزت زمانی، معاون فرهنگی سازمان است و بنده هم دبیر آن هستم. وظیفه اصلی ستاد پیگیری و اجرای قانون جوانی جمعیت است. طبق مصوبه ستاد ملی جمعیت، تمام وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها مکلف هستند که قرارگاه جوانی جمعیت را در سازمان خود راه‌اندازی کنند و بر اساس آن قوانین جوانی جمعیت را اجرا کنند. برای اجرای قانون جوانی جمعیت که ۳ سال پیش در مجلس تصویب شد باید این قرارگاه را تشکیل می‌دادند. سازمان تبلیغات هم از این امر مستثنی نبوده و حدود دو سال و نیم پیش این قرارگاه را تشکیل داد، البته کار روی جوانی جمعیت و تقویت خانواده در سازمان تبلیغات از ۳ یا ۴ سال پیش از قانون جوانی جمعیت آغاز شده بود و سازمان در این زمینه پیشرو بود؛ چرا که فرمان رهبر معظم انقلاب و یکی از نیازهای مهم جامعه مسئله خانواده و جوانی جمعیت است.

در این مسیر تا چه اندازه اداره کل‌های استانی پای کار جوانی جمعیت بودند؟

سازمان تبلیغات از محرم سه سال پیش با شعار «تسلل حسینی» و «مانسل به نسل» در پناهت هستیم» موضوع و محور عملیاتی خود را جوانی جمعیت و خانواده قرار داد. بر اساس آن شعار هیئت‌ها و موضوع منبری‌ها و سخنرانی‌ها این موضوع قرار داده شد. مسئله تقویت خانواده نیاز امروز بوده و بیشترین درخواست استان‌ها بابت معرفی استاد با موضوع خانواده است. این مسئله در استان‌ها بسیار مهم و نیاز مراکز مختلف است. سازمان تبلیغات در این موضوع برای کمک به آنها اساتیدی اعزام کرده و همایش برگزار می‌کند. مسئله جمعیت یکی از زیر شاخه‌های خانواده است، امروز یکی از مهمترین مسائل در خانواده‌ها نبود فرزند، تعداد کم یا تک فرزندی است که به خانواده آسیب می‌زند.



پوشش‌هایی با محور خانواده

از جمله فعالیت‌ها و اهداف مهمی که سازمان تبلیغات اسلامی در برنامه‌های خود آن را دنبال می‌کند مسئله خانواده و جمعیت است، البته اگر این قانون هم وجود نداشت فعالیت‌های این سازمان در این زمینه را وظیفه خود می‌دانست، برنامه‌هایی همچون «محلّه همدل» و مهرواره «بانور» از جمله محورهای مهم خانواده است و پوشش‌ها، رویدادها و دوره‌های آموزشی مفصل و سنگین درباره آن در کشور راه اندازی شده است.

تولید اثر هنری در قالب تصویر

در بخش تولید کتاب در قالب رمان و آموزش هم فعالیت‌های مختلف و زیادی داشتیم به عنوان مثال در این زمینه بیش از ۱۵ عنوان تولیدات مکتوب داریم. همچنین فیلم، سریال، مستند و فیلم‌های کوتاه با این موضوع که نمونه آن «زدها لازم می‌شود» و «کفش دزدک» است. تولید مستند «خونریزی» و سریال «تازه وارد» کار باشگاه سوره سازمان بود، همچنین فیلم سینمایی «عطر آلود» که به موضوع سقط اشاره می‌کند. دبیر ستاد ملی جمعیت وقتی گزارش سازمان را در زمینه فرهنگی مشاهده کردند متوجه شدند که کار جدید لازم نیست بلکه همین موارد اگر پخش و دیده شود اتفاقات خوبی در کشور رخ می‌دهد؛ اما در عین حال سازمان کارهای جدیدی را هم تولید می‌کند و سریال در دست ساخت دارد.



در زمینه

فرهنگ‌سازی برای

جوانی جمعیت،

مسئله مهم دیگر

از دواج و حمایت از

فعالان مردمی در

این عرصه است که

یکی یا دو قانون را

شامل می‌شود و یکی

هم حمایت از مراکز

واسطه‌گری از دواج

است. در خصوص

فرهنگ سازی در امر

از دواج، مسئله دیگر

جوانان اعم از دختر و

پسر، نداشتن مورد

مناسب برای از دواج

است

با این توصیف سازمان تبلیغات اسلامی

یکی از پرکارترین دستگاه‌های دولتی است که وظایف بسیاری دارد.

بله. و بر همین اساس نیز هست که قانون و مصوبه ستاد ملی جمعیت این ستاد در سازمان تبلیغات تشکیل شد و طی یک سال و نیم اخیر پیگیری اجرای قانون جوانی جمعیت بود. سازمان تبلیغات جزو پر تکلیف‌های این قانون است، غیر از قوانین عمومی که برای همه سازمان‌ها یکسان است ماده ۲۵ قانون به نحوی مربوط به حوزه هنری است، اما همین ماده و ماده ۲۸، ماده ۳۰، ماده ۳۱، ماده ۳۲، ماده ۳۳ و ماده ۳۷ قانون، سازمان تبلیغات اسلامی را به اجرای برنامه‌های جوانی جمعیت مکلف کرده است.

یکی از طرح‌هایی که در سازمان

تبلیغات اسلامی مدنظر است، تکریم مادران چند فرزند است، براساس چه رویکردی این طرح تعریف شده است؟

اصل ماده ۲۵ قانون جوانی جمعیت بارویکرد تکریم مادران و خانواده به خصوص مادران پر فرزند است که مراکز فرهنگی همچون وزارت ارشاد یا حوزه هنری که سینما، تئاتر و سالن نمایش دارند را موظف کرده که مادران پر فرزند را به شکل‌های مختلف تکریم کنند، مثلاً به صورت رایگان یا با تخفیف‌های ویژه از خدمات آنها استفاده کنند.

اما بخش جدی در اجرای این قانون، فرهنگ سازی در حوزه فرزندآوری است، تحدید جمعیت و کاهش نسل سیاستی بود که حدود ۳۰ سال در کشور ما اجرا می‌شد؛ از بیلبردها و تبلیغات محیطی تا بسته پفک و کبریت، خانواده‌ها را به فرزند کمتر تشویق می‌کردند. این سیاستی بود که از خارج کشور برای همه دنیا در نظر گرفته شده بود؛ سند هنری کیسینجر، وزیر امور خارجه سابق آمریکا با رویکرد تامین منافع آمریکا، چنین است که زیاد شدن جمعیت کشورهای کمتر توسعه یافته به ضرر آمریکا است. ایران موفق‌ترین کشور در اجرای کاهش جمعیت بود که دلایل متنوع و مختلفی داشت. در این اتفاق وزارت بهداشت نقش جدی ایفا می‌کرد. امروز هم وزارت بهداشت در زمینه جوانی جمعیت نقش جدی و مهمی دارد. ۳۰ سال فرهنگ‌سازی برای کاهش جمعیت صورت گرفته است اما امروز رویکرد بسیاری از قوانین، در جهت افزایش جمعیت و فرزندآوری نیست.

ستاد خانواده و جمعیت در حوزه از دواج جوانان هم

وظیفه‌ای دارد؟

در زمینه فرهنگ‌سازی برای جوانی جمعیت، مسئله مهم دیگر از دواج و حمایت از فعالان مردمی در این عرصه است که یکی یا دو قانون را شامل می‌شود و یکی هم حمایت از مراکز واسطه‌گری از دواج است. در خصوص فرهنگ سازی در امر از دواج، مسئله دیگر جوانان اعم از دختر و پسر، نداشتن مورد مناسب برای از دواج است. مراکز واسطه‌گری از دواج در این مسئله می‌توانند ما را کمک کنند. پیش از این هیچ مرکزی با ضابطه و قانون مشخصی وجود نداشت که به آنها مجوز بدهد. طبق تبصره ماده

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

یکی از فعالیت‌های سازمان تبلیغات اسلامی ساخت شبکه واسطه‌گری است که بخشی از آن توسط سامانه «همدم» در مجموعه تبیان انجام شده. آیا این مسیر در دیگر موسسات سازمان تبلیغات هم جریان داشته است؟

از میانه دهه ۹۰ با راه‌اندازی سایت «همسان‌گزینی» و پس از آن آغاز به کار سامانه «همدم»، سازمان به این حوزه ورود کرده‌است و در حال حاضر با برنامه‌های بهتر و دقیق‌تر صورت می‌گیرد. اما در این میدان نیز باید هیات‌ها و مساجد از طریق بزرگترها به واسطه‌گری ازدواج بپردازند و در توجیه و تبیین رشد جمعیت ورود پیدا کنند. تشکلهای دینی و گروه‌های تبلیغی استان‌ها در این حوزه توانمندی‌هایی بسیاری دارند؛ ما هم به آموزش و توانمندسازی آنها کمک کرده و بسته‌های آموزشی خوبی برای آنها فراهم کرده‌ایم.

به طور مشخص چه بستری برای امیدافزایی جوانان در امر ازدواج یا فرزندآوری فراهم کرده‌اید؟

به‌طور مشخص می‌شود به جشن‌هایی که برگزار کرده‌ایم اشاره کرد؛ مانند کاری که سال گذشته در نیمه شعبان انجام دادیم؛ جشن کالسکه سواری در قم. در این طرح که نیمه شعبان به اجرا گذاشته شد ۷ هزار مادر به همراه فرزندان خود با کالسکه به سمت مسجد جمکران حرکت کردند در حالی که بر روی کالسکه‌ها نوشته شده بود: «امید که من مادر یاران تو باشم». در صحن مسجد مقدس جمکران هم جشن باشکوهی برگزار شد. چنین اقدامی را برای سایر استان‌ها هم می‌شود انجام داد که شکوه یک مادر با چند فرزند به نمایش گذاشته شود. ما تلاش می‌کنیم که این جشن‌ها را در استان‌ها برگزار کنیم و برای مادران برنامه‌های ویژه داشته باشیم که سایر مادران برای فرزندآوری تشویق شوند. پیش از این دیده‌ایم، خانواده‌های قدیم که دارای ۷ یا ۸ فرزند بودند پیشرفت‌های خوبی داشتند. در امر ازدواج هم همین روند صدق می‌کند و فرزندآوری خودش تشویقی برای امر ازدواج نیز هست.

شاید کم‌تر کسی شنیده باشد که فعالیت‌های سازمان تبلیغات اسلامی در عرصه خانواده صرفاً فرهنگ‌سازی است، مثل کاری که در زمینه «سقط جنین» انجام شده است. کارهای فرهنگی شاخصی چون «نجات آرزوها» و یا تولید مجموعه تلویزیونی و مانند اینها تا چه اندازه در فرهنگ‌سازی تاثیر داشته است؟

باید برای جلوگیری از سقط جنین پویش‌هایی صورت می‌گرفت. ما به استان‌ها اعلام کردیم که درباره مسئله سقط جنین ویژه کار شود چرا که این مسئله انسانی است و صرفاً خانوادگی و حاکمیتی نیست بلکه در این امر نسل‌کشی اتفاق می‌افتد. در کشور ما هر دقیقه یک یا دو مورد سقط صورت می‌گیرد که فاجعه است. سقط از نظر قانونی حرام است، باید دلایل سقط از نظر فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی بررسی و استخراج شود؛ بخشی از آن مربوط به فرهنگ‌سازی است که باید به صورت جدی و مستقیم درباره آن کار صورت گیرد. این هم برنامه دیگری است که از استان‌ها خواستیم که اگر تبلیغی دارند روی این مسائل کار کنند. برخی مراکز در کشور به عنوان حامیان جنین فعالیت می‌کنند باید از آنها حمایت شود و گسترش پیدا کنند. باید خانواده‌ها و مادرهایی که قصد سقط دارند توجیه شوند که به هر شکل اقدام به سقط نکنند. شاید برخی والدین از هزینه فرزندآوری می‌ترسند؛ باید خانواده‌ها اطلاع داشته باشند که برخی از مراکز مسئولیت فرزند آنها را به عهده می‌گیرند و سرپرستی او را به خانواده دیگر می‌دهند. باید خوشحالی و نتیجه مثبت کسانی که فرزندان خود را سقط نکردند شناسایی کرده و به مردم معرفی شوند. باید در استان‌ها رسانه‌ها و شبکه تلویزیونی استانی در مسأله جمعیت و سقط جنین فعال شوند؛ برنامه‌های گفتگو محور برگزار کنند و تولیدات مراکز پخش، منتشر و دیده شود. استان‌ها، باید چهار محور شبکه تبلیغ، رسانه، رویدادهایی همچون جشن‌ها و پویش‌ها و توجیه و تبیین را فعال‌تر کنند.



از میانه دهه ۹۰ با راه‌اندازی سایت «همسان‌گزینی» و پس از آن آغاز به کار سامانه «همدم»، سازمان به این حوزه ورود کرده‌است و در حال حاضر با برنامه‌های بهتر و دقیق‌تر صورت می‌گیرد. اما در این میدان نیز باید هیات‌ها و مساجد از طریق بزرگترها به واسطه‌گری ازدواج بپردازند و در توجیه و تبیین رشد جمعیت ورود پیدا کنند

۳۷ قانون جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات موظف شد این مراکز را بررسی کند و آنهایی را که مورد تایید سازمان هستند به وزارت ورزش و جوانان معرفی کند که مجوز خود را بگیرند. تا سال گذشته حدود ۱۵۰ مرکز از ما تاییدیه و مجوز گرفته‌اند.

برای ترویج فرزندآوری چه معیار و مسیری را طی کرده‌اید؟

توجیه و تبیین مسأله فرزندآوری اهمیت زیادی دارد. اهمیت جمعیت و فرزندآوری باید برای گروه‌های مختلف توجیه و تبیین شود که اگر جمعیت کم بشود چه خواهد شد؛ خانواده‌های بدون فرزند و تک فرزند در عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، روانشناختی و حتی پزشکی به چه آسیب‌هایی دچار می‌شوند و در سالمندی چه اتفاقی برای آنها رخ می‌دهد. در این زمینه برخی از خواص، مدیران، نخبگان، علما، استادان دانشگاه، بلاگرها، سلبریتی‌ها و افراد موثر در جامعه نیز آگاهی لازم را ندارند و نسبت به این مسئله کاملاً توجیه نیستند و حتی ممکن است علیه این موضوع کار و فعالیت کنند. یکی از رویکردهای اصلی ما این

است که به سازمان و ادارات استانی ابلاغ کردیم که اصل مسئله جمعیت و فرزندآوری از طریق نشست‌ها، جلسات، نشریات و تولید محتوا برای اقشار مختلف مردم توجیه و تبیین شود.

این نشریات با چه عنوان و محتوایی توزیع می‌شوند؟ ما نشریاتی را با عنوان «امید آینده» در ستاد جمعیت خانواده تنظیم کرده‌ایم و محور شعار خود را هم «امید آینده» قرار دادیم که فرزند امید و آینده خانواده، والدین و کشور است. چند کتاب در این زمینه تولید شده و یک نشریه هم با محتوای اختصاصی برای جمعیت در چندین شماره چاپ شده است.





نگاهی به عملکرد سازمان تبلیغات اسلامی در تولید آثار
نمایشی برای جوانی جمعیت

خانواده درنمای نزدیک

ماده ۲۸ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت بسیاری از نهادها و سازمان‌ها را مکلف کرده که برای آگاهی‌بخشی جامعه در باره ارزش ازدواج و تعدد فرزندان از یک سو و مضرات استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری و سقط جنین از سوی دیگر اقدامات لازم از قبیل تولید و پخش فیلم، سریال، تبلیغات بازرگانی، برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها را انجام دهند. همچنین بند «پ» این ماده چنین است: «سازمان صدا و سیما مکلف است با مشارکت سازمان تبلیغات اسلامی و سایر نهادهای فرهنگی مرتبط، بخشی از تولیدات خود را به ساختارها و قالب‌های مختلفی از قبیل تولید فیلم، سریال، مستند، پویانمایی و برنامه‌های گفت‌وگو محور، ترکیبی و مسابقات اختصاص دهد که محتوا و مضمون اصلی آنها ارزشمندی، ترویج و تبلیغ فرزندآوری، تقبیح تجرد زبستی و کم‌فرزندگی و مذمت و حرمت سقط جنین است.»

اگرچه طبق این بند، سازمان تبلیغات اسلامی صرفاً باید در تولید محتواهای ذکر شده مشارکت داشته باشد اما خانواده بزرگ سازمان در زمینه ترویج ازدواج، ضرورت فرزندآوری و مواهب تعدد فرزندان و همچنین تقبیح سقط جنین محصولات تلویزیونی و سینمایی متعددی ساخته که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود. صرفاً جهت یادآوری لازم است گفته شود، بخش زیادی از فیلم‌های تولیدی در باره موضوع جوانی جمعیت در جشنواره ۱۰۰ به نمایش درآمده اند که اغلب تولید حوزه هنری محسوب می‌شوند.



خانواده بزرگ سازمان تبلیغات اسلامی در زمینه ترویج ازدواج، ضرورت فرزندآوری و مواهب تعدد فرزندان و همچنین تقبیح سقط جنین محصولات تلویزیونی و سینمایی متعددی ساخته که به برخی از آنها اشاره شده است.

دی ماه ۱۴۰۳

۵۶

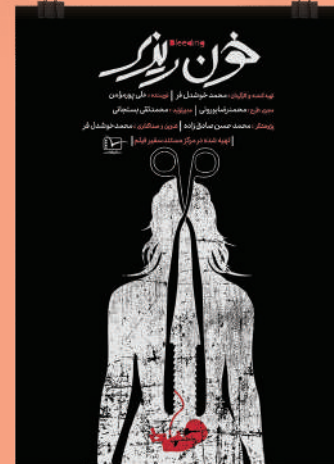
ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

تصویری از زشتی سقط جنین

مستند «خونریزی» به کارگردانی و تهیه کنندگی محمد خوشدل فر با بررسی زندگی یک زن طرفدار سقط، به رویه قانونی شدن سقط جنین در آمریکا و مخالفان و موافقان این کار در این کشور می پردازد. این مستند ۴۰ دقیقه ای که بارها و در جشنواره ها و اکران های محدود در نهادهای فرهنگی مانند دانشگاه ها به نمایش در آمده بود برای نخستین بار چهارشنبه ۵ مرداد ۱۴۰۱ از شبکه مستند سیما پخش شد.

محمد خوشدل فر، کارگردان: همانطور که می دانید قانون سقط جنین همواره یکی از موضوعات پر بحث بوده و نه تنها در آمریکا، بلکه تقریباً در تمام کشورها محل مناقشه بوده است. در کنار آن، بخش مهمی از این فیلم درباره نمایش بی پرده عمل سقط جنین است و سعی کردیم در مورد چگونگی این کار و اثرات آن روی مادر سخن بگوییم. شاید نگاه ها به این اتفاق کمی ساده انگارانه باشد، اما سعی کردیم نشان بدهیم که عمل سقط برای آن جنین، هم زجر آورو هم دردآور است. آمارهای بسیاری درباره وضعیت ایران در موضوع سقط جنین ارائه شده اما آنچه همه روی آن اجماع دارند این است که دست کم روزی ۱۰۰۰ بچه سقط می شود. بر این اساس حدود ۴۰۰ هزار سقط برای حدود ۲۳ میلیون خانم در سن باروری آمار بالایی محسوب می شود، این نرخ حتی بالاتر از کشورهایی مثل آمریکا است. همین نکته برای ما دغدغه ای ایجاد کرد تا درباره سابقه سقط جنین، اقدامات و قانونگذاری های انجام شده، مستندی بسازیم. پرداختن به شرایط ایران نیازمند بحث مفصل تری است و در قالب این کار نمی گنجید. درواقع ما یک بحث کلی که در همه جای دنیا درباره آن بحث شده است را مطرح کردیم. اگر بنا داشتیم مسائل ایران را هم در فیلم بیاوریم نیازمند فضای بیشتری بود و باید فنی تر، دقیق تر و کامل تر به آن پرداخته می شد. عامدانه سعی کردیم به این موضوع در ایران نپردازیم و نگاهمان بررسی یک سیر تاریخی در آمریکا به شیوه مستندی آرشیوی بود.

مستند خونریزی



محصول:

مرکز مستند سفیر فیلم

هدف:

نمایش عوارض خطرناک پزشکی، روانشناختی و فرهنگی و اجتماعی سقط جنین

فرزندآوری؛ يك مسئله ملی

فیلم کوتاه «ازدها لازم می شود» به کارگردانی سامان غنائمی و تهیه کنندگی محمدجواد موحد سال ۱۳۹۹ ساخته شده اما برای نخستین بار ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱ قبل از خبر شبکه سه سیما پخش شد. این فیلم که در باشگاه فیلم سوره تهیه شده روایت شب پنجمین سالگرد زوج جوانی است که باید مراقب یک دختر ۳ ساله بسیار پر جنب و جوش باشند.

محمدجواد موحد، تهیه کننده: مسئله «بحران جمعیت» که گاهی به غلط مسئله ای دولتی و یا حکومتی فرض می شود، یک مسئله ملی است. تا ۲۰ سال دیگر، بزرگ ترین مسئله ما پیری جمعیت و کمبود نیروی کار خواهد بود. این واقعیتی است که شیب نمودارهای جمعیتی امروز به ما می گوید. به ویژه در بازه زمانی حوالی ۹۲ تا ۹۷، منفی ترین شیب رشد جمعیت در جهان را داشته ایم. طبیعتاً مشکلات اقتصادی و فرهنگی هم در این مسئله دخیل است اما در هر حال باید فکری برای آن اندیشیده شود. واقعیت این است که فیلم ساختن درباره «فرزندآوری» کار سختی است، چرا که این موضوع یکی از خصوصی ترین مسائل و تصمیمات افراد در یک زندگی مشترک است و به این راحتی نمی توان درباره آن نسخه پیچید. واقعیت این است که بچه داری سخت است. بالاخره فضای دو نفره یک زن و شوهر تحت تأثیر قرار می گیرد، مسائل و مشکلات مالی با خود به همراه دارد با همه این ها و فارغ از هر اعتقاد شخصی، سخت می توان این موضوع را به کسی که فرزند ندارد، باوراند که داشتن فرزند در هر حال لذتبخش است. همه این لحظات سختی، به یک لحظه خنده یک دختر بچه چهار ماهه می آرد. اساساً هم رسم دنیا همین است که هیچ خوبی و لذتی به تنهایی نیست و حتماً کنارش سختی هایی هم دارد. ممکن است در این فیلم کوتاه، نمایش سختی ها بر لذت ها بچرید و اگر اینگونه باشد این ایراد به تولید ما وارد است. اما تلاش مان این بود که یک موجود جذاب را در قالب یک دختر سه ساله که کارهای جذابی هم می کند به تصویر بکشیم تا لذت آن بر سختی های نگه داری از آن غلبه داشته باشد.

فیلم کوتاه تلویزیونی ازدها لازم می شود!



محصول:

باشگاه فیلم سوره

هدف:

آگاهی بخشی درباره وجوه مثبت و ارزشمند تعدد فرزندان در خانواده

کفش نه، بچه!

کفش دزدک یکی از محصولات ۱۴۰۰ است که کارگردانی آن را محمد پایدار انجام داده و فیلمنامه آن را حسین حقیقی نوشته است. داستان این فیلم ۳ دقیقه‌ای درباره علیرضا، کودک شش ساله و تک فرزندی است که همیشه در مهمانی‌ها، کفش‌های هم سن و سال‌هایش را قاپم می‌کند تا بتواند بیشتر با آن‌ها وقت بگذراند. پدر و مادرش برای رفع این مشکل، اقداماتی مانند خریدن تعداد زیادی کفش بچگانه را انجام می‌دهند اما فایده‌ای ندارد. تا اینکه به یک مشاور مراجعه می‌کنند و متوجه می‌شوند علیرضا، دوست دارد خواهر یا برادر دیگری داشته باشد تا تنها نباشد. یک سال بعد، با آمدن یک عضو جدید به این خانواده، همه از جمله علیرضا بسیار خوشحال می‌شوند.



فیلم کوتاه کفش دزدک



محصول:

باشگاه فیلم سوره

هدف:

آگاهی بخشی درباره وجوه مثبت و ارزشمند تعداد فرزندان در خانواده

متفاوت با قبلی‌ها

مادر بودن در عصر امروز چالش برانگیز است. تعریف مادری برای ما بسیار متفاوت از تعریف مادرانمان شده است. مامان‌های امروزی چالش‌های زیادی با فرایند بزرگ‌شدن و تربیت فرزندانشان از نوزادی تا نوجوانی و بعد از آن دارند. گاهی ارتباط بین مامان‌ها با فرزندانشان، آنها را در بزرگ‌سالی‌های دشوار تصمیم‌گیری درست و بجا مستأصل می‌کند. شرح این قصه مثل گیسوی قصه‌های مادرانه، مفصل است اما آب دریا را اگر نتوان کشید، هم به قدر ذره‌ای باید چشید. این کاری است که «مامان‌ها» در شبکه سه انجام داد. برنامه مامان‌ها به مادران فرصت داد تا از چالش‌ها و در دسرهای مادر بودن بگویند. فصل دوم مامان‌ها، بعد از سپری شدن تجربه فصل اول، حرف‌های بیشتری برای گفتن داشت. این برنامه محصول مشترک گروه اجتماعی شبکه سه سیما و مرکز مستند سوره حوزه هنری بود که از ۲۳ مرداد ۱۴۰۱ حوالی ساعت ۱۸ از شبکه سه پخش می‌شد. این برنامه از معدود برنامه‌هایی بود که با سایر برنامه‌های تلویزیون در حوزه خانواده، زنان و تربیت تفاوت بسیاری داشت و تلاش کرد تا با به تصویر کشیدن سختی‌ها و دغدغه‌های تربیتی مادران امروز، به تفاوت نگاه‌های تربیتی و انتخاب‌های مختلف مادرها در مواجهه با چالش‌های گوناگون بپردازد. برخلاف فصل اول که بخش قابل توجهی از موضوعات آن درباره مسائل جدیدتر مادری از جمله چالش‌های مادران در عصر تکنولوژی بود، اما در فصل دوم سرفصل‌هایی مانند همدلی و کمک به مادران، فردیت مادران ایرانی و چگونگی عبور از چالش‌های مادری در اولویت محتوایی این برنامه قرار گرفته بود. مامان‌ها در فصل اول به دغدغه مادران دارای کودک سه، چهار ساله و بالاتر می‌پرداخت؛ اما دامنه موضوعات و دغدغه‌های مادرانه در سری دوم این مجموعه گسترده شد و به موضوعات جدیدی از جمله دغدغه‌های پیش از مادر شدن، نحوه زایمان، افسردگی پس از زایمان، انتخاب‌های شغلی بعد از مادری، دوست‌یابی، بارداری در دوره عقد، نحوه زایمان، سقط جنین عمد و غیر عمد و... پرداخته شد. مامان‌ها تأثیر خوبی روی برنامه‌سازی در حوزه خانواده گذاشت و به مثابه نقطه عطفی در ایده‌پردازی و برنامه‌سازی در حوزه زنان شناخته شد که این اتفاق بزرگ و قابل توجهی است.

برنامه تلویزیونی گفت و گو محور مامان‌ها



محصول:

مرکز مستند سوره حوزه هنری

هدف:

تقویت و حمایت از نقش‌های مادری و همسری، صیانت از تحکیم خانواده

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

در راه اسکار

در آغوش درخت با نمایش قاب‌هایی خارج از فضای تهران در شهر ارومیه به تولید رسیده و با خلق داستانی شاعرانه، آخرین تلاش‌های یک خانواده در آستانه فروپاشی را به تصویر می‌کشد. «در آغوش درخت» اولین فیلم بابک خواجه‌پاشا است که بهمن سال ۱۴۰۱ در چهل و یکمین جشنواره فیلم فجر به نمایش درآمد و در رشته‌های بهترین طراحی صحنه، بهترین صدا، بهترین فیلمنامه، بهترین نقش اول زن، بهترین نقش مکمل مرد، بهترین کارگردانی، بهترین فیلم و بهترین فیلم اول نامزد دریافت سیمرغ بلورین شد. از بین ۸ نامزدی سیمرغ بلورین، دیپلم افتخار بهترین فیلم اول و سیمرغ بلورین بهترین فیلمنامه به بابک خواجه‌پاشا رسید. با وجود تحسین و تمجید از این فیلم که محصول مشترک سازمان سینمایی سوره و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان است، اما از وقت نمایش آن در جشنواره و نامزدی‌های متعدد و دریافت ۲ جایزه از جشنواره فجر تا اکران سراسری، زمانی طولانی سپری شد. با این حال هیأت انتخاب معرفی نماینده سینمای ایران به آکادمی اسکار، با اکثریت آرا فیلم سینمایی «در آغوش درخت» به کارگردانی بابک خواجه‌پاشا را به عنوان نماینده ایران به اسکار ۲۰۲۵ معرفی کرد. «در آغوش درخت» از ۱۷ مرداد ۱۴۰۳ در ۱۰۱ سالن سینما اکران شد و در یک ماه توانست حدود ۴ میلیارد تومان بفروشد و در میان پر فروش‌ترین فیلم‌های اجتماعی قرار بگیرد. غیر از موفقیت‌ها در کسب جوایز سینمایی گوناگون و توفیق در اکران در کشورهای مختلف، چندی پیش خبری انتشار یافت که یک زوج گیلانی در آستانه طلاق، پس از تماشای این فیلم، از تصمیمشان منصرف شدند. بابک لطفی خواجه‌پاشا، کارگردان: خانواده موضوعی ست که همواره دغدغه من بوده؛ از خانواده می‌توان اجتماع و سیاست را درست کرد. ما باید روی مساله طلاق که رشد چشمگیری در کشور ما دارد، کار کنیم و فیلم بسازیم. در آغوش درخت سعی می‌کند دغدغه‌های خانواده‌ها را بررسی کند به خصوص دغدغه‌هایی که در خانواده‌های ایرانی شاید منجر به بحران شده باشد. این فیلم نگاه کودکان را نسبت به مسائل والدین به تصویر کشیده است؛ این فیلم زاویه دید تازه‌ای به بحران خانواده از نگاه دو کودک داشته و این بحران را مورد بررسی و واکاوی قرار داده و راهکار جدیدی را به خانواده نشان دهد.

فیلم سینمایی در آغوش درخت



محصول:

مشترک سازمان سینمایی سوره و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

هدف:

تقویت و حمایت از نقش‌های مادری و همسری، صیانت از تحکیم خانواده

يك عاشقانه پاك و بی‌آلایش

هادی مقدم‌دوست پس از ۷ سال، سومین فیلم سینمایی خود را با نام عطر آلود به تهیه‌کنندگی یوسف منصوری و محصول سازمان سینمایی سوره، در چهل و یکمین جشنواره بین‌المللی فیلم فجر رونمایی کرد. این فیلم برای بهترین طراحی صحنه، بهترین فیلمبرداری، نقش اول مرد و نقش اول زن نامزد شد و مسعود سخاوت دوست، سیمرغ بلورین بهترین موسیقی متن را برای این فیلم برد. فیلم عطر آلود به قلم حسین حسینی یک ملودرام عاشقانه با ترکیبی از رنج، ترس و وجدان است که در ادامه سینمای انسانی مقدم‌دوست، چالش‌های یک زوج خوشبخت را در مسیر استحکام زندگی‌شان تصویر می‌کند و این که پدری در آستانه مرگ با تردیدهایش برای نگهداری جنین همسرش کلنچار می‌رود.

از نگاه بسیاری از کارشناسان، عطر آلود یک اثر درخشان سینمایی در ساختار و معناست. فیلم‌نامه و پیرنگ کامل و خاص، لحن سمبلیک و شکل تاویل‌پذیر داستان، بازی بی‌نقص و دیدنی درونی و برونی هنرپیشه اصلی، خلاقیت‌های جدید و جالب‌بصری و مضمونی از جمله مواردی است که باعث می‌شود عطر آلود یک اثر سینمایی قابل ستایش باشد. عطر آلود حاوی ارزشمندی‌ها و تمایزهایی در ساخت و شیوه فیلم‌سازی است که شاید مهم‌ترینش رنگ فانتزی و خیال پیشرفته فیلم است، رنگ و خیالی که باز در سینمای شدیداً واقع‌گرا و تک‌بعدی دهه‌ی اخیر سینمای ایران بسیار مغتنم است و در عین حال به چشم‌پسندها و داورهای سیاست‌زده و کلیشه‌ای نمی‌آید.

«عطر آلود» از آن دسته فیلم‌هایی است که هر کس بهره خود را از آن می‌گیرد؛ فیلمی که می‌تواند هم جواوگویی مخاطبی باشد که دنبال قصه عاشقانه است، هم مخاطبی که در جستجوی محتوای دینی است و هم پاسخگویی مخاطبی که علاقه‌مند به مسائل اجتماعی روز است. قصه عاشقانه عطر آلود سرراست و پاکیزه است. عشقی متعهد، پایدار و کیمیادار این زمانه؛ عشقی که برخلاف بسیاری از فیلم‌های سینمایی دیگر با خیانت، خشونت، ناسازگاری، خودخواهی و پوچ‌گرایی آلوده نمی‌شود.

فیلم سینمایی عطر آلود



محصول:

سازمان سینمایی سوره

هدف:

تقویت و حمایت از نقش‌های مادری و همسری، صیانت از تحکیم خانواده

سریال «تازه وارد» در هر قسمت میزبان یک گروه از فیلمسازان جوان بود که فرزندآوری و مشکلات خانواده‌هایی که آرزوی بچه‌دار شدن دارند، را روایت می‌کردند. برای ضبط این سریال نزدیک به ۱۵۰ لوکیشن درگیر شد و ۳۵ بازیگر اصلی نیز در قسمت‌های مختلف این سریال ایفای نقش کردند.



با لهجه کرمانی

انیمیشن سینمایی «لوپتو» در ژانر کمدی و ماجراجویانه نخستین محصول سینمایی مرکز انیمیشن سازمان سینمایی سوره است که با تکنیک سه بعدی در استودیو فراسوی ابعاد، توسط هنرمندان کرمانی تولید شده است. در گویش کرمانی «لوپتو» به اسباب بازی‌ها و عروسک‌های دست‌ساز گفته می‌شود که قدیم‌ها، مادرها برای فرزندان خود درست می‌کردند. در کل انیمیشن هم ماشین‌هایی با پلاک ۴۵ می‌بینیم که تأکیدی بر زیست‌بوم قصه شهر کرمان است. علیرغم فروش بالای این انیمیشن، اما روند اکران آن هم قابل توجه، و چرخه تولید و اکران فیلم لوپتو یک اتفاق تازه و تجربه منحصر به فرد در حوزه هنری بود که ماجرای شیرین رویداد فیلم بازی را رقم زد. در این رویداد که علاوه بر اکران این فیلم در سینما فلسطین تهران، کودکان و نوجوانان بازی‌های رومیزی، تئاتر تعاملی، نمایش عروسکی، کارگاه‌های ساخت اسباب بازی، کارگاه نقاشی و بازدید غرفه‌های تخصصی را تجربه کردند و در کنار هم ساعاتی را درگیر این انیمیشن، داستان و شخصیت‌های آن شدند.



انیمیشن لوپتو



محصول:

سازمان سینمایی سوره

هدف:

صیانت از تحکیم خانواده

روایت جوان‌ها از جوانی جمعیت

نمایش عوارض جانبی استفاده از روش‌های مختلف پیشگیری از بارداری و عوارض خطرناک پزشکی، روانشناختی و فرهنگی و اجتماعی سقط جنین سریال «تازه وارد» نخستین تجربه سریال‌سازی بچه‌های باشگاه فیلم سوره محسوب می‌شود و یکی از تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی به زبان هنر. نکته مهم «تازه وارد» تجربه گرایی آن بود. سریال «تازه وارد» حاصل تجربه کارگردانی جوان‌هایی است که در سال‌های اخیر در مسیر آموزشی تربیتی باشگاه رشد کرده بودند و حالا به مرحله کارگردانی چند اپیزود یک سریال تلویزیونی رسیده بودند. نقطه بلوغ برای بعضی از بچه‌های باشگاه از پس چند سال تجربه تیزر فرهنگ و فیلم کوتاه، نقطه‌ای که موجب شکوفا شدن و ادامه مسیر ارتقا و رشد هنری چند جوان مستعد هم بود.

این سریال در هر قسمت میزبان یک گروه از فیلمسازان جوان بود که فرزندآوری و مشکلات خانواده‌هایی که آرزوی بچه‌دار شدن دارند، را روایت می‌کردند. «تازه وارد» برای اولین بار خرداد ماه ۱۴۰۱ روی آنتن شبکه سه تلویزیون رفت و هر ۱۱ قسمت آن پخش شد. برای ضبط این سریال نزدیک به ۱۵۰ لوکیشن درگیر شد و ۳۵ بازیگر اصلی نیز در قسمت‌های مختلف این سریال ایفای نقش کردند. ساخت هر کدام از قسمت‌های تازه وارد، ۷ الی ۸ روز زمان برده است. علی‌فروغی، مدیر شبکه سه سیما درباره این سریال گفت: رونمایی از هشت چهره موفق و آینده‌دار در حوزه داستانی برای ما مهم‌تر از رونمایی از سریال است و خروجی اصلی این کار برای ما سرمایه انسانی است.

همچنین حسین حقیقی موسیقی «پا به ماه» را به عنوان تیتراژ سریال تلویزیونی «تازه وارد» ساخت که بارها از شبکه ۳ سیما پخش شده است. در این قطعه موسیقی با زبانی ساده و دل‌پسند طعم شیرین فرزندآوری یادآوری می‌شود.

سریال تازه وارد



محصول:

باشگاه فیلم سوره

هدف:

آگاهی بخشی درباره‌ی چهره مثبت و ارزشمند تعداد فرزندان در خانواده،

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

يك مجموعه کامل درباره سقط جنین

سه‌شنبه ۲۶ شهریور ۱۴۰۳ نشست هم‌اندیشی حامیان مردمی «حیات جنین» و رونمایی از مستند «لابیرنت» با حضور رئیس سازمان تبلیغات اسلامی، نمایندگان مجلس و وزارت بهداشت و فعالان این حوزه برگزار شد. مستند «لابیرنت» به کارگردانی محمدرضا عبدالحمیدی در کنار بیان شگفتی‌های خلقت جنین به روایت مادرانی می‌پردازد که روزگاری در گیر تصمیم‌گیری برای سقط فرزند خود بوده‌اند. روزهای سخت برای آن‌ها که جنین در حال رشد خود را می‌بینند ولی در تلاش هستند خود را متقاعد کنند که اشتباهی مرتکب نمی‌شوند. در این مستند ۷۰ دقیقه‌ای، با بیش از ۲۵ کارشناس صحبت شده تا پیامدهای تلخ سقط جنین معلوم شود. در انتهای این برنامه از پوستر پویش «حیات جنین» رونمایی و توسط رئیس سازمان تبلیغات اسلامی امضا شد. حجت‌الاسلام محمد قمی، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی در مراسم رونمایی از مستند «لابیرنت» گفت: «حتماً سقط و تقبیح سقط در سبد اولویت‌های مسئله جوانی این جامعه است و در اهمیت آن حتی یک نفر را نجات دادن معادل نجات دادن بشریت و همه انسان‌ها است. این مسئله یک مسئله حیاتی است. مجموعه‌های مردمی می‌توانند این مسائل را حل کنند و در راستای موارد عنوان شده و ظرفیت‌هایی که وجود دارد همه در خدمت شما هستند. این معضل، یک جنگ است؛ حضرت آقا گفتند جریان می‌خواهد با ریشه کن کردن خانواده به بشریت ضربه بزند. باید با اقدامات فرهنگی، پایه‌های انگاره‌های اجتماعی درباره سقط جنین تغییر کند، وقتی در ذهن‌ها سقط جنین دیده ندارد، دفن ندارد، گناه تلقی نمی‌شود، توبه ندارد و این تلقی عرفی و اولیه در جامعه مبنی بر این که این جنین، هنوز بچه نیست پس از بین بردنش ایرادی ندارد، وجود دارد باید تلاش کنیم که این ذهنیات توسط مجموعه‌های مردمی و فرهنگی اصلاح شود و تلقی مردم به اصول و ارزش‌های ایرانی نزدیک شود هر چند که کار سختی است.»

مستند لایبرنت



فرزندآوری؛ يك مسئله ملی



مریم قاضی سعیدی، دبیر پویش «حیات جنین»: دقیقاً ما دنبال این هستیم با استفاده از ظرفیت رسانه همه آدم‌ها را پای موضوع «حیات جنین» بیاوریم و مستند لایبرنت قرار است برای ما یک پله و سکو باشد تا آدم‌های مختلف را آگاه کنیم و همه طیف‌ها نسبت به موضوع حساس شده و احساس دغدغه کنند. ما متأسفانه می‌بینیم

صدا و سیما در قانون جوانی جمعیت وظایفی دارد اما خبری از فعالیت نیست. یا در جشنواره‌ها بخشی برای این موضوع وجود ندارد. یا مثلاً همه آن‌جی‌او‌ها می‌توانند بخشی برای «حیات جنین» داشته باشند. امیدواریم رسانه پله و ظرفیتی باشد که همه ظرفیت‌ها پای کار این موضوع بیایند. محمدرضا عبدالحمیدی، کارگردان: مستند «لابیرنت» مستندی جامع در حوزه سقط جنین است و هر کس این مستند را ببیند و دغدغه‌مند این حوزه باشد ممکن است با جزئیات آن مخالف باشد اما با کلیت آن موافق است. می‌فهمد مستند دم دستی نیست و مخاطبی که دغدغه این موضوع را نداشته باشد این موضوع به دغدغه‌اش تبدیل می‌شود و ما باز خوردی داشتیم که مخاطب گفته است بعد از دیدن این مستند آدم متفاوتی شدم.

حیات جنین



محصول:

سازمان سینمایی سوره

هدف:

نمایش عوارض خطرناک پزشکی، روانشناختی و فرهنگی و اجتماعی سقط جنین

انتشار کتاب های مفید برای تربیت کنشگران جمعیت



درسنامه های کاغذی

روزگاری بود که در کشور خودمان، رانندگان خودروها هیچ اعتنایی به کمربند ایمنی داخل ماشین نداشتند و از آن استفاده نمی کردند. آسیب های ناشی از نبستن کمربند ایمنی در تصادفات رانندگی به حدی بود که مسئولان را واداشت با اعمال قوانین، رانندگان را به بستن آن مجبور کنند اما مهم تر از آن، بکارگیری روش هایی بود که این مهم را فرهنگ سازی کرد تا رفته رفته جا افتاد و حالا کمتر راننده ای پیدامی شود که پیش از حرکت، کمربند ایمنی را نبندد. فرزندآوری و احساس مسئولیت افراد جامعه نسبت به جلوگیری از پیری جمعیت نیز نیاز به فرهنگ سازی دارد. برای ایجاد این فرهنگ لازم است ابتدا فضای نخبگانی کشور در این زمینه اقناع شود و سپس از طریق این افراد، آحاد جامعه در معرض آن قرار بگیرند. برای بالابردن اطلاعات این نخبگان که بخشی از آنها شامل مربیان و روحانیون و امامان محله می شود، لازم است خوراک های فکری در قالب کتاب در اختیار آنها باشد تا از این طریق بتوانند فضای فرهنگی مناسب را برای جامعه مهیا کنند. چند جلد کتاب به عنوان درسنامه برای کنشگران جمعیت آماده و منتشر کرده که برای آشنایی بیشتر، برخی از آنها را مرور می کنیم.



حدیث زندگی

که بر اساس اصول دهگانه تربیت اسلامی پیش می رود و از دوره قبل از تولد تا پس از بلوغ و تربیت معنوی را شامل می شود. در جلد سوم سبک زندگی اسلامی و نظریه های خانواده درمانی در آسیب شناسی خانواده بررسی می شود. جمعی از اساتید و پژوهشگران حوزه خانواده مولف کتاب محسوب می شوند و نگارش آن را محمد عجمین بر عهده داشته است.

مربیان خانواده، تهیه و در ۳۰۰۰ دوره سه جلدی چاپ شده اند. فصل اول کتاب به مباحث مقدماتی اختصاص دارد که شامل مواردی همچون جامعه شناسی خانواده و اصول و فنون مشاوره می شود. ۲ فصل بعدی اختصاص به ازدواج و روابط زوجین دارد. جلد دوم کتاب حدیث زندگی، شامل فصل فرزند پروری است

مربیان خانواده برای آن که ارتباط موثرتری با زوج های جوان و خانواده ها داشته باشند باید آگاهی های خود را افزایش دهند تا آگاهی بخشی آنها ثمره بیشتری داشته باشد. کتاب های حدیث زندگی که در ۳ مجلد چاپ شده اند، شامل درس های ارائه شده توسط اساتید و پژوهشگران حوزه خانواده می شوند که با هدف ارائه محتوای غنی و مناسب برای تربیت



ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

دو و نیم / کتاب دو و نیم، مجموعه درس گفتارهای اساتید حوزه خانواده و جمعیت در ۱۰ فصل است که علاوه بر پاسخ به شبهات در این موضوع به طرح عناوینی از جمله، ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، روانشناسی، تربیتی، اقتصادی و پزشکی مسئله جمعیت و فرزندآوری پرداخته است. این کتاب به تیراژ ۵۰۰۰ نسخه چاپ شده و بین کنشگران و مبلغین جمعیت سراسر کشور توزیع گردیده است. با توجه به احساس نیاز در برخی مناطق و استان ها از جمله خراسان رضوی، سیستان و بلوچستان، آذربایجان غربی، مازندران، یزد و منطقه آزاد باکو بصورت گسترده تری این توزیع انجام شده است. این کتاب را اداره کل آموزش های تخصصی سازمان تبلیغات اسلامی با همکاری ستاد جمعیت این سازمان منتشر کرده است.

جمعیت در قاب هنر و رسانه / کتابچه جمعیت در قاب هنر و رسانه، مجموعه مباحثات جمعی از اهالی رسانه با برخی از کارشناسان حوزه خانواده و جمعیت، پیرامون فعالیت هنری در این عرصه است. این مباحثه ها خلاصه شده و تیتروار کنار هم قرار گرفته اند. این کتابچه در کمتر از ۷۰ صفحه و در قطع جیبی انتشار یافته است.

سهه مجلس دینی / این کتاب کوچک و کم حجم در ۳ بخش مجزا به موضوع حمایت از حیات جنین می پردازد. حجت الله حاجی کاظم، نویسنده این جزوه، نسبت جنین و انسان بودن، اهمیت جان انسان برای درک بیشتر اهمیت جان جنین و احکام حامی حیات مادر و جنین را برای این ۳ مجلس خودانتخاب کرده و در هر بخش مفصل به توضیح آن پرداخته است.

شبهات فرزندآوری / در این کتاب نیز مانند قبلی، این بار علی ابوترابی در جایگاه نویسنده، یک مدونه تبلیغی فراهم کرده تا راهنمای کنشگران جمعیت باشد. در این کتاب به برخی موانع فرزندآوری اشاره شده و سپس با راه حل هایی تلاش شده به گونه ای مخاطب راهنمایی شود که این موانع را برای فرزندآوری کنار بزند.

۲

۳

۴

۵

چاپ و توزیع سررسید جمعیتی ۱۴۰۳

یادآوری روزانه

بیانات مقام معظم رهبری در خصوص جمعیت و فرزندآوری و مسائل دیگر جمعیتی که در سربرگ تمام صفحات قرار داده شده است.

- استفاده از پوسترها و تصاویر جمعیتی
- ارائه محتوای تصویری مرتبط با جمعیت به صورت کیو آر کد در صفحات روز جمعه
- استفاده از احادیث و روایات مرتبط با جمعیت در مناسبت های مذهبی
- معرفی مشاهیر و بزرگان به عنوان خانواده های خوش جمعیت ایرانی
- یادداشت هایی برای تلنگر بحران جمعیت در ابتدای هر ماه
- معرفی کتب مرتبط با تبیین مسئله جوانی جمعیت



با اسکن این کیو آر کد
موشن معرفی سررسید
را ببینید.

آن نیاز است. به طور کلی ویژگی های منحصر به فرد این سررسید را می توان چنین برشمرد؛

● بیان گفتارهای مرتبط با جمعیت و فرزندآوری، معضلات پیری و چالش های جمعیتی، مسائل پزشکی و زایمان، سقط جنین و احکام و عوارض آن، مهمترین

چاپ و توزیع سررسید «امید آینده» یکی از اقدامات ستاد جمعیت سازمان تبلیغات است که برای سال ۱۴۰۳ هجری شمسی انتشار یافت. این نخستین سررسید جمعیتی کشور محسوب می شود که به عنوان یک همراه کاغذی، روزانه یادآور می شود که بحران جمعیت چه اندازه به جامعه ما نزدیک است. این سررسید با هدف بالا بردن آگاهی و تبیین در زمینه تحدید نسل و آسیب های کاهش جمعیت جوان و به منظور حمایت از فرزندآوری و فرهنگ سازی درباره جوانی جمعیت از سوی ستاد خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی به چاپ رسید و بین نخبگان سراسر کشور توزیع شد. جالب این که سررسید امید آینده طرح جلد های متفاوتی دارد که افراد برای سفارش می توانستند هر کدام را که تمایل دارند انتخاب کنند.

سررسید امید آینده افزون بر درج مناسبت های هر روز و وجود فضای مناسب سررسید، حاوی نکته ها و یادآورهای خاصی است که در حوزه جوانی جمعیت به



امید آینده

انتشار جامع‌ترین نشریه الکترونیکی کشور درباره جمعیت

یافت به ابعاد سیاسی و ملی فرزندآوری می‌پرداخت و در آن درباره این موضوع با امیرحسین بانکی پور فرد، نماینده مردم اصفهان در مجلس گفت‌وگو انجام شده بود.

- شماره هفتم امید آینده، انتشار یافته در آذر سال گذشته به برکات فرزندآوری اختصاص داشت.
- شرایط دشوار تک‌فرزندها، موضوعی است که برای نسخه دی ماه ۱۴۰۲ در قالب هشتمین شماره امید آینده انتخاب شده بود. همچنین در شماره‌های نهم و دهم به تربیت فرزند توجه شده بود که بهمن و اسفند پارسل منتشر شدند و در آنها با محمدمسلم وافی و سیدعلیرضا تراشپور از فضایی حوزه علمیه قم و از فعالان حوزه جمعیت گفت‌وگو شده بود.
- در شماره یازدهم که خرداد ۱۴۰۳ منتشر شد، موضوع ناباروری مورد بررسی قرار گرفت و در شماره ۱۲ که تاریخ تیر ۱۴۰۳ بر آن درج شده بود، واسطه‌گری در ازدواج کندوکاو شد.
- جمعیت و سالمندی موضوع سیزدهمین شماره این نشریه است که به بررسی علل کاهش رشد جمعیت و راهکارهای برون رفت از چالش سالمندی و معرفی محصولات فرهنگی و رسانه‌ای در این باره می‌پردازد.

جنین، گفت‌وگویی با مسئول موسسه حریم حیات جنین داشت.

- در شماره دوم با موضوع ابعاد اقتصادی فرزندآوری، عنوان «کی نونشو می‌ده...؟» انتخاب شده بود. این نشریه تیر ۱۴۰۲ منتشر شد.
- شماره سوم به موضوع سالمندی و پیری جمعیت اختصاص داشت که مرداد ۱۴۰۲ انتشار یافت و در آن هشدارهایی درباره کاهش رشد جمعیت ارایه شد.
- در شماره چهارم موضوع سقط عمدی جنین با عنوان «قتل‌های عادی» انتخاب شد و شهریور سال گذشته به انتشار رسید.
- مهرماه سال ۱۴۰۲ پنجمین شماره این نشریه منتشر شد که به جایگاه والای مادری اختصاص یافته بود.
- شماره ششم امید آینده که آبان سال پیش انتشار

نشریه «امید آینده»، اولین نشریه چند رسانه‌ای در حوزه جمعیت کشور است که با هدف بالا بردن آگاهی و تبیین بحران کاهش جمعیت و برای تحقق ایرانی جوان، در کنار محتوای نوشتاری و مکتوب، در بخش چند رسانه‌ای از قالب‌های یادکست، موشن گرافی و کلیپ و قرار دادن «کیو آر کد» برای انتقال سریع محتوا به مخاطب در فضای مجازی بهره می‌برد. نشریه تخصصی «امید آینده» که به همت و صاحب امتیازی ستاد جمعیت و خانواده سازمان تبلیغات اسلامی گردآوری می‌شود، معمولاً به صورت ماهانه در دو قالب مجله و فوم‌برد و در ۱۲ صفحه در قطع رحلی (A4) به سردبیری جواد حجت انتشار می‌یابد.

- شماره یکم با عنوان «سقط جنین قاتل ایران قوی»، علاوه بر ارائه آمار کلی و احکام مورد سوال درباره سقط



با اسکن این کیو آر کد موشن معرفی نشریه را ببینید.



ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



با اسکن این کیو آر کد فیلم نشست سوره را ببینید.



با اسکن این کیو آر کد فیلم نشست کافه نخلستان را ببینید.

برپایی نشست با هنرمندان
واهای رسانه درباره آینده جمعیتی ایران

همفکری با اهل فن

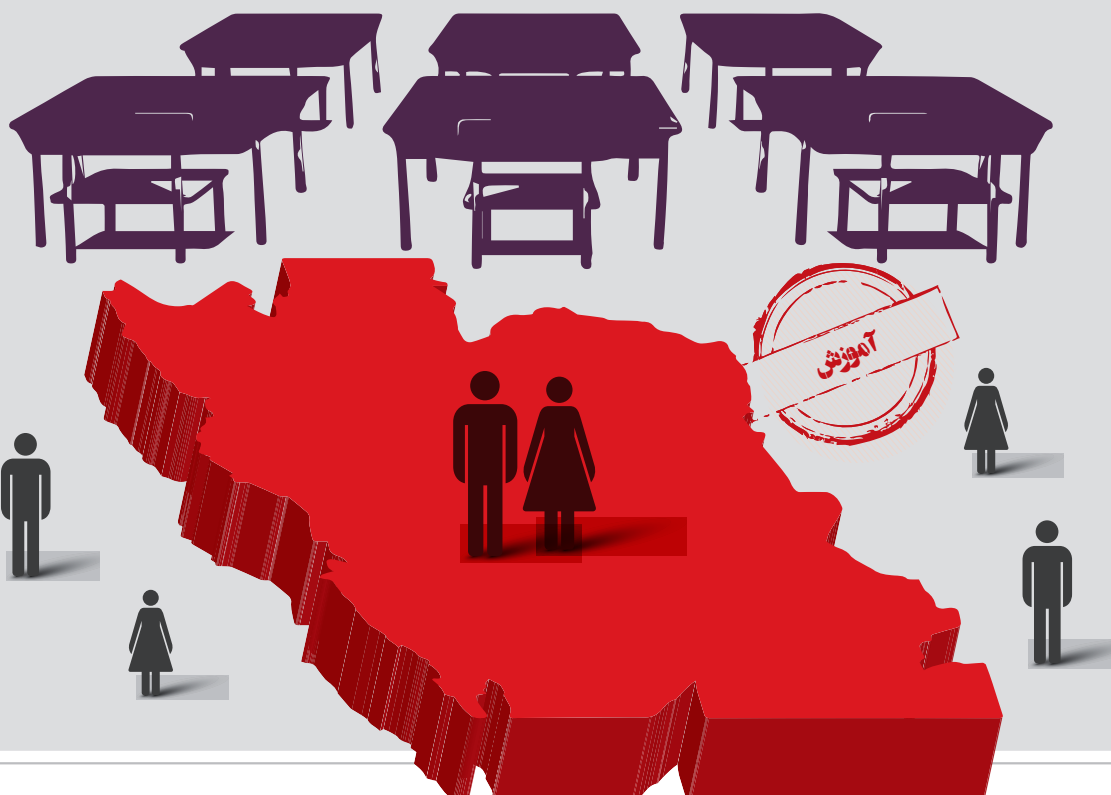
رسانه‌ها مدتهاست که در جوامع مختلف، جریان افکار عمومی را در دست گرفته‌اند و بسیاری از حرکت‌ها را چه خوب محسوب شوند و چه ناهنجار باشند، جهت‌دهی می‌کنند. سال‌های متمادی است که ابزار نمایش، بویژه فیلم و سریال اصلی ترین ابزار شکل‌دهی به فرهنگ و سبک زندگی در جوامع است؛ روزگاری بسیاری از افراد در کشورهای گوناگون، بخاطر نحوه سیگار کشیدن فلان هنرپیشه آمریکایی، سیگاری شدند یا نوع لباس پوشیدن دیگری را مد روز کردند. حالا جدی‌تر از فیلم و سینما، شبکه‌های اجتماعی هستند که به این جریان روز، شکل می‌بخشند و آن را راهبری می‌کنند. در چنین شرایطی برای پدیده‌های فرهنگی و حرکت‌هایی که نیاز به فرهنگ‌سازی دارد، استفاده از ابزار رسانه و یا تولیدات نمایشی در این زمینه گریزناپذیر است. فرزندآوری و موضوع افزایش جمعیت یا ترویج جلوگیری از سقط جنین و موضوعاتی از این دست بیش از آن که مبتنی بر مسائل اقتصادی باشند، فرهنگی‌اند. اگر قرار باشد جامعه نسبت به فرزندآوری ترغیب شود، ولو آن که همه مشکلات اقتصادی هم حل شود، ممکن نخواهد بود؛ چه آن که در جوامع غربی و یا در میان خانواده‌های مرفه که بظاهر مشکل اقتصادی وجود ندارد، تمایل به فرزندآوری بسیار پایین‌تر از دیگر جوامع است. با چنین رویکردی بود که ستاد جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی به

منظور تبیین مسئله جمعیت و ابعاد مختلف آن برای اهالی رسانه (کارگردانان، تهیه‌کنندگان، فیلمنامه‌نویسان، خبرنگاران حوزه خانواده، مدیران و فعالان رسانه‌ای و بلاگرها) دو جلسه مجزا در سازمان سینمایی سوره و کافه نخلستان، با حضور تعدادی از اساتید و کارشناسان حوزه خانواده و جمعیت در فروردین ماه سال ۱۴۰۲ برگزار کرد. گفت‌وگوهای انجام شده در این نشست‌های صمیمانه، در راستای تبیین ابعاد مختلف بحران پیری جمعیت برای هنرمندان و دغدغه‌مندان این عرصه بود تا با بهره‌گیری از مطالب مطرح شده در این جلسات، خروجی محتوای تولید شده فاخرتر و اثرگذارتر باشد. جمع بندی گفتگوهای این دو جلسه در کتابچه‌ای با عنوان «مجموعه مباحث جمعی از اهالی رسانه با برخی از کارشناسان حوزه خانواده و جمعیت» گردآوری و تولید شده است. محمد اسماعیل اکبری (رئیس مرکز تحقیقات سرطان و رئیس انجمن آموزش پزشکی ایران)، علی اکبر محزون (کارشناس ارشد جمعیت‌شناسی مرکز آمار ایران)، امیر حسین بانکی پور فرد (استاد دانشگاه و رئیس کمیسیون مشترک طرح جوانی جمعیت و حمایت از خانواده مجلس شورای اسلامی)، حجت الاسلام علی ابوترابی (استاد حوزه و دانشگاه و عضو هیئت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی)، صالح قاسمی (پژوهشگر حوزه تحولات جمعیت ایران و جهان)، فرشته روح افزا (مدرس دانشگاه و مدیر طرح و برنامه و تدوین و سیاست‌گذاری شورای عالی فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده)، حجت حاجی کاظم (پژوهشگر حوزه جمعیت و سقط جنین و از مؤسسان اندیشکده مردمی حریم حیات جنین) و حجت الاسلام محمد صادق ابوترابی (مسئول دبیرخانه ستاد خانواده و جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی) برخی از کارشناسان این نشست‌ها بودند.

مروری بر عملکرد خانواده بزرگ سازمان تبلیغات اسلامی
در آموزش صیانت از خانواده و جوانی جمعیت

کلاسی به وسعت ایران

پیش از آن که قانون جوانی جمعیت تکالیفی معین کند، سازمان تبلیغات اسلامی فعالیت‌های آموزشی متعددی برای تربیت فرزند و صیانت از خانواده داشت. براین اساس، پس از ابلاغ قانون، روندی که از پیش طی می‌شد، متمرکزتر و موثرتر دنبال شد تا به نتیجه مطلوب برسد و جامعه هدف، بانگشاهی بازتر با پدیده جمعیت و مقوله فرزندآوری برخورد کند. به منظور حسن انجام قانون جوانی جمعیت در سراسر کشور و توجیه مدیران و کارشناسان استانی، جلساتی در ۶ نوبت با حضور ۳۰ مدیرکل استانی و ۴۵ کارشناس حوزه جمعیت از سراسر کشور طی ۶ روز در استان‌های قم و تهران برگزار گردید. در این جلسات ضمن تبیین مسئله جمعیت، ضرورت‌ها و ابعاد مختلف این موضوع بررسی شد. هم‌فکری و هم‌اندیشی در راستای قانون جوانی جمعیت و برنامه‌ریزی و تعیین راهبردهای اجرایی برنامه، بررسی وضعیت ازدواج، طلاق و آمارهای جمعیتی در کشور و راهکارهای حل مسئله و ارائه گزارش از اقدامات انجام شده در راستای بهبود وضعیت ازدواج، طلاق و آمارهای جمعیتی در کشور از دیگر دستور جلسات بود.



مروری سریع داشته‌ایم بر فعالیت‌های گوناگون آموزشی خانواده بزرگ سازمان تبلیغات اسلامی در حوزه جمعیت و فرزندآوری که در این مدت پیگیری و اجرا شده است.

دی ماه ۱۴۰۳

۶۶

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

- راه اندازی گروه های تخصصی مبلغین جمعیت و خانواده
- دوره تربیت کنشگر و مبلغ جمعیت ضمن خدمت کارکنان و کارمندان سازمان تبلیغات سراسر کشور برای ۹۰۰ نفر از بیش از ۲۰ استان که بصورت ۳۰ ساعت مجازی و در ۴۰ روز برگزار شد.
- دوره آموزشی پیش از ازدواج که به سفارش وزارت ورزش و جوانان برای مشاورین مراکز مشاوره سراسر کشور برگزار شد؛ تعداد شرکت کنندگان: ۲۵۰۰ نفر؛ مجموع ساعات آموزشی: ۱۵۰ ساعت
- آموزش واسطین ازدواج برای ارتقای سطح آموزشی مراکز همسان گزینی؛ تعداد شرکت کنندگان در دوره ۲۵۰۰ نفر بود که بیش از صد نفر از آنها موفق به اخذ گواهی نامه آموزشی شدند. این دوره به شکل ۸۰ ساعت مجازی در سامانه مبشران برپا بود.

بر این مینا ۴ راهبرد اصلی نسبت به ۴ موضوع فرزندآوری، جلوگیری از سقط و حیات جنین، واسطه گیری و ترویج فرهنگ واسطه گیری و ازدواج در استان ها، در قالب برنامه هایی تعریف شد؛ این راهبردها عبارتند از:

- ۱) توجیه و تبیین مدیران، نخبگان، اساتید و علما، افراد تأثیرگذار، بلاگرها و کادر بهداشت و درمان.
- ۲) انجام پویش ها، رویدادها و جشن ها مانند جشن کالسکه سواری و پویش نجات آرزوها.
- ۳) اهتمام به فعالیت های رسانه ای و تولید محتوای مناسب برای شبکه های تلویزیونی استان، ترویج و توزیع نشریه و سرسید امید آینده و انتشار تولیدات رسانه ای سازمان تبلیغات
- ۴) فعال کردن نهادهای دینی از قبیل هیئت و مسجد برای ترویج فرزندآوری و تقبیح سقط جنین.



برگزاری پویش و کمپین و رویداد در سطح استان ها

استان مازنداران

- کمپین مجازی مادران مقاومت
- پویش فدای مادر
- رویداد آموزشی مسیر نجات با محوریت افزایش جمعیت
- رویداد رابطین و فعالین خانواده و مجمع فعالان جمعیت



استان اردبیل

- پویش تربیت فاطمی

استان اصفهان

- کمپین مقابله با سقط جنین با همکاری شبکه بهداشت

استان هرمزگان

- پویش عزیزم حسین
- رویداد طرح رفیقانه



استان لرستان

- پویش کالسکه سواران غدیر
- پویش گفتمان سازی با هشتگ فرزندآوری
- رویداد جوانی جمعیت
- رویداد جایزه ملی جمعیت در اداره کل تبلیغات اسلامی

استان قزوین

- رویداد پیشگام با شرکت تیم های مسئله یاب و حل مسئله جمعیتی

استان خراسان شمالی

- پویش کالسکه سواران نسل ظهور



استان گلستان

- کمپین حمایت از زوجین، حمایت از جهیزیه، حمایت از خانواده های پر فرزند
- رویداد استانی جمعیت
- رویداد ملی جمعیت و کسب رتبه ملی

استان زنجان

- همکاری در معرفی مجموعه های فعال در عرصه جمعیت و خانواده به رویداد جامعه پرداز

فعالیت های آموزشی ستاد جمعیت



- طراحی و تولید بسته آموزشی زندگی مؤمنانه در راستای تحکیم خانواده ها
- ارائه محتوای ترویجی به شبکه امامان در قالب کانال خانه امام و اپلیکیشن پیشخوان خدمت هدایت
- برگزاری بیش از ۳۰۰ وبینار مجازی با موضوع جمعیت در سراسر کشور برای جامعه هدف
- تولید دوره های آموزشی تربیت کنش گر جمعیت
- آموزش مسئولان هیئات مذهبی، مداحان و تشکل های مردمی و گروه های جهادی خواهران نسبت به بحث جمعیت
- آموزش و تربیت ویژه ۱۵۰۰ مبلغ در ۱۵ استان با موضوع جمعیت و اختصاص منبر بسیاری از شب ها به این موضوع در رمضان ۱۴۴۲
- برگزاری دوره های آموزشی حضوری و مجازی ویژه روحانیون، مبلغین، وعاظ، ائمه جماعات و شبکه مداحان و همسران روحانیون مستقر همیاران تبلیغ (در حوزه ترویج سبک زندگی اسلامی و تعالی نهاد خانواده)
- برگزاری آموزش های تخصصی مجازی همسر روحانیون مستقر همیاران تبلیغ، امام و هادی در سایت مبشران
- ارتباط مستمر با کنشگران حوزه جمعیت در سراسر کشور و تدوین بانک جامع اطلاعات کنشگران حوزه خانواده و جمعیت



تجميع فعاليت‌های آموزشی استان‌ها

- ۵۳۴ نشست تبیینی در حوزه جمعیت و خانواده برگزار شد
- ۸۶۳۰ نفر در سطح استان‌ها مخاطب این نشست‌ها بودند
- ۴۰۶ همایش در حوزه جمعیت و خانواده برگزار شد
- ۱۹۲۰۱ نفر در سطح استان‌ها مخاطب این همایش‌ها بودند
- ۱۶۱ دوره آموزشی در حوزه جمعیت و خانواده برگزار شد
- ۵۱۰۵۱ نفر در سطح استان‌ها مخاطب این دوره‌های آموزشی بودند
- ۴۲ دوره آموزشی مجازی در حوزه جمعیت و خانواده برگزار شد
- ۷۲۴۲ نفر در سطح استان‌ها مخاطب آموزش‌های مجازی بودند
- ۱۳۸ کارگاه آموزشی در حوزه جمعیت و خانواده برگزار شد
- ۶۸۱۳ نفر در سطح استان‌ها مخاطب این کارگاه‌ها بودند



اقدامات ویژه در حوزه جمعیت و خانواده

- تشکیل کمیته تکالیف طرح سامان خانواده با محوریت جمعیت
- معرفی الگوهای کنشگری مردمی در بهبود فرزندآوری
- تقدیر از مادران هیئتی دارای سه فرزند
- برگزاری نمایشگاه قرارگاه جمعیت با موضوع فرزندآوری و جوانی جمعیت
- برگزاری نمایشگاه هفته ملی کودک با محوریت خانواده و جوانی جمعیت
- برپایی ایستگاه سلامت با محوریت جوانی جمعیت
- مسابقه کتابخوانی با محوریت جوانی جمعیت
- برگزاری میز مشاوره نسل حسینی با موضوعات: شکوه مادری، آسیب‌های تک فرزندی، عوارض سقط جنین، تعالی خانواده
- نذر قربانی اول ماه به نیت اهداء به مادران نابارور، تهیه بسته معیشتی، تهیه اسباب بازی برای کودکان و نوجوانان خانواده محروم، تهیه سیسمونی
- اکران فیلم اخت الرضا
- موبک مادر و دختری با موضوع تعالی خانواده
- توزیع بروشورهای آموزشی در هیئت‌های مذهبی و مساجد
- برگزاری نمایشگاه روایت سلوک فاطمی و نمایشگاه یاس کبود و پرداخت به موضوع جمعیت و فرزندآوری
- اعزام مبلغ و مبلغه در مناسبت‌های مذهبی با موضوع جمعیت و فرزندآوری
- تشکیل هیئات مذهبی کودک در کنار هیئات مادران
- راه‌اندازی قرارگاه عملیاتی جمعیت با همراهی مجموعه‌های مردمی و انجام اقدامات مشترک برنامه‌ای
- برگزاری طرح آموزشی پیوند در راستای کادرسازی از میان طلاب ممتاز
- برگزاری جشن چندقلوها
- تشکیل کانون‌های مادر و کودک
- برگزاری غرفه‌های جمعیت در کنار سواحل نیلگون خلیج فارس
- حضور مبلغین در روستاها و مناطق کم‌برخوردار جهت تبلیغ فرزندآوری
- برگزاری نشست‌های مداوم با علمای اهل سنت جهت تبلیغ در امر فرزندآوری با توجه به کاهش فرزندآوری اهل سنت



- برگزاری جشن خواهر و برادری
- برگزاری دوره تربیت مدرس جمعیت
- تشکیل هیئت اندیشه و پژوهش
- شناسایی کارخانجات بالای ۵۰ نفر جمعیت و تبلیغات محیطی و برگزاری کارگاه
- تولید محتوای هیئت با موضوع جمعیت
- راهبری خیرین حوزه خانواده
- راهبری واسطه‌گری ازدواج

- همکاری با شهرداری‌ها جهت فضا سازی محیطی و شهری و دیوار نگاره جمعیت
- برگزاری دورهمی‌های مادرانه ویژه مادران ۱۲ الی ۴ فرزند بصورت هفتگی و ماهانه
- برگزاری غرفه جمعیت با همکاری قرارگاه جمعیت در مناسبت‌های مختلف
- برگزاری مسابقه ویژه کودکان با موضوع فرزندآوری
- توجیه و تبیین مسئله جمعیت و فرزندآوری به صورت مستمر و هفتگی در کلاسهای مشاوره پیش از ازدواج زوج‌های جوان با همکاری شبکه بهداشت و درمان
- ورک شاپ تصویر سازی در حوزه جمعیت با مشارکت حوزه هنری
- حمایت‌های ویژه تا به دنیا آمدن فرزند و خرید سیسمونی از مادرانی که قصد سقط جنین داشتند
- ایجاد غرفه مادر و کودک ویژه زائرین اربعین حسینی
- اعزام مبلغ و مبلغه بیش از ۱۵۰۰ روز تبلیغ با بحث جمعیت و فرزندآوری
- برگزاری مراسم جشن ازدواج آسان
- اهداء سیسمونی به مادران باردار
- ویژه برنامه تلویزیونی جوانی جمعیت به مناسبت روز ملی جمعیت

“

افراد عادی و متخصصان هر حوزه درباره موضوعات مختلفی به ویژه تربیت فرزند، ازدواج، سواد رسانه‌ای و...، دانسته‌های خود را ارائه می‌دهند



ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



و کودکان و شناساندن کدومو به عنوان دستیار خانواده

● ترغیب مادران و و بیش از ۱۰۰۰ خانواده به فرزندآوری از طریق شبکه مادران تاثیرگذار و موفق باران راهکارهای تسهیل والدگری

همچنین راه اندازی و فعالیت مرکز یادگیری میم و برگزاری دوره ها و کارگاه های آموزشی از دیگر بخش های تبیان است که به نیاز تربیتی خانواده ها پاسخ می دهد. ارائه محتوای رایگان، کاربردی، کوتاه و استاندارد بدون صرف هزینه و وقت زیاد برای مادر، حسی از آرامش و اعتماد به نفس به ارمغان می آورد.

وبسایت «پرسان» نیز از دیگر قابلیت های تبیان است که با اشتراک گذاری و رشد دانش از طریق پرسش و پاسخ، نیاز کاربران را برآورده می کند و با ارائه خدمات همسو با سبک زندگی اسلامی در فضای مجازی، به تقویت و تحکیم بنیان خانواده کاربران خود یاری می رساند. «پرسان» بستری برای اشتراک گذاری تجربیات زندگی است. این پلتفرم اجتماعی از ۲۹ آبان سال ۱۴۰۰ همزمان با پلتفرم «همدم» رونمایی شد و تا امروز توانسته فضایی را برای اشتراک گذاری تجربیات از طریق سوال و پاسخ ایجاد کند، بدین صورت که هر فرد سوالات خود را بیان می کند و پس از آن کارشناسان یا مشاورین شناسایی شده توسط موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان، به سوالات پاسخ داده شده و تجربیات افراد با دیگران به اشتراک گذاشته می شود.

در این بستر افراد عادی و متخصصان هر حوزه در باره موضوعات مختلفی به ویژه تربیت فرزند، ازدواج، سواد رسانه ای و...، دانسته های خود را ارائه می دهند تا پرسش گر به بهترین پاسخ ممکن دست پیدا کند. این پلتفرم نیز محصول سفارشی موسسه تبیان است که بخش پشتیبانی و توسعه فنی سامانه را با حجم بالایی از کاربران برعهده دارد. از جمله ویژگی های سامانه اجتماعی «پرسان» که آن را با دیگر بسترهای مجازی مشاوره متمایز می کند، دوره های آموزشی، کلاس های آنلاین، خدمات مشاوره ای، یادگیری مشارکتی، سامانه ارزیابی و تولید محتوا با موضوعات مختلف است.

بسته آموزشی جمعیت

- طراحی و تولید بسته آموزشی جمعیت، یکی از اقدامات موثر ستاد جمعیت سازمان تبلیغات بوده که در آن بیش از ۶۰ درس آموزشی در سامانه میسران گردآوری شده است به گونه ای که حدود ۱۰۰ هزار نفر از این بسته های آموزشی استفاده کرده اند.
- ۲۹ درس در زمینه خانواده و سبک زندگی
- ۳۷ درس در زمینه ازدواج و فرزندآوری
- ۹ دوره تربیت راهنمای خانواده برگزار شده
- ۱۴۰ ساعت (۴۰ ساعت آموزش حضوری در دو مرحله و ۱۰۰ ساعت آموزش مجازی طی ۵ ماه از طریق برگزاری ۲۳ درس در سامانه میسران و گرفتن آزمون های حضوری و مجازی و ارائه های عملی با حضور اساتید)
- ۱۰۹ هزار ساعت، مجموع ساعت آموزشی فراگیران
- ۱۸۷۲۰ آزمون برگزار شده در فضای مجازی
- ۸۷۰ آزمون عملی
- ۷۸۰ نفر از فعالان حوزه خانواده موفق به دریافت گواهی تربیت راهنمای خانواده شدند
- ۱۹ استان از این بسته آموزشی بهره برده اند

فعالیت های سایت تبیان

سایت تبیان با قدمتی که دارد واقعا توانسته شعار خود، «دستیار زندگی» را برای خانواده ها محقق کند. در این مدت سایت تبیان محتوای آموزشی متعددی در زمینه جمعیت و خانواده و سقط جنین فراهم و منتشر کرده است که بازشماری آنها چندان آسان نیست ولی در تجمیع کارهای ارائه شده می توان ۶۷ عنوان تولید محتوای رسانه ای متنوع در قالب های اینفوگرافیک، موشن گرافیک، ویدئو و عکس نوشت را در شبکه های اجتماعی تبیان شمرد.

کدومو، یکی از ریزرسانه های با سابقه است که از سال ۱۳۹۸ کار خود را آغاز کرده و ذیل موسسه خوش فکر تبیان در حال فعالیت است. کدومو سعی کرده جمعی از جوانان باحوصله و دغدغه مند را دور هم جمع کند تا مجموعه ای را برای کمک به والدین تشکیل دهند. والدینی که این روزها نسبت به محتوایی که در اختیار فرزندانشان قرار می گیرد نگرانی دارند. در حوزه مورد بحث، کدومو در این مدت توانسته فعالیت هایی را به سامان برساند.

- برگزاری رویدادها و قرارهای مادرانه با اهدافی همچون تسهیل فرایند والدگری و ترغیب به فرزندآوری
- شناسایی بیش از ۱۲۰۰ فیلم و انیمیشن با شاخص هایی همچون خانواده محوری، فرزندآوری و امید به آینده خانواده
- شناسایی بیش از ۱۰۰ بازی دیجیتال با شاخص هایی همچون خانواده محوری، فرزندآوری و امید به آینده خانواده
- ارائه لیست بازی های رومیزی خانوادگی در جهت تسهیل روابط خانوادگی و ترغیب به تشکیل خانواده
- همیاری بیش از ۲۷۰۰۰ خانواده در تربیت رسانه ای نوجوانان



برپایی دوره تربیت راهنمای خانواده

روایت «حدیث زندگی»



آموزش و تربیت انسان های متعهد و دغدغه مند در حوزه خانواده موجب شد دوره ای برای تشکیل، رشد و تعالی خانواده تحت عنوان «حدیث زندگی» طراحی و اجرا شود. در این طرح که سازمان تبلیغات اسلامی و معاونت امور جوانان وزارت ورزش و جوانان برگزارکننده آن برای متقاضیان سراسر کشور بودند، با توجه به نیاز هر استان در حوزه خانواده، مربیانی تربیت می شوند تا پاسخگوی نیازها و مسائل استانی خود در حوزه خانواده باشند. تاکنون دوره آموزشی حدیث زندگی، سه دوره ملی در سراسر کشور و ۱۰ دوره در استان ها برگزار کرده که تربیت ۱۰۰۰ مربی در حوزه خانواده از دستاوردهای مهم آن محسوب می شود.

باسکن این کیو آر کد فیلم سومین اختتامیه تربیت راهنمای خانواده را ببینید.

عناوین درس



اهداف دوره



- ۱ مشاوره پیش از ازدواج
- ۲ آئین همسراری
- ۳ فرزند پروری
- ۴ اصول و فنون راهنمایی
- ۵ دین مدار ی در خانواده
- ۶ اقتصاد در خانواده
- ۷ فضای مجازی در خانواده
- ۸ آسیب شناسی روانی
- ۹ جامعه شناسی خانواده
- ۱۰ حل تعارضات زوجین
- ۱۱ اصول مشاوره اسلامی
- ۱۲ مشاوره پیش از ازدواج
- ۱۳ آمادگی های پیش از ازدواج
- ۱۴ حقوق فقهی و اخلاقی زوجین
- ۱۵ روابط کلامی و عاطفی زوجین
- ۱۶ روابط جنسی زوجین
- ۱۷ روابط کلامی عاطفی زوجین (بانوان)
- ۱۸ روابط جنسی زوجین (بانوان)
- ۱۹ مهارتهای همسراری
- ۲۰ اصول فرزند پروری
- ۲۱ تربیت جنسی فرزندان
- ۲۲ تربیت نوجوان
- ۲۳ تربیت معنوی فرزندان
- ۲۴ فرزند آوری و جمعیت
- ۲۵ نشاط در خانواده (کنترل هیجانات)
- ۲۶ سبک خواب و تغذیه
- ۲۷ آسیب شناسی فضای مجازی ۱ و ۲
- ۲۸ آسیب شناسی پیمان شکنی
- ۲۹ آسیب شناسی خانواده
- ۳۰ آسیب شناسی اعتیاد مواد مخدر



- تربیت مربی خانواده متناسب با نیاز هر استان
- طرح مباحث خانواده با رویکرد اسلامی
- ارائه آموزش های مورد نیاز خانواده ها توسط تربیت شدگان دوره
- شناسایی عناصر فعال در حوزه خانواده و بکار گیری این افراد



فرآیند برگزاری دوره

- دوره تربیت مربی خانواده در سه مرحله برگزار می شود؛
- مرحله اول؛ فراگیران پس از قبولی در مصاحبه در دوره حضوری شرکت می نمایند، هدف اصلی دوره حضوری آشنایی فراگیران با اساتید و همچنین انگیزه بخشی به فراگیران برای پیگیری مباحث آموزشی است.
- مرحله دوم؛ ارائه آموزش ها در سایت آموزشی مبشران به صورت آفلاین که فراگیران پس از قبولی در مرحله اول برای تکمیل اطلاعات آموزشی به صورت مجازی مباحث را مشاهده نموده و در آزمون های هر بخش شرکت می نمایند.
- مرحله سوم؛ پس از اتمام دوره مجازی، فراگیران مجددا در دوره حضوری و اختتامیه شرکت می کنند. در این مرحله فراگیران در قالب گروه های ۱۲ نفره تقسیم شده و مباحث دوره مجازی را به صورت کارگاهی و ورکشاپی دنبال می نمایند. در این مرحله همه فراگیران باید آنچه که در این دوره فراگرفته اند را به صورت کارگاه یا کنفرانس ارائه کنند.



به روایت اعداد

- ۱۴۰ ساعت مجموع هر دوره آموزشی
- ۴۰ ساعت آموزش حضوری در دو مرحله افتتاحیه و اختتامیه
- ۱۰۰ ساعت آموزش مجازی در طی ۵ ماه از طریق برگزاری ۲۳ درس و آزمون با همراهی پشتیبان، در سامانه آموزش مجازی مبشران
- ۱۰۹ هزار نفر ساعت؛ مجموع ساعت آموزشی فراگیران
- ۱۰۰ روز؛ زمان اعزام استاد جمعیت
- ۴۳۰۰ ساعت؛ مجموع زمان پشتیبانی
- ۱۸۷۲۰ آزمون برگزار شده در فضای مجازی
- ۸۷۰ آزمون عملی





برگزاری دوره تربیت مدرس جمعیت در استان لرستان

خرم آباد، میزبان مدرسان جمعیت

فراوانی جمعیت ابزار قدرتی به جوامع می دهد که با عوامل دیگری مثل قدرت نظامی و سیاسی و حتی علمی قابل مقایسه نیست؛ چرا که باتلاش های جمعی می توان در مدتی کوتاه به چنین ابزارهایی از قدرت دست یافت اما در باره افزایش جمعیت چنین نیست. رشد جمعیت و تشویق به فرزندآوری نیاز به فرهنگ سازی دارد و این مهم جز با آموزش میسر نیست و در این مسیر، آموزش همگانی با تربیت متخصصان و کنشگران اجتماعی، زودتر به نتیجه خواهد رسید. بر همین اساس نیمه دی ماه سال ۱۴۰۲ اولین دوره تخصصی تربیت مدرس جمعیت در خرم آباد برگزار شد و یکصد نفر از اساتید حوزه و دانشگاه در رشته های تربیتی، روانشناسی، اقتصاد، جامعه شناسی و پزشکی خانواده در آن حضور یافتند. آنچه در پی می آید، مروری است گذرا بر نحوه اجرای این دوره که استقبال خوبی از آن بعمل آمد.



با اسکن این کد QR کلاسهای مجازی از تربیت مدرس لرستان را ببینید.

اهداف آموزشی دوره

تربیت استاد تخصصی جمعیت در عرصه پزشکی، روان شناسی و تربیتی، اقتصاد، جامعه شناسی، دینی و سیاسی

مخاطبان دوره

مخاطب اصلی این دوره دانشجویان و فارغ التحصیلان پزشکی، اقتصاد، روان شناسی، جامعه شناسی و همچنین فعالان فرهنگی و اجتماعی و فضای مجازی اعم از روحانیون و دیگر آحاد جامعه بودند.

فرآیند برگزاری دوره

دوره تربیت استاد جمعیت در سه مرحله برگزار شد **مرحله اول / دوره حضوری مقدماتی:** فراگیران پس از گزینش مرجع ذی صلاح در دوره حضوری شرکت کردند. هدف از این دوره آشنایی فراگیران با اساتید و همچنین انگیزه بخشی به فراگیران جهت شرکت در مرحله مباحث آموزشی مجازی بود که ۱۶ ساعت برای این دوره لحاظ شد و در ۴ ماده تخصصی؛ مباحث و کلیات جمعیت شناختی، ابعاد تربیتی و روان شناختی جمعیت، ابعاد اقتصادی جمعیت، ابعاد پزشکی و بهداشتی جمعیت، و سقط جنین ارائه گردید.

مرحله دوم / دوره آموزش مجازی آفلاین: آموزش ها در سایت آموزشی مبشران به صورت آفلاین ارائه شدند. طبق برنامه ریزی انجام شده، فراگیران پس از حضور در مرحله اول، برای تکمیل اطلاعات آموزشی بصورت مجازی مباحث را در سایت مبشران مشاهده و در آزمون شرکت کردند. مباحث آموزشی دوره مجازی به مدت ۳۰ ساعت تهیه شده بود.

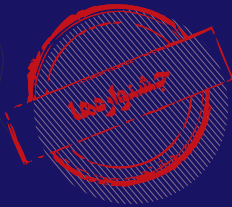
مرحله سوم / دوره تخصصی: پس از قبولی در مرحله دوم، فراگیران به تفکیک در ۵ حیطه تخصصی تقسیم شدند که شامل پزشکان، روان شناسان، جامعه شناسان، اقتصاددانان و علما، فضلا و فعالان فرهنگی می شد.

دوره تخصصی شامل موارد ذیل بود

- الف - مطالعه تخصصی یک کتاب مرتبط جمعیتی در رشته تخصصی فراگیران (به مدت ۸ ساعت)
- ب - جلسه حضوری تخصصی یک روزه با اساتید مربوطه همان رشته خاص در زمینه جمعیت
- ج - در آخر، جلسه یک روزه عمومی برای همه فراگیران جهت ارزیابی و اختتامیه و ارائه گواهی در مجموع کل دوره حضوری و مجازی ۷۰ ساعت آموزشی می شد که شامل ۴۵ ساعت دروس عمومی و ۲۵ ساعت دروس تخصصی با پشتیبانی و همراهی اساتید حوزه جمعیت بود.
- **مجموع برادران و خواهران شرکت کننده ۹۹ نفر**
- مهم ترین سرفصل های بسته آموزشی در این دوره عبارت بودند از: ابعاد پزشکی و باروری جمعیت، ابعاد فرهنگی اجتماعی جمعیت و باروری، ابعاد اقتصادی تغییرات جمعیتی، ابعاد سیاسی جمعیت، ابعاد تربیتی - روانشناختی خانواده، نگاه روانشناسی اسلامی به جمعیت و راهبردها و راهکارهای افزایش جمعیت.



نگاهی به چند برنامه جمعی خانواده بزرگ سازمان تبلیغات اسلامی درباره صیانت از خانواده



چشم و چراغ خانه‌ها

در کنار تولید فیلم و سریال و آموزش، ماده ۲۸ قانون جوانی جمعیت برخی از سازمان‌ها از جمله سازمان تبلیغات اسلامی را مکلف کرده بابرگزاری جشنواره‌ها آگاهی‌بخشی‌های لازم برای صیانت از خانواده، فرزندآوری و تقبیح سقط جنین را به جامعه برسانند. در این مدت برنامه‌های جمعی زیادی از سوی سازمان تبلیغات اسلامی در همین زمینه برگزار شده و البته این روند همچنان دنبال می‌شود که از جمله آنها می‌توان به «حرف آورد» که محفلی برای تبیین و کنشگری در حوزه خانواده و زنان است یا رویداد «شکوه مادری» اشاره کرد که در آن تولید محتوا و توانمندسازی مبلغات در راستای «مکتب فاطمی» به منظور هویت‌بخشی به جامعه زنان صورت می‌پذیرد.

سلسله برنامه‌های ماهیانه با نام «ولایت اجتماعی زنان» یا فعالیت‌های جهاد تبیین برای بانوان با برگزاری وبینار و تولیدات گرافیکی، طرح «هدات» ویژه بانوان مبلغ کشور، طرح جامع آموزشی با طراحی الگوی مهندسی اجتماعی در بخش‌های «نگرشی»، «بینشی» و «مهارتی» با هدف ارتقای سطح کیفی بانوان مبلغ سراسر کشور در سه سطح مقدماتی، تکمیلی و پیشرفته با موضوع عفاف و حجاب و جمعیت و فرزندآوری از دیگر برنامه‌های جمعی ویژه بانوان است که در این زمینه اجرا شد. همچنین برای فراهم شدن بستری برای اقدام مؤثرتر گروه‌های مردمی، لازم بود ظرفیت‌های تبلیغاتی موجود در کشور برای طرح‌ها و ایده‌پردازان‌های آنها شناسایی و برای استفاده معرفی شود. به همین منظور، سامانه مدیریت یکپارچه تبلیغات محیطی خانواده و جمعیت (سمیم) به نشانی «samiim.org» جهت اجرای این ایده، توسط ستاد جمعیت طراحی و راه‌اندازی شد. همه این اقدامات و کارهای دیگری که نکرشان در این مجال اندک ممکن نیست، برای آن است که جامعه و سلول‌های بنیادین آن یعنی خانواده‌ها شرایط را برای روشن نگه داشتن چشم و چراغ خانه‌ها که فرزندان دلبندشان باشند، مهیا کنند. در ادامه به ۳ حرکت جمعی که بیش از موارد مشابه تأثیرگذاری داشته و بیشتر دیده شد اشاره می‌شود.



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



جشنواره ملی مهرواره بانور

«بنیاد هدایت» در دو سال متوالی مهرواره «بانور» را در سطح ملی مختص بانوان «شریکه الامام» و بانوان کنشگر مسجدی برگزار کرد. این مهرواره با شعار تلاش بانوان محله برای تعالی خانواده برگزار شد و ۳۴،۹۱۰ بانوی مسجدی در آن شرکت کردند.

اولین دوره بانور سال ۱۴۰۱ باهدف شناسایی و ایجاد شبکه فعال بانوان کنشگر در محله‌ها برگزار شد. دومین مهرواره بانور نیز با مأموریت جهاد تبیین و باهدف تشکیل ۱۵۰۰ تیم فعال جهاد تبیین از تاریخ ۲۸ آبان ۱۴۰۲ به مناسبت ولادت حضرت زینب کبری (س)، علمدار جهاد تبیین، آغاز به کار کرد.

مهرواره بانور، ۴ محور اساسی شامل «زدواج آسان، سبک زندگی اسلامی، پیشگیری از طلاق و فرزندآوری» دارد. استان‌هایی مثل خراسان رضوی، کرمانشاه، کرمان و قم از پیشستانان عرصه کنشگری بانور هستند و فعالیت چشمگیری، هم در دوره اول و هم در این مرحله از خود نشان داده‌اند.

این مهرواره تلاش بانوان محله برای رشد و تعالی خانواده‌ها در محله با شناسایی و حل مسائل حوزه ازدواج و تشکیل خانواده، روابط زوجین، فرزندآوری و فرزند پروری، سبک زندگی اسلامی، اقتصاد و سلامت در خانواده است. این مسائل با تشکیل گعده و همفکری حلقه‌های مشاوره مردمی در مسجد و محله، شناسایی و بهره بردن از ظرفیت‌های مختلف حل می‌شوند. این مهرواره در سه مرحله شهرستانی، استانی و ملی برگزار شد.

رادیو بانور و گاهنامه الگوی سوم از این مهرواره تولید شدند. رسانه خطی رادیو بانور با هدف انتشار یادگست خاطرات بانوان مسجدی با شعار «رسانه بانوان فعال فرهنگی و مسجدی» و در راستای جهاد تبیین و استمرار ارتباط با شبکه کنشگران راهاندازی و همچنان مشغول فعالیت است. همچنین گاهنامه الگوی سوم باهدف معرفی الگوی سوم زن با شعار «تشریه بانوان فعال فرهنگی و مسجدی» کار خود را از آبان ۱۴۰۲ آغاز کرد.



پویش بین‌المللی «نجات آرزوها»

در پویش «نجات آرزوها» گروهی از زنان که تجربه سقط جنین را از سر گذرانده‌اند با پشتیبانی از عمل خود به دنبال آگاه‌سازی دیگر بانوان و جامعه نسبت به تبعات این عمل غیرانسانی و مرگبار هستند و به شکلی نمادین در شهرهای مختلف ایران و سایر نقاط جهان یادکنک‌هایی را به پرواز در می‌آورند. همزمان با این عمل نمادین، تولیدات تصویری گوناگون و تولیدات رسانه‌ای فراوانی در محکومیت سقط جنین منتشر شد. به عنوان نمونه ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۱ به مناسبت هفته جوانی جمعیت، «پویش نجات آرزوها» با اکران فیلم مستند «خونریزی» محصولی از سفیر فیلم، با موضوع سقط جنین برگزار شد. این مستند در داخل و خارج از ایران نزدیک به ۱۶۰ اکران داشته و حدود ۵ هزار مرتبه از داخل سایت‌ها دانلود شده است. همچنین این رویداد غیر از تهران در ۷ شهر دیگر، شامل مشهد، تبریز، اصفهان، شیراز، رشت، اهواز و ساری برگزار شد. پس از پخش مستند خونریزی در سالن برج میلاد، محمد خوشدل فر کارگردان مستند، صحبت‌های خود را با یک آمار تکان‌دهنده آغاز کرد: «در همین مدتی که شما این مستند را دیدید بیش از هزار کودک در سراسر جهان به قتل رسیدند.» در ادامه این مراسم پیام‌هایی حمایت‌کننده از سراسر جهان خطاب به برگزارکنندگان این کمپین پخش و با تشویق حضار همراه شد. در پایان مراسم، هزار یادکنک به رنگ‌های آبی و صورتی که چراغ‌های سبز و سفید و آبی به آن‌ها متصل شده بود به یاد کودکان سقط‌شده آن روز به آسمان فرستاده شدند.

مهرواره محله همدل

پس از طرح مواسات همدلی از سوی مقام معظم رهبری، مهرواره محله همدل باهدف همدلی مردم در رفع نیازهای یکدیگر، از ۲ روز مانده به ماه رمضان ۱۴۰۰ با مشارکت سازمان تبلیغات اسلامی اجرا شد و تا عید سعید فطر ادامه داشت. مهرواره محله همدل فرصتی برای «گره‌گشایی»، «روایت همدلی»، «تشر خوبی‌ها» و در یک کلمه فرصتی برای همدلی میان مردمان محلات سراسر ایران بود؛ به همین دلیل، این طرح بار دیگر حوالی نیمه شعبان ۱۴۰۱ در ۲۱ اسفندماه به‌صورت رسمی کار خود را آغاز کرد و در سوم مهر ۱۴۰۲، به مناسبت روز آغاز امامت حضرت ولیعصر (عج) به مقصد پایانی خود رسید. این مهرواره در موضوعات اقتصادی، اجتماعی، تربیتی، آموزشی، خانواده، مذهبی، زیرساختی، اخلاقی، زنان، سبک زندگی و سلامت، رسانه و هویت بخشی، گفتمان انقلابی و فرهنگ ایرانی اسلامی، حقوقی و فساد و انحراف عملکردی بود که با شرکت بیش از ۵۰ هزار کنشگر انجام شد. بخش محله همدل پر از سوژه‌های ناب و کم‌نظیر از همدلی میان مردمان محلات سراسر ایران است. از مردمی که تلاش می‌کنند با هم‌گره از کارها بگشایند، جوانانی که مشکل آسفالت محله را حل می‌کنند، شیر زنانی که به فکر تهیه جهیزیه برای نوعر و سوان محله‌اند، ریش‌سفیدانی که به فکر حل اختلاف میان زوجها هستند، امامان محله‌ای که به فکر بیکاری جوانان و معیشت محرومان‌اند و تلاش می‌کنند محله را همدل کنند.

مروری بر نقطه نظرات دکتر سید ابراهیم رئیسی، رئیس جمهور فقید در مراسم اهدای جایزه ملی جوانی جمعیت

آخرین یادگار شهید خدمت

شنبه ۲۹ اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ و در آستانه روز ملی جمعیت، دومین جایزه ملی جوانی جمعیت، طی مراسمی با حضور آیت الله سید ابراهیم رئیسی، رئیس جمهور فقید کشورمان در سالن اجلاس سران برگزار شد. یک روز پس از این رویداد بود که حادثه بالگرد در ورزقان، موجب شهادت دکتر رئیسی و همراهانش شد. در واقع این مراسم از آخرین یادگارهای شهید خدمت است. ایشان در این مراسم به نکات مهمی درباره جوانی جمعیت اشاره کرد که مرور آنها خالی از لطف نیست.

افزون بر این، در این مراسم در بخش دستگاه‌های اجرایی، سازمان تبلیغات اسلامی به عنوان یکی از نهادهای برتر کشور در اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت برگزیده و حجت الاسلام محمد قمی، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی شایسته تقدیر اعلام شد.

فرهنگسازی



سخنان آیت الله سید ابراهیم رئیسی در مراسم دومین جایزه ملی جوانی جمعیت آخرین سخنرانی شهید خدمت است. ایشان در این مراسم به نکات مهمی درباره جوانی جمعیت اشاره کرده و مرور آنها خالی از لطف نیست.

دی ماه ۱۴۰۳

۷۴



ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

● یکی از سخنرانان در این نشست فرمودند برای تشویق خانواده‌ها به فرزندآوری باید به فکر خانه‌های بزرگ باشیم؛ آنچه در واقعیت شاهد آن هستیم، برخلاف این گفته است و اگر نگاهی به وضعیت موجود بیاندازیم می‌بینیم که در خانه‌های بزرگ مناطق شمال شهر فرزندان کمتری هستند تا خانه‌های کوچک جنوب شهر، لذا خانه بزرگ یک نیاز حتمی برای فرزند بیشتر داشتن نیست. با امکانات کم هم می‌شود صاحب فرزند شد و این سخن که تا اتفاقی اضافه نداشته باشیم، نمی‌توانیم فرزندان بیشتری داشته باشیم، سخن قابل دفاعی نیست؛ تشکیل خانواده و بچه‌دار شدن حتماً نیاز به مسکن و امکانات متناسب دارد، اما اینکه فقط اینها زمینه فرزندآوری باشند، باور صحیحی نیست.

● تجربه زندگی والدین و اجداد ما نشان می‌دهد که در خانه‌های کوچک که اتفاقاً آن نیز یک خانواده با چند فرزند زندگی می‌کردند هم می‌شود به خوبی زندگی کرد. البته معنای این حرف آن نیست که امروز هم اینگونه باید زندگی کنیم، امروز مدل و سبک زندگی هانست به گذشته تغییر کرده، اما باید تلاش کنیم فرهنگ قناعت میان مردم زنده بماند.

● اجرای قانون جوانی جمعیت برای دولت الزامی است، اما بنده همواره به مجریان تاکید کرده‌ام که میزان تأثیر گذاری موارد مختلف درج شده در این قانون را به شکل مستمر و دقیق بررسی کنند تا قانون را به نفع مواردی که تأثیر گذاری بیشتری در زمینه تشکیل خانواده و فرزندآوری دارند، اصلاح شود. باید مواردی که سهم بیشتری در تشویق جوانان به ازدواج و فرزندآوری در خانواده‌ها دارند احصا شده و تقویت شوند. ستاد ملی جمعیت هم در راستای اجرای کامل قانون جوانی جمعیت باید به صورت فصلی عملکرد دستگاه‌ها را نسبت به اجرای این قانون رصد کند تا هم کاستی‌ها و نقاط ضعف مشخص شود و هم دولت به ارزیابی دقیقی نسبت به سیاست‌ها در این زمینه دست یابد.

● جوانی جمعیت در تولید قدرت، ثروت آفرینی، جلوگیری از پیری جمعیت و جوان ماندن کشورمان بسیار حائز اهمیت است. جمعیت جوان و نیروی جوان کارآمد یعنی کار دانش بنیان، رشد تولید، افزایش امنیت، نشاط اجتماعی و ارتقای فرهنگی؛ بنابراین همه فعالان این حوزه و مدیران بخش‌های مختلف برای تحقق ایران جوان باید به وظایف خود عمل کنند.

● یکی از موانع مهم پیش روی افزایش جمعیت، سقط جنین غیرقانونی است؛ آمارهای منتشر شده در این زمینه نگران کننده است که برخورد جدی با موارد غیرقانونی و بدون مجوز از سوی پزشک را لازم و ضروری کرده است. یکی از راهکارهای مؤثر در کاهش این پدیده نادرست، اقناع و آگاه سازی زوج‌های جوان نسبت به آثار حقوقی و آثار وضعی سقط جنین است. زوج‌های جوان باید بدانند ارتکاب بدون مجوز و غیرقانونی این عمل مصداق قتل نفس است که هم برای مباشر و هم برای معاون در ارتکاب این عمل آثار حقوقی و وضعی دارد و همه صاحبان قلم و بیان فعال در مسائل اجتماعی در آگاه سازی جوانان در این زمینه وظیفه دارند. قدرت و جدیت در اجرای قانون هم نقش موثری در کاهش آمار سقط جنین دارد؛ دستگاه قضا و نهادهای دولتی مرتبط با این امر باید با رصد و پیگیری جریان سوداگر و تحت پیگرد قرار دادن آنها در زمینه کاهش این پدیده نادرست، نقش آفرینی کنند.

● دشمنان برای کم رنگ کردن اهمیت نهاد خانواده و ایجاد تغییر در ادراک نسل جوان، برنامه‌ریزی کرده‌اند. موضوع جمعیت و خانواده به‌ویژه در فرهنگ و جامعه ایرانی موضوعی بسیار با اهمیت است و از این جهت بنده در مجمع عمومی سازمان ملل یکی از محورهای مهم سخنرانی خود را به این مسئله اختصاص دادم.

● همانگونه که رهبر معظم انقلاب اسلامی بارها نسبت به مشارکت مردم در امور اجرایی کشور تاکید کرده‌اند، موفقیت در اجرای قانون جمعیت نیز در گرو مشارکت مردم در این زمینه است. در سال‌های گذشته به دلیل سیاست‌های نادرست و در قالب شعارهایی مانند «فرزند کمتر زندگی بهتر»، وقفه‌ای جدی در فرزندآوری و رشد جمعیت کشور اتفاق افتاد که خوشبختانه با هشدار به موقع رهبری این سیاست نادرست اصلاح و همه بخش‌های کشور امروز در زمینه تحقق جوانی جمعیت در تلاش هستند. امیدوارم برگزاری این همایش و اقدامات ستاد جمعیت و همچنین دستگاه‌های مسئول در جهت رشد جمعیت، فرزندآوری و حمایت از مادران و کودکان مؤثر واقع شود.



● تبیین، توجیه و اقناع افکار عمومی، مسئولیت همه اصحاب قلم و بیان، بخش‌های آموزشی و فرهنگی و همه کسانی است که از نفوذ کلام برخوردارند. ما نیازمند باز کردن گره‌های ذهنی در زمینه تشکیل خانواده، فرزندآوری و افزایش جمعیت هستیم و این مهم نیازمند تبیین و اقناع است؛ این نکته و سخن را که اگر بچه‌دار شویم وضعیت اقتصادی چطور می‌شود، خداوند متعال پاسخ داده و این از معجزات الهی است که هیچکس را ندیدیم که وضع مادی او و ولو نسبی، بعد از ازدواج بدتر از زمان قبل از ازدواج او شده باشد.

همراه با مدیران برگزیده
در بخش استانی جایزه جوانی جمعیت

مردان میدان

در ماده ۱۹ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، جایزه ای ملی تعریف شده تا در بخش های مختلف با سنجه های گوناگون برگزار شود. بهاری که گذشت دومین دوره ای بود که این جایزه برگزیدگان خود را در سطح ملی معرفی کرد، در حالی که این جایزه برای سطوح استانی نیز قابلیت اجرا دارد و بسیاری از استان ها در همان حوالی اجرای جایزه ملی، برگزیدگان استانی خود را معرفی کردند. این جایزه در بخش های خانواده، رسانه، سازمان های مردم نهاد، دستگاه های اجرایی، شرکت ها و موسسات خصوصی، مدیران و نخبگان و براساس گزارش های ارائه شده از نهادهای ذیربط مبتنی بر اثر بخشی فعالیت ها بر رشد از دواج و فرزندآوری در جامعه هدف تعریف شده و با همین منوال در بخش استانی، ۸ مدیرکل سازمان تبلیغات اسلامی توانستند جایزه بخش مدیران را در استان خود کسب کنند. حجت الاسلام علی رحیمی (استان ایلام)، حجت الاسلام حمیدرفیعی (استان خراسان شمالی)، حجت الاسلام یوسف پورآرین (استان قزوین)، حجت الاسلام سعید شهابی (استان کرمان)، حجت الاسلام سیدرضا افتخاری (استان کهگیلویه و بویراحمد)، حجت الاسلام عباسعلی گرزین (استان گلستان)، حجت الاسلام مهدی قدرتی (استان لرستان) و حجت الاسلام مهدی ارتقایی (استان همدان) این برگزیدگان بودند. از همه این بزرگواران خواستیم تا مختصر توضیحی ارائه دهند که با تدارک چه برنامه هایی اتخاذ چه سیاست هایی توانستند به این مهم نایل شوند. آنچه در پی می آید، کلام این عزیزان است که متأسفانه آقایان پورآرین و گرزین تمایلی به پاسخگویی نداشتند. ناگفته پیداست که در این مدت برخی از این بزرگواران سنگر خود را به عزیز دیگری سپرده و در جای دیگری مشغول به خدمت شده اند ولی هنگام برپایی رویداد در همان استان یاد شده مدیرکل تبلیغات اسلامی بوده اند.



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



جنین به منظور آشنایی با قوانین مربوط به سقط، آسیب‌های آن برای مادر و ترویج فرهنگ حفظ جنین برگزار شد. معرفی مادران نمونه در حوزه فرزندآوری و فرزندپروری نیز به عنوان الگویی موفق برای سایر مادران، از اقدامات شاخص این سازمان بوده است.

در راستای اجرای مواد ۱۰، ۱۵، ۲۸، ۲۹، ۳۰ و ۳۶ سیاست‌های کلی خانواده، برنامه‌هایی همچون ساماندهی نظام مشاوره‌ای و آموزش قبل، حین و پس از تشکیل خانواده، افزایش حق عائله‌مندی، فرهنگ‌سازی ازدواج آسان، حمایت از نقش مادری و ترویج الگوی خانواده‌های دارای فرزند بیشتر به طور کامل در اداره کل تبلیغات اسلامی استان ایلام اجرا شده است.

در حوزه اقدامات فراتر از قانون نیز دوره‌های آموزشی سبک زندگی ویژه کارکنان، تسهیل در امر ازدواج، برگزاری نشست‌های محله‌ای، طراحی بوم‌های جمعیت و فرزندآوری متناسب با زیست‌بوم استانی، و بهره‌گیری از ظرفیت خیرین برای تهیه جهیزیه نیازمندان در محلات از جمله اقداماتی بوده است که به طور خلاقانه اجرا شده است. همچنین، قانون جوانی جمعیت برای کلیه هیأت‌های مذهبی، کانون‌های فرهنگی مردمی و تشکل‌ها اجرایی شده و کارگاه‌های آموزشی تخصصی برای تربیت کنشگران جمعیتی با حضور مسئولین ۲۹۳ هیأت مذهبی برگزار شده است. این اقدامات، نقش مؤثری در ترویج فرهنگ جوانی جمعیت و افزایش انگیزه برای ازدواج و فرزندآوری در استان داشته است.

ترویج فرهنگ، افزایش انگیزه

حجت الاسلام علی رحیمی

مدیر کل تبلیغات اسلامی استان ایلام

در راستای اجرای اقدامات نوآورانه و خلاقانه برای افزایش ازدواج و فرزندآوری، سازمان تبلیغات اسلامی استان ایلام گام‌های مؤثری در زمینه‌های انگیزشی، تبیینی و حمایتی برداشته است. این اقدامات در حوزه‌های مالی، فرهنگی، پزشکی و سلامت، و همچنین تسهیلات استخدامی صورت گرفته است.

اجرای آیین‌نامه و قانون جوانی جمعیت برای کارکنان، از جمله اهدای هدایا، معرفی برای وام و اعطای امتیازات قانونی، از جمله اقدامات اصلی در راستای تشویق و ایجاد انگیزه برای فرزندآوری بوده است. برگزاری پوشش‌های رسانه‌ای همراه با اهدای جوایز، تولید محتوای فرهنگی با هدف ایجاد انگیزه و تشویق در بستر کانال‌ها و گروه‌های استانی و کشوری، و تولید محتوای هدفمند توسط اتاق وضعیت، تیم رسانه و کنشگران آموزش‌دیده نیز از دیگر فعالیت‌های انجام‌شده به حساب می‌آید. همچنین، شش نمایشگاه عکس با محوریت جمعیت و فرزندآوری و آسیب‌های تک‌فرزندی برگزار شد که نقش مهمی در فرهنگ‌سازی این موضوع ایفا کرد. چهار نمایشگاه نیز در زمینه سقط



تناسب، به مسئله جمعیت اشاره داشتیم. این موضوع از ضرورت افزایش جمعیت و خطرات پیری جمعیت گرفته تا آسیب‌های ناشی از کاهش جمعیت را در بر می‌گیرد. ما تلاش می‌کنیم در مناسبت‌ها و ظرفیت‌های مختلف، حساسیت جامعه را نسبت به این موضوع افزایش دهیم، چه به صورت مستقیم در برنامه‌های جمعیتی و چه به صورت ضمنی در سایر مناسبت‌ها. عدد مشخصی برای تأثیر اقدامات انجام‌شده نمی‌توان ارائه داد. اما مشاهدات ما نشان می‌دهد که موضوع فرزندآوری و ضرورت آن در میان اقشار مختلف جامعه، از طلبه و معلم گرفته تا کارمندان و مردم عادی، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.

تلاش کرده‌ایم که این موضوع با ادبیاتی صمیمانه و متناسب، در سخنرانی‌ها، دعاها و تعاملات عمومی مطرح شود. به عنوان نمونه، از سخنرانان خواسته‌ایم که در پایان برنامه‌هایشان به این مسئله اشاره کنند یا در دیدارها و احوالپرسی‌ها از خانواده‌هایی که تعداد فرزندان کمتری دارند، خواسته‌ایم که به این امر توجه بیشتری کنند.

هدف ما ایجاد یک فهم عمومی از ضرورت فرزندآوری و تبدیل آن به مطالبه‌ای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بوده است. وقتی این درک عمومی شکل بگیرد، تمامی ابعاد زندگی، از طراحی خانه گرفته تا سبک زندگی و حتی بودجه‌ریزی نهادها و سازمان‌ها، متناسب با فرزندآوری تنظیم خواهد شد. همچنین در قالب‌های مختلف تبلیغی، از جمله فضای مجازی، انتشار کلیپ، طراحی پوستر و استفاده از شبکه‌های رسانه‌ای، تلاش کرده‌ایم تا این ضرورت را به یک مطالبه عمومی و جهت‌گیری اجتماعی تبدیل کنیم. ما معتقدیم که با این اقدامات، توانسته‌ایم به فضای عمومی ضرورت فرزندآوری کمک کرده و اهمیت آن را بیش از پیش نمایان کنیم.

افزایش حساسیت جامعه

حجت الاسلام سید رضا افشاری

مدیر کل سازمان تبلیغات اسلامی استان کهگیلویه و بویراحمد

مادر برنامه‌هایی که دیگران، چه مردمی و چه دستگاه‌های حاکمیتی در حوزه خانواده برگزار می‌کردند، تلاش می‌کردیم تا همکاری مناسبی داشته باشیم. این همکاری‌ها گاهی در قالب تربیت مدرس، گاهی حمایت معنوی یا مادی، و گاهی نیز در قالب پیشنهاد برگزاری دوره‌ای یا تجلیل از مادران ۳، ۴ یا ۵ فرزند در سنین خاص، چه در شهرها و چه در روستاها و بخش‌ها صورت می‌گرفت.

در این میان، فعالان خودجوش نقش مؤثری داشتند و ما نیز از آن‌ها حمایت می‌کردیم. به‌ویژه برای خانواده‌هایی که دوقلو، سه‌قلو و گاه حتی چهارقلو و پنج‌قلو داشتند، برنامه‌های حمایتی از جمله احوالپرسی، تشویق و تأمین هدیه در نظر می‌گرفتیم.

برای مبلغین و شخصیت‌های مؤثر، جلسات آموزشی برگزار کردیم. این جلسات شامل مبلغین رسمی سازمان تبلیغات، طلاب، و سایر افراد مرتبط بود. همچنین، برخی برنامه‌ها با همکاری دستگاه‌های دیگر، از جمله معاونت بانوان استانداری طراحی و اجرا شد. یکی از این برنامه‌ها شامل آموزش افرادی از سراسر استان در حوزه فرزندآوری و جمعیت به صورت مشارکتی بود که چند روز به طول انجامید.

رویکرد کلی سازمان تبلیغات این است که در تمامی برنامه‌ها، به

۳



برگزاری جلسات آموزشی و فرهنگی نظیر خانواده متعالی ویژه بانوان در اماکن عمومی، مدیریت رسانه در خانواده، مهارت‌های ارتباطی، و نشست‌های آموزشی پیرامون مشکلات و بیماری‌های زنان از دیدگاه طب اسلامی ایرانی از جمله فعالیت‌های شاخص بوده است. افزون بر این، دوره‌هایی نظیر تحکیم بنیان خانواده، خانواده موفق، و اهمیت خانواده در اسلام نیز با استقبال گسترده‌ای روبرو شدند. ارتقای توانمندی مربیان احکام و اخلاق آموزش هنگام ازدواج و برگزاری دوره‌های مهارت‌های زندگی و فرزندپروری ویژه کارمندان دولت از دیگر برنامه‌های مهم در این حوزه بوده‌اند. همچنین نشست‌هایی با موضوع چشم‌انداز تحولات

جمعیت ایران برای اساتید و نخبگان حوزه‌های مختلف برگزار شده است.

در راستای جریان‌سازی تبلیغی جمعیت، دوره‌هایی نظیر راهکارها و چالش‌های تبلیغی جمعیت ویژه فعالان مردمی، نقش روحانیت در تبلیغ موضوع جمعیت، و تربیت مشاور تخصصی پیش از ازدواج و مزاج‌شناسی برگزار شده است. همچنین نشست‌ها و هم‌اندیشی‌هایی با مبلغان تخصصی خانواده و جمعیت و اعزام مبلغان به کانون‌های جمعیتی از جمله فعالیت‌های محوری در این زمینه بوده‌اند.

در حوزه آگاهی‌بخشی و مهارت‌افزایی، کارگاه‌های آموزشی ویژه بانوان با موضوع فرزندآوری و تربیت فرزند، نشست‌های تبیینی هستی‌شناسی جنین و ابعاد فقهی سقط جنین، و راهکارهای تقویت بنیاد خانواده ویژه ائمه جماعات نیز برگزار شده است. همچنین، دوره‌های ویژه‌ای نظیر تربیت مربی کودک و نوجوان، سلسله مباحث مهارت‌افزایی ویژه زوجین و دانش‌آموزان مدارس علوم و معارف اسلامی صدا، و تربیت مربی کنشگری جوانی جمعیت در مناطق شمال و جنوب شرق استان به اجرا درآمده است. این اقدامات با هم‌افزایی اداره کل تبلیغات اسلامی با ارگان‌ها و نهادهای مختلف نظیر دانشگاه‌های علوم پزشکی، باهنر، حوزه علمیه، و نیروهای مردمی مانند مرکز نفس و ایران جوان انجام شده است.

اقداماتی که در راستای جوانی جمعیت انجام می‌شود، از اهمیت حیاتی برخوردار است؛ زیرا از پیری جمعیت جلوگیری کرده و به پویایی و سرپا ماندن مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور کمک می‌کند. این اقدامات تضمین‌کننده توسعه پایدار و آینده‌ای روشن برای جامعه اسلامی ما خواهد بود.

نتیجه تلاش‌های جمعی

حجت الاسلام سعید شهابی

مدیر کل تبلیغات اسلامی استان کرمان

موفقیت در دریافت جایزه مرتبط با جوانی جمعیت را مرهون تلاش‌ها و همت جمعی دستگاه‌ها، نهادها و نیروهای مردمی استان کرمان می‌دانم. این جایزه که بر اساس شاخص‌هایی نظیر افزایش نرخ رشد جمعیت، برگزاری برنامه‌های آموزشی و فرهنگی، و ایجاد هماهنگی میان کنشگران و دستگاه‌های مرتبط اهدا شد، نشان از تأثیرگذاری برنامه‌های اجرا شده در این حوزه دارد.

از جمله دستاوردهای این حرکت جمعی، افزایش نرخ رشد جمعیت استان از ۱.۷۸ در سال ۱۴۰۱ به ۱.۸۳ درصد در سال ۱۴۰۲ است که گواه روشنی بر موفقیت رویکردهای اتخاذ شده در این زمینه محسوب می‌شود. برگزاری رویدادهای استانی، جلسات و همایش‌های توجیهی کنشگران جمعیت، و تولید و نشر فعالیت‌های رسانه‌ای مرتبط، از جمله اقدامات برجسته‌ای بوده که در این مسیر انجام شده است.

همچنین هم‌افزایی و هماهنگی میان دستگاه‌های مختلف، به ویژه در برگزاری دوره‌های آموزشی، و حضور فعال در جلسات ستاد جمعیت استانداری، نقش مهمی در دستیابی به این موفقیت ایفا کرده است. این تلاش‌ها با همکاری و مشارکت مبلغان و کنشگران جمعیتی در سراسر استان، به نتایج ارزشمندی انجامید.

در راستای تحقق سیاست‌های جوانی جمعیت و ارتقای فرهنگ خانواده‌محوری، سازمان تبلیغات اسلامی استان کرمان اقدامات متعددی را به اجرا درآورده است. این اقدامات در قالب برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی متنوع برای اقشار مختلف جامعه، با هدف تبیین اهمیت خانواده، تربیت فرزند، و نهادینه‌سازی فرهنگ ازدواج آسان و جوانی جمعیت، به انجام رسیده است.

۴



فعال، تلاش کردیم ظرفیت‌های مردمی را در راستای ترویج فرهنگ جوانی جمعیت تقویت کنیم. حضور در نذورات و اربعین با ارائه برنامه‌های تبلیغاتی نیز از جمله فعالیت‌های شاخص این دوره بود. سطح رشد جمعیت در استان، به ویژه در شهرستان‌هایی مانند ملایر و کبودآهنگ، بسیار چشمگیر بوده و در سایر مناطق نیز به صورت متوسط نتایج مؤثری به دست آمده است. این اقدامات نه تنها به تقویت نیروی کار جوان و پرانرژی منجر شده، بلکه نقشی کلیدی در حفظ ارزش‌ها و استقلال کشور داشته است.

ستاد جمعیت و خانواده در استان از سال ۱۴۰۱ آغاز به کار کرده و از همان ابتدا با مشارکت علوم پزشکی، استانداری و مجموعه‌های فرهنگی مردمی، برنامه‌هایی جامع برای اقناع‌سازی عمومی و تقویت نهادهای فعال ارائه داده است. ملاک برتری در جشنواره ملی رویداد جمعیت نیز بر مبنای تحقق اهداف محوله قانونی و حمایت از گروه‌های مردمی تعیین شده است که به لطف خداوند توانستیم این افتخار را کسب کنیم.

پشتیبانی از مجموعه‌های فعال

حجت الاسلام مهدی ارتقایی

مدیر کل سابق تبلیغات اسلامی استان همدان

در راستای دریافت جایزه برای تلاش‌های صورت گرفته در زمینه جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات اسلامی استان همدان با بهره‌گیری از شاخص‌های قانونی و پشتیبانی از مجموعه‌های فعال در این عرصه، اقدامات متعددی را انجام داد. در سال ۱۴۰۲، با برگزاری دوره‌های آموزشی و تبیینی، توانستیم محله‌ها و گروه‌های هدف را به طور گسترده تحت پوشش قرار دهیم. آموزش مبلغان و مبلغان نیز به صورت حضوری و مجازی انجام شد و سطح آگاهی عمومی در حوزه اهمیت جمعیت جوان را تقویت کردیم.

برگزاری همایش‌هایی با عناوین «نفس» و «می‌خواهم زنده بمانم» همراه با جشنواره‌هایی همچون «خواهر و مادری»، فرصتی برای تبادل تجربیات و گفت‌وگوهای سازنده ایجاد کرد. همچنین، با تربیت کنشگران

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



برگزار شد و علاوه بر آن، مدارس، دانشگاه‌ها و والدین دانش آموزان نیز در این برنامه‌ها شرکت داشتند. به طور خاص، در برخی مدارس، دوره‌ها با حضور ۶۰۰ تا ۷۰۰ نفر برگزار شد که نشان از استقبال گسترده داشت. یکی دیگر از فعالیت‌ها، فضا سازی شهری با همکاری شهرداری بود. در مناسبت‌های مختلف، تبلیغات محیطی را با پیوست جمعیتی طراحی و اجرا کردیم. به عنوان نمونه، در ماه مبارک رمضان از آیات قرآن برای القای پیام‌هایی مرتبط با جوانی جمعیت استفاده کردیم. در حوزه ازدواج نیز اقدامات مهمی انجام شد. پس از شناسایی تعداد قابل توجهی از مجردین در ادارات، برنامه‌ای برای آموزش و ساطت‌گری در ازدواج تدوین کردیم. افراد خوشنام

و با سابقه از سوی ادارات معرفی شدند و ما برای آن‌ها کارگاه‌های آموزشی برگزار کردیم. علاوه بر این، چند دوره تربیت مربی فرزندان نیز برگزار شد. هرچند این اقدام جدیدی نبود، اما با هدف افزایش ظرفیت‌های آموزشی در استان انجام گرفت. به لطف این اقدامات، طبق آمار جدید، کاهش جمعیت در لرستان متوقف شده و حتی شاهد رشد کمی در جمعیت بوده‌ایم. هرچند نمی‌گوییم این تغییر صرفاً نتیجه اقدامات ماست، اما امیدواریم این تلاش‌ها اثرگذار بوده باشد و بتوانیم در این مسیر گام‌های بیشتری برداریم.

سیاست‌گذاری، کارسازی و عملیات‌های اجرایی

حجت الاسلام مهدی قدرتی

مدیر کل سازمان تبلیغات اسلامی استان لرستان

ما در استان لرستان با مرکزیت سازمان تبلیغات اسلامی، فعالیت‌های ویژه‌ای در خصوص مسئله جمعیت انجام داده‌ایم که شامل حوزه‌های سیاست‌گذاری، کارسازی و عملیات‌های اجرایی بوده است. یکی از اقدامات مهم ما، تأسیس قرارگاه جوانی جمعیت حدود سه یا چهار سال پیش بود. این قرارگاه به عنوان اولین بار در کشور، دوره تربیت مدرس جمعیت را برگزار کرد که بی‌سابقه بود. این دوره شامل حدود ۶۰ تا ۷۰ ساعت آموزش حضوری و مجازی بود که طی شش ماه ادامه داشت و در نهایت، از بین ۸۰ تا ۹۰ شرکت‌کننده، ۵۰ نفر به عنوان مدرس انتخاب شدند. یکی از برنامه‌های ما، تمرکز بر کانون‌های جمعیتی خاص بود. به عنوان نمونه، کارگاه‌ها و کارخانه‌های اقتصادی با بیش از ۵۰ نفر نیروی کار را مورد توجه قرار دادیم. با همکاری وزارت کار و اصفاف، لیستی از این کارگاه‌ها تهیه شد و به دلیل نیاز به مدرس، دوره‌های تربیت مدرس را برگزار کردیم. در بخش ادارات نیز دوره‌های جمعیت برای کارمندان



سالخوردگی جمعیت برای ۹۰ نفر از کارکنان برگزار کردیم. همچنین دستورالعمل‌های مربوطه به همه کارکنان استان ابلاغ شد و در جلسات اداری، وضعیت موجود جمعیت و اهمیت فرزندآوری به صورت مداوم ترسیم و تأکید شد. یکی دیگر از اقدامات ما، اختصاص ظرفیت‌های رفاهی سازمان به موضوع ازدواج و فرزندآوری بود. هزینه سفر کارکنان تقبل شد و با زائر سراه و مهمانسراهای مشهد، قم و استان مازندران هماهنگی‌های لازم انجام گرفت. همچنین بن‌های خرید در مناسبت‌های مختلف تهیه و توزیع شد. علاوه بر این، کمک‌هزینه ازدواج به فرزندان همکاران پرداخت شد و از همسران همکارانی که بیش از سه فرزند داشتند، با حضور در منزل تقدیر

شد. یکی از برنامه‌های خلافت‌ما، پرداخت بن سفر تابستانی و محاسبه عیدی پایان سال براساس تعداد فرزندان بود. این برنامه‌ها نقش موثری در تشویق کارکنان به فرزندآوری داشته است. در بخش فرهنگ‌سازی، مسابقات، پویش‌ها و تولید محتوای مجازی با موضوع ازدواج و فرزندآوری برگزار کردیم. همچنین از ظرفیت‌های هیئات، مساجد و کانون‌های فرهنگی برای ترویج فرهنگ ازدواج آسان و فرزندآوری استفاده شد. در راستای حمایت از گروه‌های فرهنگی و جهادی، ۳۰ درصد از بودجه حمایتی به کانون‌های فرهنگی مساجد و سازمان‌های مردم‌نهاد اختصاص یافت تا از طریق آن، برنامه‌های کاهش سن ازدواج و تسهیل ازدواج اجرا شوند. ما همچنین طرح ویژه‌ای برای حمایت از فرزندآوری کارکنان و امامان روستا تدوین و اجرا کردیم که نتایج آن در سال جاری مشخص خواهد شد. یکی دیگر از کارهای ما تدوین برنامه جامع در حوزه فرزندآوری و تسهیل ازدواج بود. این برنامه در قالب هیئات، مساجد و کانون‌های فرهنگی اجرا شد و شامل اعزام مبلغ، تخصیص ۳۰ درصد بودجه حمایتی گروه‌های فرهنگی و جهادی به کانون‌های فرهنگی مساجد و سازمان‌های مردم‌نهاد بود. هدف اصلی این برنامه، کاهش سن ازدواج، تسهیل ازدواج و تشویق به فرزندآوری بوده است.

حمایت و آگاهی‌بخشی

حجت الاسلام حمید رفیعی

مدیر کل سازمان تبلیغات اسلامی خراسان شمالی

پیرو تأکیدات مقام معظم رهبری بر اهمیت مسئله جمعیت و ضرورت جوان‌سازی و افزایش مولد، سازمان تبلیغات اسلامی خراسان شمالی اقدامات و برنامه‌های متنوعی را در راستای اجرای سیاست‌های مرتبط با قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت اجرا کرده است. یکی از کارهای ما حمایت از زوجین نابارور شاغل بود. در این راستا با انعقاد قرارداد با موسسه رویان و همکاری سازمان تبلیغات اسلامی کشور، هزینه‌های درمان ناباروری برای ۱۰ زوج نابارور استان تقبل شد و این افراد برای درمان معرفی شدند.

یکی دیگر از اقدامات ما تدوین محتواهای محیطی مرتبط با مفاهیم جمعیتی بود. این محتواها در تابلوهای تبلیغاتی دستگاه‌های مختلف استان نصب و همچنین در سایت تبیان، کانال‌های خبری و مجازی اداره کل و ادارات شهرستان‌ها (در ۹ کانال در ایتا) منتشر شد. همچنین پیام‌های مرتبط با موضوع ازدواج و فرزندآوری به صورت منظم در طول سال در اتوماسیون اداری و گروه‌ها و کانال‌های مجازی استان درج شدند. ما تبلیغات محیطی و خدمات اطلاع‌رسانی برون‌دستی را نیز در دستور کار قرار دادیم. تبلیغات درون‌شهری با همکاری شهرداری‌ها و تبلیغات برون‌شهری با همکاری اداره کل راهداری در سطح استان اجرا شد. طراحی بنرها و ارسال آن‌ها برای نصب در شهرستان‌ها نیز انجام شد. در زمینه آگاهی‌بخشی به کارکنان، دو دوره آموزشی درباره قانون حمایت از خانواده و بحران



گزارشی از برپایی دو دوره رویداد ملی صبا

در جست‌وجوی نشانی‌یار

رویداد ملی صبا با هدف رشد و هم‌افزایی مراکز فعال در امر انتخاب همسر به همت سازمان تبلیغات اسلامی و با همکاری معاونت جوانان و وزارت ورزش و جوانان در راستای حمایت از گروه‌های فعال در واسطه‌گری ازدواج برگزار شد.

برای اجرای تبصره ماده ۳۷ قانون جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات اسلامی موظف شده است که مراکز فعال در امر انتخاب همسر را مورد بررسی قرار دهد. مراکزی که درخواست اخذ مجوز مربوطه را دارند ابتدا از طریق ثبت نام در سایت <https://smhido.ir/> و سپس در یافت و تکمیل تمام مدارک لازم مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. پس از قبولی در مصاحبه علمی و اخذ قبولی از جلسات شورای تایید صلاحیت متقاضیان در صورتی که صلاحیت آنان احراز شود، وزارت ورزش و جوانان موظف است با تایید سازمان تبلیغات اسلامی مجوز مراکز فعال در امر انتخاب همسر را صادر نماید.

از شهریورماه ۱۴۰۱ که این سامانه افتتاح شد تا خردادماه ۱۴۰۲ تعداد ۴۸ مرکز پس از ارزیابی و تایید صلاحیت در جلسه مصاحبه علمی و شورای تایید صلاحیت متقاضیان، موفق به اخذ تایید از سازمان تبلیغات شدند. مراکزی از ۱۸ استان مختلف (تهران ۱۲ مرکز، البرز ۲ مرکز، قم ۵ مرکز، زنجان ۱ مرکز، قزوین ۱ مرکز، گلستان ۱ مرکز، آذربایجان شرقی ۲ مرکز، آذربایجان غربی ۱ مرکز، خراسان شمالی ۲ مرکز، خراسان رضوی ۴ مرکز، خراسان جنوبی ۱ مرکز، مرکزی ۳ مرکز، اصفهان ۶ مرکز، کرمان ۱ مرکز، یزد ۱ مرکز، چهارمحال و بختیاری ۱ مرکز، کهگیلویه و بویراحمد ۲ مرکز و فارس ۲ مرکز) مجوز فعالیت همسریابی اخذ کردند. برای فرهنگ‌سازی، هم‌اندیشی، هم‌افزایی، هماهنگی، هم‌پوشانی و اشتراک‌گذاری تجارب این مراکز بایکدیگر، مقدمات برگزاری نخستین رویداد ملی صبا ویژه مراکز فعال در امر انتخاب همسر در محل مجتمع فرهنگی آموزشی آدینه در روز پنجشنبه ۱۸ خردادماه ۱۴۰۲ فراهم شد. پس از آن تا اسفند ۱۴۰۲ تعداد مراکز تایید صلاحیت شده به ۱۴۴ مرکز رسید که برای اشتراک‌گذاری تجارب این مراکز بایکدیگر، دومین رویداد ملی صبا با حضور ۸۵ نفر از مدیران و کارشناسان مراکز جدیدالتاسیس همسان‌گزینی از استان‌های مختلف (تهران ۱۴ مرکز، خراسان رضوی ۱۷ مرکز، فارس ۴ مرکز، یزد ۳ مرکز، آذربایجان شرقی ۶ مرکز، گلستان ۵ مرکز، اصفهان ۱۱ مرکز، کهگیلویه و بویراحمد ۱ مرکز، مازندران ۱ مرکز، زنجان ۳ مرکز، همدان ۴ مرکز، خوزستان ۱ مرکز، البرز ۱ مرکز، قم ۱ مرکز، کردستان ۱ مرکز، مرکزی ۲ مرکز، سمنان ۲ مرکز، اهواز ۱ مرکز، لرستان ۱ مرکز)، در محل مجتمع فرهنگی اردویی شهید باهنر در ۲ و ۳ اسفندماه سال ۱۴۰۲ برگزار شد. آنچه در پی می‌آید خلاصه‌ای از هم‌اندیشی‌های انجام شده فعالان در حوزه همسریابی در دور رویداد ملی صباست که با هدف آشنایی با وضعیت طلاق و ازدواج در کشور، هم‌رسانی تجارب مراکز فعال همسان‌گزینی، بررسی آسیب‌های همسان‌گزینی و هم‌اندیشی در حوزه فرهنگ‌سازی واسطه‌گری ازدواج در سال ۱۴۰۲ اجرا شدند.



با اسکن این کیو آر کد
فیلم دومین
رویداد صبا را ببینید.



با اسکن این کیو آر کد
فیلم نخستین
رویداد صبا را ببینید.



۲ رویداد ملی صبا در سال ۱۴۰۲ با هدف رشد و هم‌افزایی مراکز فعال در امر انتخاب همسر به همت سازمان تبلیغات اسلامی و با همکاری معاونت جوانان و وزارت ورزش و جوانان در راستای حمایت از گروه‌های فعال در واسطه‌گری ازدواج برگزار شد.

دی‌ماه ۱۴۰۳

۸۰

ویژه نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



دلایل و عوامل ذکر شده در صورتی که در نهایت منجر به عدم تصمیم گیری برای ازدواج شود، سه پیامد «افزایش سن ازدواج»، «همخانگی و ازدواج سفید» و «تجرد قطعی» را به دنبال خواهد داشت.

بخشی از برنامه آموزشی دکتر نیما بردیا فر، با موضوع «ازدواج در ایران: چیستی و چرایی»

برنامه ارائه تجربه مراکز در اولین رویداد ملی صبا

در نخستین رویداد ملی صبا، ۶ مرکز همسان گزینی جهت ارائه کامل تجربه ۲۰ دقیقه ای و ۷ مرکز جهت ارائه کوتاه تجربه ۵ دقیقه ای (مجموعاً ۱۳ مرکز) بر حسب تنوع روش های مورد استفاده، انتخاب شدند. در این برنامه، شیوه های کاری همسان گزینی تشریح شد. مراکز منتخب همسان گزینی از استان های تهران، خراسان رضوی، فارس، کهگیلویه و بویر احمد، مرکزی و قم در قالب ارائه با فایل پاورپوینت ارسال ذیل عناوین کلی انگیزه ها، راهی که طی کردیم، ملزومات تاسیس مرکز همسان گزینی، نحوه عملکرد مرکز در این سال ها، روش کار، چالش ها و فرصت ها، تجربیات و خاطرات، دستاوردها و اهداف و همراه با نمایش عکس، فیلم و کلیپ های مربوطه، به ارائه تجربیات شان پیرامون فعالیت همسان گزینی پرداختند. رنگ آمیز طوسی از مرکز مهر آفرینان سرزمین سکوت (خراسان رضوی، مشهد مقدس)، حجت الاسلام یدالله دهقان شاد کامی از مرکز شاد کام (مرکزی، اراک)، دکتر بهاره زارع از مرکز انتخاب آگاهانه (فارس، شیراز) و دکتر آرمان داوری از مرکز سایه های ماندگار (تهران) برخی از افرادی بودند که در این بخش سخنرانی داشتند.



ازدواج در ایران: چیستی و چرایی

مرور مطالعات مرتبط با ازدواج نشان می دهد که به طور کلی «دلایل و عوامل تمایل یا عدم تمایل به ازدواج» را می توان در سه دسته «خرد»، «میان» و «کلان» قرار داد.

● دلایل و عوامل سطح «خرد» بیشتر ناظر بر ویژگی های اکتسابی و یا انتسابی فرد و همچنین تجارب فردی است که می تواند مانع و یا تسهیلگر ازدواج باشد، این دلایل و عوامل به هشت مقوله «ویژگی های شخصیتی تسهیلگر ازدواج»، «موانع فردی و اختلالات روانی»، «انتخاب عاشقانه»، «ادامه تحصیل»، «باورهای مرتبط با خود»، «مجردی لذت بخش»، «رابطه های جایگزین ازدواج» و «تجربه ازدواج (روابط) ناموفق» می شود.

● سطح «میان» علل و عواملی را در بر می گیرد که در سطح خانواده ها و روابط بین فردی ممکن است تسهیلگر و یا مانع ازدواج باشد. این عوامل و دلایل به هفت مقوله «آگاهی از مهارت های تعاملی»، «آگاهی از مهارت های حل اختلاف»، «نقش خانواده»، «یافتن همسانی»، «باورهای مرتبط با طرف مقابل»، «باورهای مرتبط با فرایند ازدواج» و «احساس خود بودگی» مرتبط می شود.

● عوامل و دلایل «کلان» مربوط به شرایط ساختاری و جامعه است که در اختیار فرد نبوده و می تواند زمینه ساز ازدواج و یا مانع از آن باشد. این عوامل و دلایل به چهار مقوله «شرایط اقتصادی»، «شرایط فرهنگی و اجتماعی»، «شرایط حاکمیتی و سیاسی» و «نقش رسانه» تقسیم می شود.

● علاوه بر این سه سطح ذکر شده، عوامل دیگری در بین سطح «میان» و «کلان» قرار می گیرند که عبارت اند از: «عدم وجود جامعه پذیری جنسیتی»، «صنعت - رسانه ازدواج» و «مضيقه ازدواج».

برنامه آسیب شناسی همسان گزینی در ایران

در بخش دیگری از نخستین رویداد ملی صبا، برنامه آسیب شناسی همسان گزینی در ایران برگزار شد. در این نشست که به روش مصاحبه گروه متمرکز (یا فوکوس گروپ) برای بررسی مسائل اصلی مراکز همسان گزینی و شناسایی راهکارهای مرتبط با حل این مسائل برگزار شد، تعدادی از مراکز موفق و با تجربه در حوزه همسان گزینی مشارکت داشتند. سؤالات اصلی این نشست به قرار زیر بود:

- ملزومات همسان گزینی در ایران چیست؟
- همسان گزینی در ایران چه کارکردهایی دارد؟
- موانع فرهنگی، حقوقی، اجتماعی، اقتصادی و... برای کار در حوزه همسان گزینی در ایران کدام است؟
- چه انواعی برای خدمات همسان گزینی می توان متصور شد و کارکردهای هر یک چیست؟
- آسیب ها و چالش های همسان گزینی در ایران چیست؟
- چگونه می توان به ارتقای همسان گزینی در ایران کمک کرد؟
- چه دوره های آموزشی برای ارتقای همسان گزینان پیشنهاد می شود؟

در پایان برخی از مهم ترین مسائل و راهکارهای حل مسائل بحث، بررسی و ثبت گردید که مهم ترین نظرات به طور خلاصه چنین بودند:

- اعتبار بخشی مراکز
- تهیه نرم افزار پشتیبانی از مراکز با قابلیت تخصیص برنامه برای هر مرکز
- دسترسی به سامانه های هویتی مانند ثبت احوال و مدارک علمی و دانشگاهی و مانند اینها
- حمایت رسانه ای از مراکز برای تبلیغات
- استفاده از ظرفیت سازمان های دولتی در استان ها (اوقاف، کمیته امداد امام خمینی (ره)، شهرداری، آموزش و پرورش و ...)
- برای ترویج همسان گزینی و حمایت از مراکز
- راه اندازی و جلب حمایت های خیرین از دواج
- تأسیس هیات اندیشه ورز مراکز
- تدوین شیوه نامه و دستورالعمل های واحد برای همه مراکز
- افزایش دانش واسطه گیری از طریق آموزش و ...
- راه اندازی و تشکیل وقف ازدواج
- حمایت مالی از مراکز در قالب معافیه های مالیاتی

در همین حال با حضور موثر حجت الاسلام رضا عزت زمانی، معاون فرهنگی سازمان تبلیغات، در این نشست بر موارد زیر تأکید شد:

- ۱) تأکید بر رعایت موازین شرعی و قانونی مراکز همسان گزینی
- ۲) عدم ایجاد متناظر استانی جهت انجام امور مربوط به مراکز همسان گزینی در استان ها و شهرستان ها و تمرکز امور در ستاد در مقطع فعلی
- ۳) تأکید بر ساختار مردمی مراکز همسان گزینی و نظامات مردمی آن
- ۴) ایجاد شبکه های کنشگری در سطح کشور و استان و



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی



فرهنگی وجود دارد اما براساس تحقیقات، موضوع همسریابی یکی از موانع جدی بود که سیاست‌گذار را بر آن داشت تا در این حوزه اقدام کند. با اراده و اهتمامی که وزارت ورزش و جوانان و سازمان تبلیغات اسلامی و همچنین ستاد ملی جمعیت داشتند، ماده ۳۷ قانون جوانی جمعیت تصویب شد و خوشبختانه مجوز مراکز انتخاب همسر صادر شد و خوشحالم که در آستانه روز ازدواج این قانون اجرایی شد. یکی از راهکارهای تاکید شده در این زمینه، احیای سبک‌های محله محور مثل نقش مساجد در همسریابی و دیگری ایجاد مراکز انتخاب همسر بود لذا جایگاه مراکز انتخاب همسر در امر مقدس ازدواج خودش را نشان می‌دهد. امیدواریم با حمایت هر دو نهاد وزارت ورزش و جوانان و سازمان تبلیغات و همراهی مجلس و ستاد ملی جمعیت این حوزه توسعه پیدا کند.

● **دکتر کاظم فروتن، رئیس ستاد ملی جمعیت:** متأسفانه از هر سه ازدواج یک مورد به طلاق می‌انجامد و ۴۰ درصد طلاق‌ها در خانواده‌هایی رخ می‌دهد که حداقل یک فرزند دارند و این بسیار ناراحت‌کننده است. عدم درک زن و مرد از تفاوت‌های یکدیگر از اصلی‌ترین عوامل اختلافات خانوادگی است که باید قبل از ازدواج، تفاوت‌های زن و مرد را به زوج‌های جوان آموزش داد. اگر در آموزش‌های قبل از ازدواج به این حوزه توجه شود، بسیاری از مشکلات حل می‌شوند. مراکز انتخاب همسر باید در همان زمان انتخاب همسر یعنی قبل از ازدواج این آموزش‌ها را به دختر و پسر ارائه دهند چون پس از ازدواج تأثیری نخواهد داشت. دیگر مشکلات و اختلافات زن و مرد همه در مان‌های مختص خود را دارند و هیچ مشکلی در حوزه خانواده امروز وجود ندارد که قابل درمان نباشد اما وقتی دیر برای درمان اقدام شود کار دشوار خواهد شد.

برنامه ارائه تجربه مراکز در دومین رویداد ملی صبا

در دومین رویداد ملی صبا، ۸ مرکز همسان‌گزینی جهت ارائه کامل تجربه ۲۰ دقیقه‌ای برحسب تنوع روش‌های مورد استفاده، انتخاب شدند. در این برنامه، شیوه‌های کاری همسان‌گزینی تشریح شد. مراکز منتخب همسان‌گزینی از استان‌های تهران، اصفهان، قم، همدان، گلستان و مازندران در قالب ارائه با فایل پاورپوینت ارسالی ذیل عناوین کلی انگیزه‌ها، راهی که طی کردیم، ملزومات تأسیس مرکز همسان‌گزینی، نحوه عملکرد مرکز در این سال‌ها، روش کار، چالش‌ها و فرصت‌ها، تجربیات و خاطرات، دستاوردها و اهداف و همراه با نمایش عکس، فیلم و کلیپ‌های مربوطه، به ارائه تجربیات‌شان پیرامون فعالیت همسان‌گزینی پرداختند. زهرا تشیع از مرکز کانون پیوند مهر (اصفهان)، سینا صفار از مرکز خانواده مسجد بنیان (تهران)، رحیمه خسروی از مرکز بهار پیوند (قم)، علیرضا ریاحی از مرکز آوای رحمت (گلستان) و صابر فضلعلی از مرکز پیوند مهر آفرین (تهران) برخی از افرادی بودند که در این برنامه سخنرانی کردند. همچنین حجت‌الاسلام مهدی متقی‌فر، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و توسعه اجتماعی جوانان وزارت ورزش، حجت‌الاسلام روح‌الله حریزوی، قائم‌مقام سازمان تبلیغات اسلامی، دکتر سینا کلهر، معاون امور جوانان وزارت ورزش و جوانان و دکتر شکیبا محبی‌تبار، دبیر ستاد ملی جمعیت در مراسم اختتامیه دومین رویداد ملی صبا به ایراد سخنرانی پرداختند.

شهرستان‌ها از فعالان و کنشگران مراکز

- ۵ استفاده از ظرفیت مساجد و مجموعه‌ها و نهادهای مردمی
- ۶ تلاش برای شکل‌گیری توافقات و اتصال به مجموعه‌های نظارتی همانند مراکز تأیید هویت
- ۷ سودجویی و سوءاستفاده از مراکز همسان‌گزینی به عنوان خط قرمز تلقی می‌شود.
- ۸ تعدد سلیقه و روش‌های کار در چارچوب اصول و موازین شرعی و قانونی مورد تأیید و تاکید است
- ۹ حمایت مالی از مراکز همسان‌گزینی یک آفت تلقی می‌شود لذا تامین منابع حمایتی غیرمستقیم در برنامه سازمان قرار دارد.

سخنرانی‌های اختتامیه نخستین رویداد ملی صبا

● **دکتر وحید یامین پور، معاون امور جوانان وزارت ورزش و جوانان:** تحقیقات از مراکز همسان‌گزینی حتماً به صورت میدانی صورت خواهد پذیرفت تا از امنیت این مراکز همسان‌گزینی اطمینان حاصل شود و نیز به لحاظ علمی و مهارتی از این مراکز تحقیقات به عمل خواهد آمد.

● **حجت‌الاسلام رضا عزت زمانی، معاون فرهنگی و تبلیغ سازمان تبلیغات اسلامی:** سنت واسطه‌گری ازدواج باید احیا شود و ما در سازمان تبلیغات به دنبال تقویت نهادهای مردمی فعال در انتخاب همسر هستیم. واسطه‌گری ازدواج یک فرهنگ و سنت در تاریخ ایران از قدیم بوده و بعد به برکت اسلام در کشورمان تقویت شد، اما امروز یکی از اشکالات ما کم رنگ شدن این سنت و فرهنگ است که باید احیا شود. با وجود روایات متعدد در مورد ارزش و جایگاه واسطه‌گری ازدواج، وصلت دو جوان در روایات دینی ما ارزش و عظمت بالایی دارد. همه ما موظفیم در این راه قدم برداریم و از مجموعه‌های مردمی و افرادی که در این حوزه دغدغه‌مندتر هستند حمایت کنیم. توجه به حوزه نهاد دین و ایجاد یک سامانه مشترک که دسترسی‌ها را آسان‌تر کند نیاز این حوزه است که باید با همکاری یکدیگر انجام دهیم. البته سلاقی و روش‌های مختلفی در این حوزه وجود دارد؛ کار مردمی یعنی تنوع. بنابراین قصد نداریم به واسطه قانون، استعدادهای مردمی را نادیده بگیریم بلکه می‌خواهیم با رعایت اصول و بهره‌گیری از قانون، همه سلاقی و استعدادهای مردمی را پوشش دهیم و به دنبال تقویت نهادهای مردمی فعال در انتخاب همسر هستیم. مادر آغاز یک راه مشترک قرار گرفته‌ایم و بدیهی است که با مشکلات و چالش‌هایی روبرو خواهیم شد اما با فهم و درک مشترک می‌توانیم همه مشکلات را از پیش رو برداریم و این حوزه را توسعه دهیم.

● **دکتر فاطمه قاسم پور، رئیس فراکسیون زنان مجلس شورای اسلامی:** در مسیر ازدواج جوانان موانع زیادی از جمله موانع اقتصادی و

گزارشی از عملکرد سازمان تبلیغات اسلامی در اجرای تبصره ماده ۳۷ قانون جوانی جمعیت



تورامی جویم

برخلاف تصور خیلی‌ها، در زندگی پرهیاهوی امروز ی که عده‌ای ظاهری‌هایی متفاوت با درونیات‌شان دارند، شاید انتخاب همسر مناسب، از سخت‌ترین تصمیم‌ها برای جوانان و خانواده‌هایشان باشد. نشان به این نشان که آمار طلاق از همین اشتباه در انتخاب، روز به روز رو به فزونی دارد. ترس از انتخاب نادرست موجب می شود حق خانواده هادست به عصا تر از قبل در انتخاب همسر مناسب برای جوان‌شان رفتار کنند و همین تعلل، فرصت‌ها را از بین ببرد و زمینه تجدید قطعی را بخصوص در مورد دختران افزایش دهد. کاهش ازدواج هم مهم‌ترین لطمه را به رشد جمعیت و فرزندآوری می زند. برای گریز از این هراس، بهترین راه استفاده از مشاوره و طلب یاری گرفتن از مراکز معتبر و رسمی است که در زمینه ازدواج توانایی دارند بهترین گزینه همسان را برای جوانان انتخاب کنند. از همین رو قانون جوانی جمعیت تمهیداتی اندیشیده تا در سایه آن ازدواج تاجایی که امکان دارد تسهیل شود و مهم تر از آن پایدار بماند. مطابق ماده ۳۷ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، سازمان تبلیغات اسلامی مکلف است به منظور ترویج و تسهیل در امر ازدواج، از طریق مؤسسات فرهنگی، مساجد و روحانیون و دیگر ظرفیت‌های مردمی به توسعه فرهنگ واسطه‌گری در امر انتخاب همسر، با محوریت و مشارکت خانواده‌ها و رعایت موازین قانونی و شرعی بپردازد.

همچنین تبصره این ماده، وزارت ورزش و جوانان را موظف کرده با تأیید سازمان تبلیغات اسلامی، مجوز مراکز فعال در امر انتخاب همسر را صادر نماید. در مدت ۳ سالی که از ابلاغ قانون جوانی جمعیت می گذرد، سازمان تبلیغات اسلامی برای مهم‌ترین تکلیفی که این قانون برایش در نظر گرفته، فعالیت‌های متنوعی انجام داده است. از راه اندازی سامانه ملی همسان‌گزینی گرفته تا ایجاد پلتفرم همدم که توانسته بیش از ۱۳۸۰ ازدواج موفق را به ثبت برساند. آنچه در پی می آید مروری گذرا بر عملکرد سازمان تبلیغات اسلامی در اجرای تبصره ماده ۳۷ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت است که با یکدیگر می خوانیم.



در مدت ۳ سالی که از ابلاغ قانون جوانی جمعیت می گذرد، سازمان تبلیغات اسلامی برای انجام ماده ۳۷ این قانون، فعالیت‌های متنوعی انجام داده است. از راه اندازی سامانه ملی همسان‌گزینی گرفته تا ایجاد پلتفرم همدم.

دی ماه ۱۴۰۳

۸۴

ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

گام اول برای مجوز همسان گزینی

۱

مراکزی که قصد داشته باشند خدماتی برای همسرایی به هموطنان در اقصی نقاط کشور ارائه دهند، باید از وزارت ورزش و جوانان مجوز بگیرند اما آنهایی می‌توانند وارد این روند شوند که صلاحیت‌شان را سازمان تبلیغات اسلامی تایید کرده باشد. با این حساب نخستین گام در این مسیر، ثبت‌نام در سامانه ملی همسان گزینی به نشانی اینترنتی smhido.ir است. این سامانه را سازمان تبلیغات اسلامی برای اجرای تبصره ماده ۳۷ قانون جوانی جمعیت ایجاد کرده و صلاحیت‌ها از این طریق بررسی می‌شود.

مراکزی که درخواست اخذ مجوز دارند پس از تکمیل تمام مدارک لازم مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و پس از قبولی در مصاحبه علمی در جلسات شورای تایید صلاحیت متقاضیان، در صورت احراز شرایط، وزارت ورزش و جوانان موظف می‌شود با تایید سازمان تبلیغات اسلامی، مجوز فعالیت در امر انتخاب همسر را برای آنها صادر کند.

فعالیت‌های ستادی

۲

- تشکیل شورای هم‌افزایی مشترک سازمان تبلیغات اسلامی و وزارت ورزش و جوانان متشکل از نمایندگان سازمان و وزارتخانه (آقایان حجت الاسلام ابوترابی، بردیافر، مروار، حجت الاسلام متقی فر و خانم‌ها لطفی‌زاده و گودرزی)
- برگزاری جلسات مشترک شورای هم‌افزایی
- تهیه و تدوین دستورالعمل اجرایی تبصره ماده ۳۷ ویژه مراکز همسان گزینی مورد تایید و ابلاغ به کلیه مراکز جهت اجرای دستورالعمل
- بازبینی تعرفه مراکز همسان گزینی مورد تایید
- بازبینی دستورالعمل‌های اجرایی مراکز همسان گزینی مورد تایید
- تهیه و تدوین آئین‌نامه نظارت و بازرسی از مراکز همسان گزینی مورد تایید
- برنامه‌ریزی و اجرای رویداد صبا ۱ و صبا ۲ ویژه مراکز همسان گزینی مورد تایید

آمار فعالیت‌های ستادی

۳

- ۲۰۰۰ متقاضی تا پایان سال ۱۴۰۲ در سامانه ملی همسان گزینی ثبت‌نام کردند
- ۲۰۰ متقاضی پرونده خود را تکمیل کردند که همگی در جلسات شورای هم‌افزایی بررسی شده است
- ۱۴۴ متقاضی تایید صلاحیت شدند
- ۴۰ پرونده در دست بررسی است
- ۱۶ متقاضی رد صلاحیت شدند
- ۲۷ جلسه شورای هم‌افزایی (به طور متوسط هر ماه ۲ جلسه و هر جلسه ۶ پرونده) تشکیل شد

بروزرسانی سامانه ملی همسان گزینی

۴

به منظور تامین زیرساخت‌های لازم برای ارائه خدمات به مراکز سامانه ملی همسان گزینی بترتیب ذیل بروزرسانی شده است. همچنین به منظور اعطای نماد اعتماد سازمان تبلیغات به سامانه‌ها، پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های آنلاین و در بستر اینترنت، صفحه ویژه در سامانه ایجاد شده است.

- ایجاد دسترسی تمدید مجوز
- ایجاد اطللس مراکز دارای تاییدیه در سراسر کشور
- ایجاد صفحه ثبت شکایات از مراکز همسان گزینی

آموزش واسطین ازدواج

۵

برای ارتقای سطح آموزشی مراکز همسان گزینی که در این امر فعالیت دارند، دوره‌های آموزشی برگزار شده است که مدیران و کنشگران مراکز همسان گزینی مورد تایید و واسطه‌های ازدواج در آنها شرکت داشتند.

- ۲۵۰۰ شرکت‌کننده در این دوره‌ها شرکت داشتند
- ۱۰۰ کنشگر موفق به اخذ گواهی نامه آموزشی شدند
- ۸۰ ساعت مجموع دوره آموزش بود که به صورت آفلاین در سامانه مبشران برگزار شد

نظارت و بازرسی مراکز همسان گزینی

۶

برای نظارت بر عملکرد مراکز همسان گزینی مورد تایید، ستاد جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی به دو شیوه عمل می‌کند.

- نظارت پیشینی: گروه تحقیق متشکل از حدود ۵۰ نفر از کارشناسان ستاد جمعیت در سراسر کشور، مسئولیت تحقیق و بررسی در خصوص متقاضیان تاسیس مراکز را به عهده دارند.
- نظارت پسینی: در بازدید از استان‌هایی که مراکز فعال همسان گزینی دارند، یک بازرس به نمایندگی از ستاد جمعیت خانواده و شورای همسان گزینی به اتفاق نمایندگان ستاد جمعیت سازمان در استان‌ها و معاونین فرهنگی و روسای ادارات شهرستان‌های سازمان نسبت به بررسی و بازدید از مراکز اقدام می‌کنند. در برنامه‌ریزی صورت گرفته و مطابق آئین‌نامه نظارت و بازرسی از مراکز همسان گزینی مورد تایید، تاکنون نظارت و بازرسی از ۴۱ مرکز فعال در استان‌های خراسان رضوی، خراسان شمالی، گلستان، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، فارس، اصفهان، قم، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، تهران و همدان به عمل آمده است.



۷

همدم، سکویی برای ازدواج موفق

«همدم» سامانه ای وابسته به موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان است و تبیان به عنوان بزرگترین مجموعه سازمان تبلیغات اسلامی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، نامی آشنا برای کاربران اینترنت به شمار می رود. تبیان پیش از راه اندازی همدم و در سال ۱۳۹۴ سامانه «همسان گزینی» را در سایت خود ایجاد کرد که بر پایه فعالیت معرفان ازدواج، کارهای خود را دنبال می کرد. در همسان گزینی، جوانان مشخصات خود را و معرفان ازدواج، مشخصات متقاضیان خود را در آن وارد کرده و معرفان براساس مشخصات موجود، گزینه مناسب برای متقاضیان خود را انتخاب می کردند. در این مدت ۷ هزار نفر در سامانه همسان گزینی تبیان ثبت نام کرده و بیش از ۳ هزار و ۷۰۰ ازدواج موفق در آن ثبت شد اما دامنه این فعالیت محدود به ۶ استان می شد و خود کاربران هم امکان انتخاب نداشتند. همین محدودیت ها باعث شد، همدم به عنوان یک اپلیکیشن موبایلی جایگزین آن شود.

چندی پیش زهره حسینی، مدیر پلتفرم همدم که با نشانی «@Tebyan.Hamdham» در شبکه های اجتماعی قابل دسترسی است، در نشست هم اندیشی ازدواج پایدار درباره روند همسان گزینی و همسریابی در موسسه تبیان توضیحاتی ارائه کرد که بخشی از آن چنین بود؛ از سال ۱۳۸۵ متوجه شدیم که کاربران شبکه های اجتماعی به صورت خودجوش با یکدیگر آشنا شده و ازدواج می کنند. با ایجاد شدن چنین بستری از آشنایی، موسسه تبیان تصمیم گرفت مدلی ارائه دهد که بر مبنای سبک زندگی دین دارانه و البته با در نظر گرفتن پایه های علمی چون الگوهای روانشناسی و تناسب سنجی باشد. این ایده منجر به طراحی سامانه «همسان گزینی» شد که تا سال ۹۳ منجر به شناسایی حدود ۱۵۰ معرف ازدواج شد.

این سامانه در سال ۹۴ رونمایی شد که تا سال ۱۴۰۰ از طریق آن در ۶ استان کشور فعال بودیم. طی این ۶ سال فعالیت بیش از ۸۵ هزار نفر از ۶ استان کشور ثبت نام کردند و پس از انجام یک مصاحبه راسی آزمایی با ۱۶ هزار نفر از این افراد، نهایتاً به ۳۷۰۰ مورد ازدواج از طریق این سامانه دست یافتیم. پس از اینکه متوجه شدیم کاربران ما علاقه دارند خودشان هم در بانک اطلاعاتی همدم جستجو کنند و با توجه به اینکه نیاز به گستردگی چنین فعالیتی بود، پلتفرم «همدم» را طراحی کردیم که این پلتفرم در سال ۱۴۰۰ با حضور آقای قالیباف رونمایی شد. همدم، پلتفرم دستیار خانواده ها برای جوانان است که از مسیر آموزش و همسریابی استفاده می کند برای اینکه بتواند به خانواده ها در مسیر ازدواج جوانانشان کمک رسانی بکند.

سکوی اینترنتی همدم ۴ سرویس اصلی دارد؛ بخش همدم یاب جهت ثبت نام برای پیدا کردن فرد مناسب ازدواج، قسمت مشاوره که به بخش «پرسان» مجموعه تبیان متصل می شود، بخش مجله آنلاین که مربوط به

محتوای آموزشی است و قسمت کارگاه های آموزشی که به صورت آنلاین و حضوری برگزار می شوند. برای ثبت نام در پلتفرم همدم فرد باید فرمی را پر کرده و مدارکی از اطلاعات فردی را به منظور صحت سنجی بارگذاری کند. پس از آن باید به دو آزمون روانشناختی پاسخ دهد تا افراد به لحاظ روانشناختی غربالگری شوند. با این آزمون، افرادی که آماده ازدواج نیستند را وارد پروسه مشاوره می کنیم. همچنین شاخص های افراد را دریافت می کنیم تا از طریق این مشخصه ها افراد مناسب یکدیگر را شناسایی کنیم.

در ابتدای کار، این پلتفرم بر اساس شاخص های همسان گزینی، ۵ پیشنهاد به کاربر ارائه می دهد که اگر مناسب بود درخواست آشنایی بدهد. درخواست آشنایی برای فرد هدف پیامک شده که می تواند بدون مشخصات هویتی او، این پیشنهاد را بررسی کند. اگر دو نفر یکدیگر را تایید کردند، اطلاعات در اختیار معرف قرار می گیرد تا با دختر و پسر و خانواده هایشان ارتباط بگیرد و اطلاعات تکمیلی را نیز در اختیارشان قرار دهد.

*یکی از قابلیت های ویژه سامانه همدم که توانسته است تا حد قابل قبولی اعتماد مردم را به خود جلب کند، همکاری با نهادهای مرجع برای احراز هویت کاربران است؛ این سامانه با استعلام مدارک از دستگاه های

مربوطه، برخی اطلاعات و مشخصات وارد شده توسط کاربران مانند اطلاعات هویتی، تحصیلی، شغلی و محل سکونت را صحت سنجی می کند تا متقاضیان استفاده از این سامانه با خطای کمتری با متقاضیان دیگر آشنا شوند؛ بخش دیگری از اطلاعات مانند مشخصات فردی، ظاهری، میزان تقید به دین و مسائلی از این دست نیز براساس خود اظهاری کاربران در حساب کاربری آنها نمایش داده می شود.

همدم به روایت آمار

۲,۸۰۰,۰۰۰ بار

همدم مورد جستجوی

دستی و سیستمی کاربران قرار گرفته است

۶۵۰,۰۰۰ بار

پلتفرم همدم نصب و دانلود شده است

۸۵,۰۰۰ معرفی

در همدم صورت گرفته است

۱۰,۲۰۰ آزمون روانشناختی

برای غربالگری جهت تضمین سلامت روان خانواده ها در همدم انجام شده است

۱۳۸۰ ازدواج

از طریق سامانه همدم انجام شده است

۴۳۸۰ ازدواج

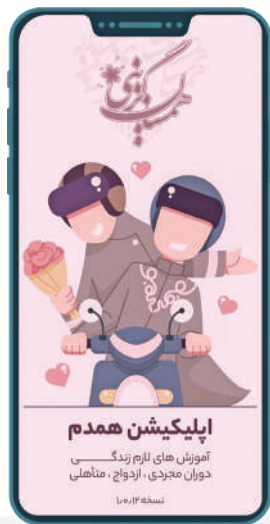
از ابتدای ایجاد سامانه همسان گزینی به سامان رسیده است

۶ طلاق

از مجموع ازدواج های انجام شده ثبت شده است

۶۵۰ محتوای آموزشی

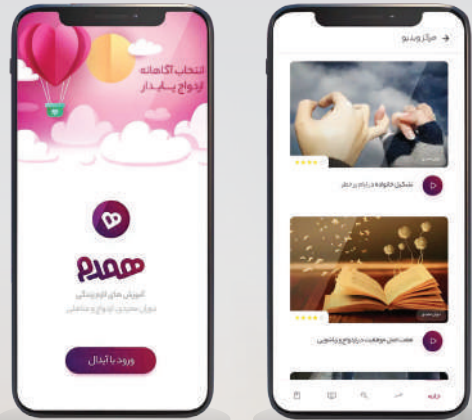
در قالب فیلم، پادکست، اینفوگرافی و مقاله در قسمت مجله آنلاین و صفحات شبکه اجتماعی همدم در خصوص آموزش های لازم برای تشکیل خانواده بالنده و پایدار تولید شده است



ویژه‌نامه جمعیت سازمان تبلیغات اسلامی

“

«همدم» سامانه‌ای وابسته به موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان است و تبیان به عنوان بزرگترین مجموعه سازمان تبلیغات اسلامی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، نامی آشنا برای کاربران اینترنت به شمار می‌رود. تبیان پیش از راه‌اندازی همدم و در سال ۱۳۹۴ سامانه «همسان‌گزینی» را در سایت خود ایجاد کرد که بر پایه فعالیت معارفان ازدواج، کارهای خود را دنبال می‌کرد. در همسان‌گزینی، جوانان مشخصات خود را و معارفان ازدواج، مشخصات متقاضیان خود را در آن وارد کرده و معارفان بر اساس مشخصات موجود، گزینه مناسب برای متقاضیان خود را انتخاب می‌کردند



سربازان کالسکه سوار

جشنی متفاوت در نیمه شعبان ۱۴۰۲ در جمکران برپا شد

جشن تولد فرمانده است؛ میهمانی امیدهای آینده. ما بچه شیعه‌ها تصمیم گرفتیم برای فرمانده جشن تولدی ویژه بگیریم. کیک تولد امام زمان‌مان را همراه با خانواده در خانه پختیم و به جشن آوردیم تا در حیاط جمکران کنار هم بشود بزرگ‌ترین کیک نذری دنیا. واسه جشن تولد، یه سرود آماده کردیم، «سلام فرمانده از امید آینده». آمدم وسط صحن جمکران با همه بچه‌ها، اجرایش کردیم. ما با چند هزار تا مامان کالسکه به دست آمدم. یک ردیف هزار تایی از مامانان با ننی‌های تو کالسکه کنار باباها. یک ردیف دیگه، هزار تا مامان همراه با ننی تو کالسکه و یک بچه کوچولو تو بغل باباها! هزار تایی سوم، مامانان با ننی‌های کالسکه سوار و دو تا بچه کنار کالسکه و همین طور رفتیم تا به خانواده‌های هفت نفره رسیدیم. یک بخش هم بابا بزرگ‌ها و مامان بزرگ‌ها همراه با نوه و نتیجه‌ها، در کنار عمه‌ها و خاله‌ها و دایی‌ها و عموها؛ اصلاً خاندانی آمدم. آخر جلسه هم عکس یادگاری گرفتیم با قاب مسجد؛ آن هم با حضور ۳۰۰۰ تا مادر با خانواده و بچه‌هایشان که می‌شدند ۱۰ هزار نفر. ما بزرگ‌ترین گردهمایی کالسکه سواران نسل ظهور را ساختیم. ما سربازان کالسکه سوار.



با اسکن این کیو آر کد
فیلم جشن نیمه شعبان
جمکران را ببینید.

