

کتاب کارکنشگری مردم جمعیت

تبيين الگوهاى نقش آفرينى مردم در کنشگری جمعيت

سازمان تبليغات اسلامى

اداره كل امور بانوان



کتاب کارکنشگری مردمی جمعیت

**تبیین الگوهای نقش
آفرینی مردم در کنشگری
جمعیت**



اداره کل امور بانوان



فهرست

۹	مقدمه
۱۱	بخش اول ■ نگاهی به موضوع جمعیت
۱۱	رشد و کنترل جمعیت
۱۲	چرا باید منتظر دیده‌ی «سالمندی» باشیم؟
۱۲	علل حساسیت دشمن نسبت به فرزندآوری در ایران
۱۳	۱- والدین برای خود زندگی کنند نه فرزندان
۱۴	۲- زن‌ها نباید خانه‌نشین شوند اما ...
۱۵	۳- سخت گرفتن باعث پیشرفت می‌شود اما ...
۱۵	بررسی آثار و فواید فرزندآوری در دانش تجربی
۱۵	الف) آثار و فواید جسمانی
۱۶	ب) آثار و فواید روحی - روان‌شناختی
۱۶	۱) احساس دوست داشتن و دوست داشته شدن
۱۶	۲) عامل نشاط و سلامت روانی والدین
۱۸	۳) رشد شخصیت
۱۹	۴) حس مفید بودن و ارزش‌مندی
۱۹	۵) امید به آینده
۲۰	۶) استحکام خانواده
۲۱	۷) پویایی خانواده
۲۱	۸) گسترش تعاملات و ارتباطات

۲۵ **بخش دوم ■ مبانی و ضروریات قابل توجه در برنامه‌ها و فعالیت‌های کنشگری جمعیت**

۲۵ الف) کنشگری جمعیت، بازیگران و ابعاد آن

۲۸ ب) نقش مردم

۲۹ ج) موانع و اسباب تضعیف جمعیت و توجه به فرزندآوری

۳۱ د) اصول اولویت‌دار و مبنایی در اتخاذ برنامه‌های کنشگری جمعیت

۳۲ ۱- کنشگر مردمی با مخاطب مردمی؛ تکیه بر توان و جایگاه مردم

۳۲ ۲- توجه به تفاوت افشار و تأثیر نیازها و دغدغه‌های آن‌ها در ترویج موضوع جمعیت

۳۳ ۳- جایگاه زن

۳۴ ۴- هویت زن

۳۴ ۵- شناخت و فهم ارزش و اهمیت موضوع فرزندآوری و جوان‌سازی جمعیت

۳۴ ۶- مراقبت اجتماعی و توجه به وظایف اجتماعی و افزایش ارتباطات

۳۶ ۷- تعادل نگاه صفر و یکی به زنانگی

۳۶ ه) اصول و ضروریاتی که در کنشگری جمعیت باید به آن توجه کنیم!

۴۱ **بخش سوم ■ ایده‌های کنشگری و ترویج جمعیت**

۴۲ الف) نقش حاکمیت در مسأله جمعیت

۴۳ ۱- رسانه و تبلیغات

۴۷ ۱-۱- تبلیغ سنتی و گفتگو و محتوای تبلیغات و گفتگوها

۴۸ ۱-۲- پشتیبانی و برنامه‌ریزی رسانه

۴۹ ۲- طراحی با جامعه هدف کودک

۵۱ ۳- آموزش و توانمندسازی

۵۴ ۴- جامعه هدف؛ عمومی

۵۵ ۵- اقناع و همراه‌سازی فعالان

۵۵ ۶- خدمات زیربنایی

۵۹ ۷- خدمات و تسهیلات

۵۹ ۱-۷- تغذیه، بهداشت

۶۱ ۲-۷- اشتغال و شغلی

۶۳	۳-۷- بیمه، مالی و معیشت
۶۴	۴-۷- تحصیل
۶۴	۸- تعامل و نیازهای تربیتی
۶۶	ب) کنشگری مردم؛ طراحی فعالیت ناظر به کنشگری مردمی
۶۷	۱- اقتصاد و معیشت و خدمات مادی
۶۷	۲- ترویج و گفتمان فرزندخواهی و فرزندآوری
۶۸	۳- تغییرات سبک زندگی و باورها
۶۹	۴- تعامل مردم با مردم
۷۱	۵- ساختار اجراء
۷۳	معرفی چند طرح ■ پیرامون مسأله‌ی جمعیت
۷۳	طرح هیئت‌ها و خیمه‌های دوستدار کودک
۷۳	طرح کتاب زندگینامه خانم طوبی کرمانی به عنوان یک الگوی زن تراز انقلاب اسلامی
۷۴	طرح فرهنگسرای مجازی بانوان
۷۷	طرح پکیج تربیتی پدر فرزند
۷۷	طرح بانک مادرانه
۸۰	طرح جهان کوچولوی من
۸۲	طرح فراخوان تولید مستند ویژه نوجوانان؛ شاد بینیم، شاد بسازیم
۸۳	طرح تهیه پادکست و موشن گرافی با موضوع هویت شناسی
۸۳	طرح طراحی اپلیکیشن شه‌دک در راستای معرفی شهر دوستدار کودک
۸۴	سناریوهای تولید رسانه؛ میان برنامه در سیما
۸۵	طرح محوریت مسجد و کودک در کنشگری جمعیت

مقدمه

مسأله مهم و اولویت دار امروز جامعه ایرانی کاهش شدید رشد جمعیت است که بحرانی را در آینده در جامعه در ابعاد مختلف شامل نیروی کار، مدیریت کشور، بازیگران میدانی پیشرفت کشور، در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، امنیتی، نظامی و... در پی خواهد داشت و مسائل زیادی با پیروی جمعیت در بخش‌های خدمات‌رسانی پزشکی، اجتماعی و تولیدی و وابستگی کشور ایجاد خواهد کرد. این مسأله ناشی از سلطه غرب بر بخشی از تفکر سیاسی ما و نفوذ جدی ساختاری یا فکری در سطح‌های مختلف مدیریت کشور است که تبلیغات سوء و ناشیانه در کشور سبب این رشد کاهشی بی‌سابقه در جامعه شده است. سیاست‌های احیاناً غلط در مدیریت کلان کشور در زمینه جمعیت، با تکیه بر تبلیغات حجیم و ارائه خدمات کاهشی در جمعیت همراه بوده است. حل کردن جمعیت به کمک حاکمیت و نهادهای حاکمیتی بخشی از کار است اما کار اصلی، هم‌افزایی قدرت و همت مردمی برای فرزندآوری است و قطعاً این امر در بستر زمان به بهترین و سریع‌ترین وجه اتفاق می‌افتد که تلاش مردم در تمام زمینه‌های مرتبط با آن



اتفاق بیفتد؛ همه مردم و حداقل عامه انقلابی با گفتگوی
چهره به چهره به این موضوع و ضرورت و تشویق به آن اشاره
کنند، کمک‌های مردمی برای حکایت از کم‌بضاعت‌ترها
شکل بگیرد، در بین مردم پیرامون این مسأله در ابعاد حمایتی
رخدادهای مبارکی اتفاق بیفتد، انگیزش برای این موضوع
توسط مردم اتفاق بیفتد و همه حضور مردم را در این امر
احساس کنند و صرفاً تبلیغات حاکمیت دیده نشود.



نگاهی به موضوع جمعیت

رشد و کنترل جمعیت

بحث «رشد جمعیت» و «کنترل جمعیت» دو مقوله‌ی اساسی است که امروزه در مسائل اقتصادی و اجتماعی ما مورد توجه است. مؤلفه‌ی اصلی توسعه‌ی هر کشوری، جمعیت آن است. در هر کشوری اگر جمعیت جوان زیاد باشد، برنامه‌ریزی برای توسعه و تحقق شاخص‌های پیشرفت و رفاه آن راحت‌تر است. محور توسعه هم در کشورها معمولاً جمعیت جوان، پویا، بالنده و اهل کار و خلاقیت است و معمولاً این‌گونه جوامع، سرزنده و پویا هستند. اما کشورهایی که رشد جمعیت منفی دارند، یعنی زاد و ولد در آن‌ها کمتر از مرگ و میراست، اصطلاحاً می‌گویند که جمعیتشان رو به پیری و سالمندی می‌رود. مثل کشور آلمان که زاد و ولد در آن کم است و رشد جمعیتش منفی است و لذا مشکلات عدیده‌ای در مورد جمعیت سالم این کشور به وجود آمده است. در مقابل جمعیت جوان چند سال گذشته‌ی کشور ما یک فرصت بسیار خوبی بود که متأسفانه با عدم برنامه‌ریزی و جهت‌دهی لازم، این فرصت را به مثابه یک تهدید قلمداد کردند.



چرا باید منتظر پدیده‌ی «سالمندی» باشیم؟

اگر کشوری بخواهد به توسعه‌ی متوازن برسد، هرم جمعیتی‌اش باید توزیع متناسبی داشته باشد. به بیانی اگره ۴ درصد از کل جمعیت کشوری، تولیدکننده و جوان باشند، آن جامعه زنده و مولد است. اما اگر این ترکیب به هم بخورد، لازم است که برنامه‌ریزی‌های کشور را هم با انعطاف‌پذیری لازم، بر اساس همان هرم جمعیتی تغییر داد. کاهش رشد جمعیت به

معنی کاهش زاد و ولد و به معنی کم شدن جمعیت بین صفر تا ۱۴ ساله در کشور است. با این حال در چند سال آینده ما باید منتظر پدیده‌ی «سالمندی» باشیم. افزایش جمعیت تنها اگر با توسعه همراه باشد و زیرساخت‌های کشور نیز درست شود، منجر به رشد مطلوب خواهد شد.



علل حساسیت دشمن نسبت به فرزندآوری در ایران

بعضی از افراد خیلی بر این مسأله تأکید دارند که دشمنان می‌خواهند جمعیت ایران و مسلمانان کم شود. این عامل اول نیست، البته داده‌ی درستی است. ساموئل هانتینگتون می‌گوید: یکی از مشکلات ما در مقابل کشورهای مسلمان، زاد و ولد زیاد در این کشورها است؛ جنبش‌های اجتماعی را



آن‌ها به وجود می‌آورند. بنابراین تا چند سال دیگر کشورهای غربی اُفت جمعیتی خواهند داشت، این برای ما یک تهدید بزرگ است. اشاره می‌کند که تمدن اسلامی تمدنی است که چالش آن تا حدودی متفاوت از دیگر چالش‌هاست، زیرا این تمدن اساساً ریشه در نوعی پویایی جمعیت دارد. در ادامه می‌گوید: رشد بالای زاد و ولد که در اکثر کشورهای اسلامی شاهد آن هستیم، این چالش را متفاوت کرده است. امروزه بیش از ۲۰ درصد از جمعیت جهان اسلام را جمعیت بین ۱۵ تا ۲۵ سال تشکیل داده که خطر بزرگی برای اهداف کشورهای غربی به حساب می‌آید. ژاک شیراک می‌گوید: اروپا در حال محو شدن است و به زودی کشورهای ما خالی از جمعیت می‌شوند. بنابراین بعضی کشورها مثل کانادا به صورت جدی برای مهاجرت‌پذیری سرمایه‌گذاری کرده‌اند و از زاد و ولد حمایت می‌کنند.

متأسفانه در مورد پدیده فرزندآوری کج فهمی‌هایی صورت گرفته که به بررسی آن‌ها می‌پردازیم؛

- والدین برای خود زندگی کنند نه فرزندان
- نباید زن‌ها خانه‌نشین شوند اما...
- سخت گرفتن باعث پیشرفت می‌شود اما...

۱- والدین برای خود زندگی کنند نه فرزندان

یک کج‌فهمی در جامعه‌ی ایرانی به وجود آمده، اینکه والدین برای فرزندانشان زندگی می‌کنند نه برای خودشان! این مسئله باعث می‌شود که فرزندان وابسته تربیت شوند و



درخواست‌های بیش از حد داشته باشند، دین، روانشناسی و سایر علوم مرتبط هم این فرضیه و شرایط را تایید نمی‌کند. به عنوان مثال باید در حد توان جهیزیه فراهم کرد، وسایل ابتدایی برای شروع یک زندگی، حداقل‌هایی که دین نیز به آن تاکید کرده و از تکلف در این مسیر نهی کرده است. چرا خودتان را به دردسری اندازید؟ باید به آنچه که در حال حاضر در اختیار داریم قناعت کنیم، یک امر پسندیده و فرهنگی است. اما از آنجا که تبرج‌گرایی به وسیله صداوسیما و بعضاً زندگی مسئولین به نمایش گذاشته می‌شود، مردم نیز تمایل پیدا می‌کنند. برای درست شدن این مهم باید ساده زیستی را از همین دو منشا اصلی آغاز کرد.

۲- زن‌ها نباید خانه‌نشین شوند اما ...

در جامعه‌ی ما زن‌ها از جایگاه اصلی خودشان فاصله گرفته اند. مثلاً مادر نوزاد را با شیر خود تغذیه نمی‌کند یا اینکه بعد از زایمان تناسب و زیبایی اندام خود را از دست می‌دهد و عقیده دارند اگر زنی بخواهد در جامعه حضور داشته باشد و به فعالیت‌های شغلی و اجتماعی خود نیز پردازد باید با اندام مناسب حضور داشته باشد. متأسفانه امثال این تفکر باعث کاهش فرزندآوری می‌شود. خانم‌ها نباید خانه نشین بشوند اما باید تعادلی بین نقش



مادری و نقشی که قرار است در جامعه ایفا کنند بوجود بیائید، در غیراین صورت یک جانبه بودن فعالیت در هر کدام از این دو می تواند مسائل و مشکلات پی در پی به وجوبیاورد و به لحاظ اهمیتی که نقش مادری دارد می تواند یک خانواده را تحت الشعاع قرار بدهد.

۳- سخت گرفتن باعث پیشرفت می شود اما ...

خانواده ها نسبت به جوانان باید سهل گیری داشته باشند. یک جوان در آن واحد قادر نخواهد بود که به تحصیلات خود ادامه دهد، یک شغل مناسب پیدا کند، مهارت های لازم برای زندگی فردی و مشترک را کسب کند و ... بنابراین ازدواج یک فرایندی است برای رسیدن به این مسیرها در کنار یک فرد دیگر، یعنی یک زوج باید به کمک یکدیگر و تلاش هایی که می کنند به آنچه که می خواهند دست یابند.

بررسی آثار و فواید فرزندآوری در دانش تجربی

الف) آثار و فواید جسمانی

خانواده چند فرزندی، بیشتر از خانواده بدون فرزند و یا خانواده تک فرزندی از زندگی خود لذت می برد. داشتن فرزند موجب افزایش حافظه، کاهش فشار خون، بهره بیشتر از نعمت تعقل، افزایش اعتماد به نفس، شادی والدین، درک بهتر از زیبایی ها، کاهش سرطان مخصوصاً سرطان سینه برای زنان و بیماری های قلبی و بهتر شدن عملکرد مغز می شود. بدن

مادر برای تغذیه و پرورش کودک آمادگی‌های لازم را دارد، داشتن فرزند او را نسب به زندگی و آینده سرگرم و امیدوار می‌کند.

ب) آثار و فواید روحی - روان‌شناختی

۱) احساس دوست داشتن و دوست داشته شدن

خانواده بستری مناسب برای رشد، تربیت و حفظ فرزندان است و از آنجایی که خداوند متعال ذات آدمی را با محبت و احساسات آغشته کرده؛ فرزندآوری زمینه را برای دوست داشتن و محبوب بودن فراهم می‌کند، چراکه یکی از نیازهای اصلی فرزندان نیاز به دوست داشته شدن توسط والدین است و در کنار آن نیز والدین تمایل به حمایت از فرزندان در زندگی را دارند. زمانی را که والدین به تربیت فرزندان و ابراز محبت به آن‌ها اختصاص می‌دهند زمینه بسیاری از آسیب‌های اجتماعی را از بین می‌برد. در نتیجه وجود فرزند سالم در خانواده باعث امنیت روانی خانواده و به تبع آن امنیت روانی در سطح کل جامعه می‌گردد.

۲) عامل نشاط و سلامت روانی والدین

جامعه زمانی نشاط دارد که خانواده‌ها در محیطی سرشار از نشاط و آرامش قرار بگیرند. از جمله عوامل زیاد شدن نشاط در زندگی مشترک، فرزندآوری است. امام علی علیه السلام می‌فرمایند: «فرزند صالح گلی خوشبواز گل‌های خوشبوی



بهشت است»^۱؛ همان طور که گل های بهشتی باعث سرور و شادی اهل بهشت می شوند، داشتن فرزند صالح نیز می تواند چنین فضایی را برای والدین ایجاد کند. راسل تود می گوید، «فرزند موجب نشاط و شادمانی والدین می شود و گذراندن وقت با کودک و بازی با او یکی از بهترین لحظات زندگی والدین به شمار می آید.» منتقدان و کارشناسان غربی نیز به این مسئله باور دارند که باید به مسئله فرزندآوری و تربیت آنان اهمیت داد، زیرا اگر رشد جمعیت متوقف شود، همین جمعیت اندک تولیدکننده و مصرف کننده می شوند و از آنجایی که مدام مشغول به کار کردن هستند خستگی روح و جسم آن ها موجب دل مردگی و سردی نسبت به زندگی اشان می شود. مشکل اساسی از آنجا شروع می شود که این امر جامعه را نیز درگیر کرده و در نتیجه به مرگ تدریجی یک ملت منجر می شود. ویل دورانت می گوید: «ملاحظه کنید که زناشویی بدون فرزند پژمرده است و چگونه پس از آوردن فرزند شکفته می شود».

کودکان از زمان تولد و گاه از همان زمان که داخل رحم مادر هستند، موجب شادی و هیجان در خانواده می شوند. آن ها با افزایش نشاط در روابط همسران، سلامتی و بهداشت روانی آن ها را نیز تأمین می کنند.





همان‌گونه که تولد کودک موجب شادی پدر و مادر است، نگاه به چهره او و کارهای کودکانه‌اش نیز نشاط و سلامت روانی والدین را به همراه دارد. کلام ائمه علیهم‌السلام نیز نشان دهنده همین دل‌بستگی سالم به فرزندان است. از امام صادق علیه‌السلام سوال کردند: شیرین‌ترین چیز برای انسان چیست؟ فرمودند: “داشتن فرزند جوان” سپس پرسیدند: بدترین حالت برای انسان چیست؟ فرمودند: “از دست دادن فرزند” از آن جایی که همیشه در روایات و احادیث امامان اسرار نهفته‌ای وجود دارد؛ می‌توان نتیجه‌گیری کرد که، داشتن فرزند نعمت عظیمی در زندگی است و در واقع فرزند با آمدن خود احساس شغف، شادی و امنیت را به خانواده منتقل می‌کند.

۳) رشد شخصیت

شخصیت افراد در چند مرحله از زندگی شکل می‌گیرد، دوره کودکی که از والدین خود الگو می‌گیرند. دوره نوجوانی که شخصیت آن‌ها با تاثیرپذیری از هم سالان، اطرافیان و از همه مهم‌تر حضور در اجتماع شکل می‌گیرد. دوره بعد در واقع خود فرد مستقل شده و ابراز وجود می‌کند در نتیجه برای تکمیل ظرفیت‌های درونی خود به تربیت فرزندان خود می‌پردازد و در نهایت دوره کهنسالی، که ماحصل آن تربیت فرزندان است برای شکل‌گیری زندگی بهتر. وجود تجربه فرزندپروری، مجموعه کاملی از ارزش‌ها را به ساختار شخصیت والدین اضافه می‌کند. معمولاً این‌گونه تصور می‌شود که تغییرات عمده ساختار شخصیت در طول نوجوانی روی می‌دهد؛ اما

تحقیقات نشان می‌دهد که تغییرات بسیار شخصی نه در طول نوجوانی، بلکه در انتهای آن رخ می‌دهد؛ یعنی زمانی که بیشتر مردم در نهایت دچار تغییرات نقش می‌شوند و به اشتغال و ایفای نقش والدینی مشغول می‌شوند.



۴) حس مفید بودن و ارزش مندی

افراد نیازمند شکوفایی هستند تا به خودباوری برسند. و با توجه به آنکه

خداوند متعال، قابلیت فرزندآوری را به مردان و زنان داده است، اگر آن‌ها به هر دلیلی از این قابلیت بهره‌مند نشوند در خود احساس سرخوردگی کرده و به آرامشی که باید نمی‌رسند. مگر اینکه باوری به این قبیل مسائل نداشته و تفکراتی هم چون فمینیست، مارکسیست و سکولار داشته باشند. امام سجاد علیه السلام می‌فرمایند: ”باید بدانی که او (فرزند) از تو و ثمره وجود توست.“ با توجه به تجربه اکثر مردم، داشتن ثمره نیکو، عامل دل‌گرمی و احساس شادکامی و نشاط می‌شود، بنابراین مادر باید فرزنددی داشته باشد تا از ثمره وجود خود به آن ببخشید و از آن مهم‌تر حس مفید بودن بکند.

۵) امید به آینده

با ورود اولین فرزند به کانون خانواده و وجود گرمابخش او، دایره امیدها و آرمان‌های والدین افزایش می‌یابد. همچنان که





فرزند در مقابل چشمان والدین رشد می‌کند و شکوفایی می‌شود، بذرهایی امید نیز در وجود والدین جوانه می‌زند و آرزوهای نوین، منشأ حرکت و تلاش آن‌ها برای تداوم حیات می‌گردد. فرزندان که صحیح تربیت می‌شوند، علاوه بر آنکه در مسیر مناسب و درست زندگی قرار می‌گیرند و باعث افتخار پدر و مادر می‌شوند در زندگی آینده آنان نیز نقش مؤثری دارند و از آنان حمایت می‌کنند. چنین فرزندان در سال‌های پیری و سالمندی پدر و مادر، از آنان دستگیری می‌نمایند و آن‌ها را تنها نمی‌گذارند؛ حال آنکه کسانی که فرزند ندارند، معمولاً در دوران کهولت از احساس تنهایی رنج می‌برند.

۶) استحکام خانواده

والدین به لحاظ ایجاد شبکه ارتباطی جدید پس از تولد فرزند، جاذبه‌ها، دل‌مشغولی‌ها و سرگرمی‌های تازه‌ای را تجربه می‌کنند که مرکز ثقل آن فرزند است و مشاهده ناتوانی‌های نوزاد، حس مسئولیت و شفقت را در والدین برمی‌انگیزد تا با کمک یکدیگر، همه توان خویش را برای حمایت از او به کار گیرند.

با توجه به نتایج تحقیقات و مطالعات، یکی از علت‌های طلاق زوجین، نداشتن فرزند است. فرزند - به ویژه فرزند خردسال - به منزله پیوند بین



پدر و مادر است؛ از این رو بی‌فرزندى باعث تزلزل خانواده می‌شود؛ چرا که زندگى کم‌کم عادی می‌گردد و مشکلات نمایان‌تر می‌شود و در نتیجه علاقه همسران به زندگى مشترک کم خواهد شد.

۷) پویایی خانواده

یکی از عوامل پایداری زندگى، داشتن تنوع در برنامه‌هاى زندگى است و در مقابل آن یکنواختی موجب سرخوردگى و تضعیف مناسبات رفتارى بین اعضاى خانواده می‌گردد. تولد فرزند جدید، فرصتى برای تنوع بخشیدن به زندگى و رهایی از دل‌تنگى است. همان‌گونه که مشاهده رویش گل‌ها و گیاهان، حس حرکت و بالندگى را در آدمى بیدار می‌کند، تماشای صحنه‌هاى دلپذیر رشد کودکان، والدین را به وجد می‌آورد و موجب پویایی و انگیزش آنان می‌شود. اضافه شدن فرزند به جمع خانواده، شتاب خاصی به آهنگ زندگى می‌بخشد.

۸) گسترش تعاملات و ارتباطات

خانواده ابتدا متشکل از زن و شوهر می‌باشد و روابط آن‌ها نیز در محدوده خاصی است که اصطلاحاً از آن به رابطه خطی زن و شوهر تعبیر می‌شود. با تولد اولین فرزند، باب جدیدی در روابط انسانی خانواده گشوده شده، رابطه‌ای غیرخطی (مثلثی) میان پدر و مادر و فرزند ایجاد می‌شود. این گسترش

رابطه، علاوه بر تغییر کمی، سبب تغییر کیفی رابطه آن‌ها نیز می‌شود و ارتباطات جدید آکنده از دل بستگی‌ها و تعلقات خاص خواهد بود. شاید آمدن فرزند به جمع خانواده در ابتدا باعث شود زن و شوهر در رفتن به برخی محافل دچار محدودیت شوند؛ اما همین تازه وارد باعث می‌شود دوستان خانوادگی جدیدی پیدا کنند. همچنین وجود کودک، توجه دیگران به خانواده او را نیز در پی خواهد داشت و در نتیجه از حمایت اجتماعی بیشتری بهره‌مند خواهند شد که همین امر در افزایش سلامت خانواده مؤثر است. کودکان به پدر و مادر اعتبار بخشیده، آنان را از تنهایی نجات می‌دهند. فرزندان با حضور خود، وضعیت بزرگسالان، به خصوص زنان را تأیید می‌کنند و به آنان هویت اجتماعی می‌بخشند. آن‌ها والدین خود را از طریق فعالیت‌هایشان در مدرسه و مراکز تفریحی سالم و محیط همسایگی با جامعه پیوند می‌دهند. آن‌ها با توجه



به اصول اجتماعی شدن، شایستگی و صلاحیت والدین را افزایش می‌دهند و آنان را به مرز خودکفایی می‌رسانند. چون والدین بیش از افراد بی‌فرزند دارای تأیید اجتماعی هستند، کودکان علاوه بر کسب شخصیت، بر اعمال نفوذ والدین نیز می‌افزایند. بنابراین فرزندآوری یک جنبه کلیدی برای اجتماعی شدن اکثریت مردم در همه فرهنگ‌ها است.

مبانی و ضروریات قابل توجه در برنامه‌ها و فعالیت‌های کنشگری جمعیت

الف) کنشگری جمعیت، بازیگران و ابعاد آن

مجموعه تلاش‌ها و فعالیت‌های ضروری در راستای افزایش جمعیت در کشور در حوزه بازیگران آن، توسط حاکمیت و مردم اجرامی شود. نهادهای حاکمیتی فرهنگی و اجتماعی بر اساس وظایف خود طبق قانون اساسی در این حوزه سیاست گذاری، برنامه‌ریزی و اجرای آن را بر عهده دارند. در حوزه مردمی فعالان حقوقی و حقیقی مردمی (افراد و مؤسسات) در ابعاد مختلف با توجه به اهداف شخصی یا اجتماعی به این موضوع می‌پردازند و بر اساس تخصص‌ها و دغدغه خود در این موضوع فعال هستند.

به طور کلی مجموعه فعالیت‌های ناظر به افزایش جمعیت را می‌توان در موضوعات زیر دانست:

ترویج؛ ترویج و تبیین مفاهیم و ضروریات این موضوع،

- رسانه (تولید محصولات رسانه)
- تبلیغات چهره به چهره و تبلیغ سنتی (منبر، خطابه، سخنرانی، گفتگو با مردم و...)
- تبلیغات شهری





• رسانه ملی

• فضای مجازی

• جشنواره‌ها، همایش‌های میدانی، علمی و ..

تسهیلات در بخش‌های تغذیه، بهداشت، درمان، اشتغال، مسکن و معیشت (به عنوان نیازهای خانواده‌ها و توانبخشی به خانواده در افزایش مولید و پرورش فرزند)

• تسهیلات حاکمیتی به صورت کمک‌های

بلاعوض، بن، ...

• بیمه‌های درمانی، عمر و ...

• کمک‌های خیرین مردمی و خیریه‌هایی که در این

زمینه فعال هستند

بخش اول ناظر به انگیزش درونی و اقناع اندیشه و فهم مردم است که با ابزارها و روش‌های تبلیغاتی مختلف این مهم انجام می‌شود. تبلیغ سنتی که تاکنون ناظر به تبلیغ صرف دینی بوده است به عنوان بازوی مهمی در انتشار پیام جمعیت و اقناع چهره به چهره است. در کنار آن فضای مجازی افسار گسیخته که می‌تواند کنترل شده و منبع و نمایشی گسترده از پیام‌های جمعیت باشد. بهره‌گیری از ظرفیت رسانه ملی و تولید محصولات مناسب و متناسب رسانه‌ای ناظر به اقشار، نیازها و اولویت‌های مهم است.

بخش دوم ناظر به انگیزش بیرونی و توانبخشی به

خانواده‌ها برای یافتن توان مالی و نیازهای مادی برای این موضوع است. با توجه به مسال معیشتی و اقتصادی جامعه



اقتناع و انگیزش درونی، مهم‌ترین اولویت و تأثیرگذارترین برنامه و فعالیت در ترویج فرزندآوری است

در دهه‌ی اخیر، یکی از اولویت‌های مهم این موضوع است. نقش‌های اثرگذار در جمعیت (جامعه هدف)؛ در موضوع جمعیت نقش‌های اثرگذار به عنوان جامعه هدف شامل مادر، پدر، فرزندان، خانواده و بزرگان و خویشاوندان می‌شود که هر کدام از آن‌ها دارای نقشی در فرزندآوری و فرزندخواهی هستند به همین سبب مطالبه و کنشگری هر کدام از آن‌ها تأثیری مستقیم در فرزندآوری یا فرزندخواهی در خانواده دارد که می‌توان بر روی این موضوع برنامه‌ریزی کرد. مادر به عنوان نقش اصلی و پدر به عنوان نقش تأمین نیازها و ضروریات فرزند مهم‌ترین نقش‌ها را دارند. فرزند مطالبه‌گر و والدین مشوق نیز تأثیر بسزایی در این موضوع دارند.





برنامه‌ها باید ناظر به حضور مردم در میدان و تلاش مردم برای گسترش فرزندخواهی در جامعه باشد



ب) نقش مردم

توجه به نقش و جایگاه مردم در حل مسائل خرد و کلان کشور یکی از مبانی اصلی و مهم در اسلام و انقلاب است و حضور مردمی در میدان عمل به دموکراسی اسلامی معنا می‌بخشد. قدرت و توان مردم به صورت هم‌افزا در حل مسائل کشور سرعت بخشیده و جامعیت لازم را به اداره امور در سطح جامعه می‌بخشد.

تمرکز بر فعالیت‌های حاکمیتی و افزایش آن‌ها در سطح جامعه، با بزرگ شدن حاکمیت، افزایش هزینه‌ها و ایجاد شبهاتی بواسطه این انحصار می‌شود. در مسأله‌ی جمعیت نیز این موضوع ضروری است و با توجه به بحرانی شدن کاهش رشد جمعیت در کشور، حضور مردم در میدان اثرگذاری در راستای افزایش جمعیت کشور امری مهم است و این حاکمیت است که باید مقدمات حضور و پشتیبانی از مردم در این موضوع را فراهم کند. دستگاه‌های مختلف حاکمیتی به فراخور وظایف خود مقدمات ورود مردم به مسائل را مهیا کنند.

حضور مردم در کنشگری جمعیت سبب می‌شود پیام جمعیت و بحران پیش رو و وظایف هرکسی (از ازدواج جوانان تا فرزندآوری و کمک به خانواده‌های فرزنددار در امور معیشت



و تربیت و امثال آن) از زبان مردم و از جنس کمک دوستانه و هم‌نوع و هم‌جنس به آن‌ها منتقل شود و انتشار موضوع جمعیت در بین مردم، اثرگذاری آن را افزایش می‌دهد.

متخصصین مردمی در بخش‌های مختلف می‌توانند به انتقال ضروریات به مردم کمک کنند. پشتیبانی از نیازهای خانواده و افراد مرتبط با فرزند در ابعاد مختلف فکری، روحی، علمی و مهارتی و مالی و اقتصادی از جمله موافقی است که مردم و اقشار مختلف مردمی می‌توانند در آن زمینه‌ها با موفقیت ایفای نقش کنند.



حضور مردم در حل مسائل خصوصاً ترویج جمعیت و فرزندآوری آثار شگفتی را رقم می‌زند؛ برنامه‌ها باید ناظر به استفاده از ظرفیت مردم باشد.



چ (موانع و اسباب تضعیف جمعیت و توجه به فرزندآوری

بحران پیش‌روی کشور که نتیجه‌ی کیفیت تغییرات جمعیت است، ناشی از علل و اسباب مختلفی است چه موانعی که با رسانه و تبلیغات در فهم و اندیشه اثرگذار است و چه موانعی که قوانین در راستای عدم حمایت قرار داده شده است: همچون غربالگری دو مرحله‌ای، عدم کنترل سقط افسارگسیخته بدون تبیین ابعاد آن برای مردم و ...

برخی از موانع مؤثر در ایجاد مسأله‌ی جمعیت در



آسیب‌شناسی اولیه:

• کاهش ازدواج جوانان و گرایش به فردگرایی در جامعه

• کاهش توان شکل‌گیری خانواده

• مشکل تسهیل در ازدواج جوانان

• کاهش ازدواج‌های موفق

• یکی از دلایل اینکه فرزندآوری کاهش یافته است مادران شاغل است که وقت برای کنار فرزندان ماندن کاهش پیدا یافته است. خانواده‌های تک والد در کشور رو به افزایش است!

• تغذیه ناسالم خانواده‌ها و دوری از اصلاح مزاج

• ترویج فرهنگ‌های غلطِ نگهداری جوان به تبعیت

از گذشته‌ی غرب به جای تبلیغ در موضوع فرزندآوری

• بوجود آمدن فرهنگ‌ها، سنت‌ها و رسوم غلط و

رویایی برای ازدواج که مانع تشکیل خانواده چارچوب



مشخص شده است

• رواج یافتن تفکری مبنی بر ناکام ماندن از آزوهای

فردی در صورت داشتن فرزند

• باید طرح جامع جمعیت و تعالی خانواده که توسط

مجلس تصویب شد و در دولت نهم، دهم، یازدهم و

دوازدهم انجام نشده، با تمام قدرت قابلیت اجرایی

پیدا کند. در حالی که این طرح بین کمیسیون ها و

هیئت رئیسه مجلس رد و بدل شده و نهایتاً مجلس

به پایان رسید و آن طرح همچنان مانده است

به طور کلی موانع ازدواج در دو بخش «انگیزه» و «شرایط

لازم برای آن» تقسیم می شود. تبلیغات گسترده در راستای

کاهش فرزند انگیزه را تحت تأثیر قرار داده است و شرایط اولیه

برای تشکیل خانواده و فرزندآوری و مسائل مالی و توانایی

مورد نیاز برای رشد فرزند نیز از پیش نیازهای مهمی است که

در این روزهای ایران افکار عموم را به تلاطم انداخته است.

د) اصول اولویت دار و مبنایی در اتخاذ برنامه های کنشگری جمعیت

در ترویج مسأله ی جمعیت و ضروریات همراه با آن

(تشویق ها، تبیین تهدیدها، ارائه حمایت ها و ...) باید به

مبنای و ارکان مهمی توجه کرد که برآیند کار را بهبود بخشیده

و سرعت رسیدن به هدف را افزایش می دهد.





آنچه باید در تلاش‌ها و فعالیت‌های خود مورد توجه

قرار دهیم



۱- کنشگر مردمی با مخاطب مردمی؛ تکیه بر توان و جایگاه مردم

سنخیت کنشگر ترویج فرزندآوری و جامعه هدف

اولین و مهم‌ترین مبنا و رکن در کنشگری و ترویج جمعیت، استفاده از مردم و زبان مردم و بلکه خدمات‌دهی از دریچه‌ی مردمی به جامعه هدف است. ورود حاکمیت در این مسأله همچون موضوعات دیگر اولاً جوابگوی جامعه هدف نیست، ثانیاً پوشش دهنده‌ی تمام نیازها و تفاوت‌های مخاطب نیست، ثالثاً هزینه‌های مالی و محتوایی را در عرصه ترویج جمعیت و فرزندآوری بسیار افزایش خواهد داد. بنا بر این تکیه بر مردم و فعالسازی مردم برای این موضوع با توجه اینکه در موقعیتهای مختلف و در ارتباط با اقشار مختلف مردمی پیام جمعیت و ضروریات آن ترویج می‌شود، اثرگذاری بیشینه‌ای را در پی خواهد داشت.

۲- توجه به تفاوت اقشار و تأثیر نیازها و دغدغه‌های آن‌ها در ترویج موضوع جمعیت

توجه به جایگاه جامعه هدف با انواع و اقشار مختلف خود و نقشی که در اجتماع دارند، یکی از ضرورت‌های تبلیغی و ترویجی است. توجه به اقشار مختلف در سبک‌ها و محتوای

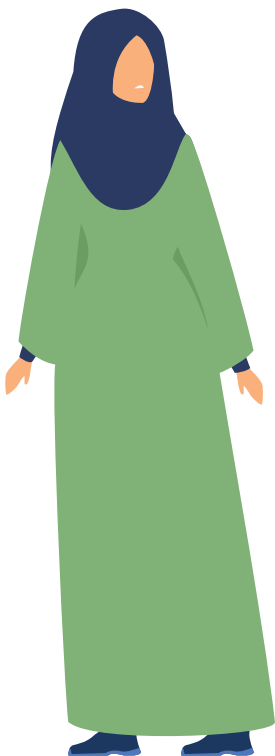


ترویجی و حمایتی از جامعه هدف اثرگذار خواهد بود. به این صورت که با توجه به مشاغل گوناگون، دغدغه های گوناگون افراد در مناطق مختلف و ... محصولات رسانه و حمایت های متناسبی ارائه شود.

۳- جایگاه زن

یکی از مسائل مهم در عرصه ترویج موضوع جمعیت، توجه به هویت ها و نقش های افراد مختلف در جامعه هدف است بلکه باید به این موضوع توجه کرد که بیشترین زحمات را در این مسیر کدام یک از افراد بازیگر در این عرصه متحمل می شوند. بر این اساس:

- الگو بودن تفکرات مردانه در این زمینه به حداقل برسد و زنان خودشان در این زمینه وارد میدان شوند
- کنشگری زنانه باشد
- زنان در صورت داشتن شرایط فرزندآوری، بچه دار شوند و در صورت نداشتن شرایط فرزندآوری، در د توان کمک خرج خانواده های بچه دار باشند (یا در



تربیت و... کمک کنند)

• در محله‌ها عده‌ای، خیریه‌های کمک به خانواده‌های مولد راه‌اندازی کنند تا زوج‌ها و خانواده‌های تک‌فرزند از نظر اقتصادی و تأمین پوشک و لوازم مورد نیاز یک نوزاد، خیال‌آمنی داشته باشند.

۴- هویت زن

هویت زن باید دوباره تعریف شود

زن همیشه در کنار خانواده و یا شوهر تعریف شده؛ هیچگاه تعریف مستقلی از زن شکل نگرفته و گاهی دچار بی‌هویتی است. یعنی فکر می‌کند اگر مادر نباشد دیگر نمی‌تواند هیچ چیز دیگری باشد و به صورت مستقل هویت و جایگاه و نقش خویش را نمی‌داند



۵- شناخت و فهم ارزش و اهمیت موضوع

فرزندآوری و جوان‌سازی جمعیت

۶- مراقبت اجتماعی و توجه به وظایف اجتماعی و

افزایش ارتباطات

مراقبت اجتماعی را تقویت کنیم؛ یکی از مؤلفه‌های مهم در ترویج موضوع جمعیت و بلکه برنامه‌ریزی برای این موضوع در جالی که بنا بر بازگیری مردم در این زمینه باشد، توجه به



تقویت ارتباطات و اثرگذاری افراد جامعه به عنوان یک هدف است. این امر مبتنی بر مراقبت اجتماعی و دغدغه مند بودن نسبت به دیگران در محیط اطراف است به طوری که نقش همه افراد در آن تعریف شود.

۱. اهمیت به هم نوع در رابطه‌های اجتماعی، همسایگی، فامیلی

۲. میان افراد جامعه اعتماد شکل بگیرد

۳. اهمیت موضوع مراقبت اجتماعی کم‌رنگ شده است و اهمیت آن باید دوباره تعریف شود و مردم حامی یکدیگر باشند. (ایرانیان به گونه‌ای ذاتی و فطرتاً از کمک به هم‌نوع خود انرژی می‌گیرند و این مطلب در این چند سال کم‌رنگ شده که باید دوباره توسط کنشگری مردمی فعال شوند)

۴. جامعه ایرانی به سمت مصرف‌گرایی کشیده شده است و نوآوری را از دست داده است لذا باید این سوال برای مردم ایجاد شود که آیا دوست دارند در سرنوشت خود شریک باشند یا آن را به دست حکومت و دولت خود بسپارند

۵. باید بتوانیم برای هر شهروند مأموریتی تعریف کنیم اعم از مجرد و متأهل، پیر و جوان و ...؛ همه



باید در این امر شریک باشند
۶. مراقبت همه جانبه و از همه اقشار بدون تبعیض

شکل بگیرد

۷. توجه افراد به سلامت روانی یکدیگر و توجه خانواده‌ها به مادران و پدران مولد و اهمیت سلامت همه جانبه‌ی آن‌ها

۷- تعادل نگاه صفر و یکی به زنانگی

زن‌ها غالباً آنقدر به خود توجه می‌کنند که دیگران، وظیفه و حتی جایگاه خویش و مسئولیت اجتماعی خود را فراموش می‌کنند و یا آنقدر خود را وقف خانواده و دیگران می‌کنند که خود را فراموش کرده و فرسوده می‌سازند.

این نگاه صفر و یکی باید متعادل شود. هر فرد باید در کنار توجهات اجتماعی به علایق فردی خود پردازد تا بتواند انرژی لازم برای مفید بودن و موفقیت‌های لازم را بدست آورد.

ها) اصول و ضروریاتی که در کنشگری جمعیت باید به آن توجه کنیم!

طراحی برنامه برای گنشگری مردم در زمینه جمعیت و اصلاح رویکردهای حاکمیتی در این راستا با توجه به پیشینه‌ی ترویج جمعیت و دیگر مسائل مرتبط با آن، نیازمند توجه به اصول و ضروریاتی است که توجه مبلغات و مبلغان و فعالان این عرصه را لازم دارد و با تغییر برخی از نگرش‌ها در این زمینه



باید به مسأله ورود کنیم؛ از جمله:

- برای نتیجه‌گیری باید انگیزه‌ها و انگاره‌های تشویقی جایگزین شود (به جای سیاسی بودن به خانواده‌محور بودن تکیه شود و در این زمینه تشویق صورت گیرد)
- در برنامه‌ریزی و فعالیت کنشگری، برش سنی داشته باشیم و برای هر سنی انگیزه و فعالیتی جدا تعریف کنیم
- باید خانواده هسته‌ی کنشگر باشد و خودش مشکلات را پیدا و حل کند (هویت خانوادگی تعریف شود)

۳۷

- نگاه خانواده‌محور بشود؛ اگر حمایت، تشویق و برنامه‌ای از سمت دولت یا فعالان مردمی باشد ناظر به کل خانواده تعریف شود و دفاع از اصل خانواده مقدم بردفاع از سیاست‌ها باشد.
- خانواده نقش‌آفرینی و حل مسئله کند (برای حضور و نقش‌آفرینی خانواده‌ها شرایط و برنامه تمهید شود)
- شبکه‌سازی برای اقشار مختلف صورت بگیرد (اقشار مختلف در کنار یکدیگر تعامل داشته باشند؛ در سطح‌های مختلف محله، هم‌صنف، منطقه، شهر و...)
- تدوین الگوی سبک زندگی و ترویج آن به ویژه فعالیت‌های اجتماعی-آموزشی و اشتغال زنان متناسب با معیارهای اسلامی به منظور ایفای هر چه کامل‌تر نقش مادری و همسری





• برنامه‌ریزی و فرهنگ‌سازی در تسهیل ازدواج - کاهش سن ازدواج و استحکام خانواده

• ایجاد تسهیلات برای بانوان شاغل دارای بیش از دو فرزند

• ما نیز دو راهبرد را که بسیاری از کشورهای دنیا در مواجهه با چالش‌های جمعیتی و کاهش فرزندآوری پیش گرفته‌اند به کار بگیریم راهبرد حمایت اقتصادی از خانواده

• راهبرد ارزش‌گذاری برای فرزندآوری: در واقع فرزندآوری باید تبدیل به یک ارزش اجتماعی و فرهنگی عمومی تبدیل شود. این دو راهبرد و تجربه جهانی در کشور ما؛ ما به ازا دارد و می‌توانیم این راهبردها را تدوین کنیم و در دستور کار قرار دهیم

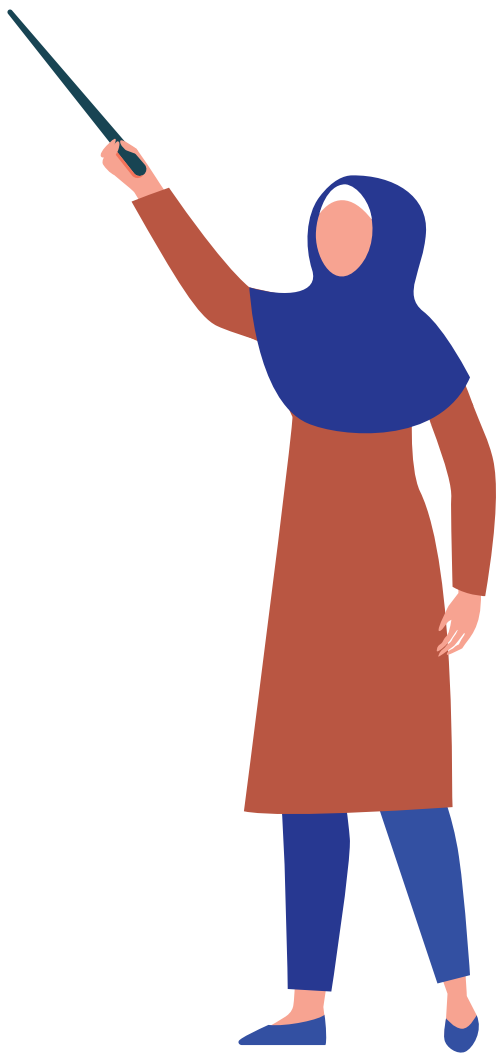
• باید همه اقشار از مسئولان نسبت به اجرای سیاست کلی جمعیت را مطالبه کنند با توجه به این که در پایان سال ۱۳۹۸ نرخ رشد جمعیت کشور برای نخستین بار به زیر یک درصد رسیده است و این هشدار است. همه پژوهشگران، مردم و نخبگان باید از قوای سه‌گانه و مجمع تشخیص که مخاطب ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت بودند این مطالبه را بخواهند

• پیشگیری از تفکر فردگرایی: فردگرایی ذات مدرنیته است که موجب کوچک کردن خانواده و فرار از جمع‌گرایی شده و تغییر سبک زندگی را به دنبال داشته

است. تغییر سبک زندگی مؤلفه های زیادی دارد و یکی از مهم ترین آن ها کاهش جمعیت است.

- بکارگیری تمهیدات و سیاست های حمایتی از سازندگان و برنامه ریزان برنامه های ترویج فرزندپروری و فرزندآوری از قبیل دادن وام، کمک هزینه، تشویقی ها و ...





ایده‌های کنشگری و ترویج جمعیت

جامعه امروز ایرانی، ظرفیت‌های عظیمی در موضوعات مختلف اقتصادی، تبلیغی، دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ... دارد و استفاده از مجموع ظرفیت‌های موجود در راستای تغییر در موضوع جمعیت اولویت اول است؛ چه ظرفیت‌های بالفعل و چه ظرفیت‌های بالقوه. استفاده از ظرفیتها در کشور به حد قابل قبولی نیست با این حال موضوع مهم برنامه داشتن برای استفاده از ظرفیت‌های نهفته و خاموش است. کنشگری مردمی جمعیت یکی از اموری است که بخشی از ظرفیت‌های مردمی و بالقوه را در راستای تحریک و تحرک در مسأله جمعیت احیا خواهد کرد.

ترویج جمعیت و کنشگری در راستای افزایش اقبال عمومی به این موضوع نیازمند راهبردهایی دقیق و کامل در موضوعات مختلف است که همه جوانب ذهنی و فکری و نیازهای اقتصادی و معیشت و ضروریات اولیه برای خانواده‌ها در راستای توان فرزندآوری و پرورش وی را داشته باشد.

به طور کلی افزایش جمعیت نیازمند انگیزش بیرونی





شامل تسهیلات ضروری برای اداره زندگی و فرزندان و امثال آن است؛ اما مسأله مهم تر انگیزش درونی مردم است که قطعاً این مهم به دست حاکمیت کمتر امکان پذیر است زیرا ابزارهای انگیزش حمایتی همچون صدا و سیما ملی توسط اقشار هدف، کمتر مورد توجه است و حضور تبلیغاتی حاکمیت در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی مقبول نیست لذا برای این موضوع باید کنشگری جمعیت به عنوان یک امر مهم مورد توجه باشد و ترجیحاً تلاشی برای استفاده از مردم در این موضوع بشود.

برای این موضوع باید دست مردم را در فعالیت های تبلیغی و تبیینی پرنگه داریم و ایده های مختلف را به سمع و نظر آن ها برسانیم. اندیشه مردم به ضرورت این موضوع آگاه شود و در موقعیت های مختلف نقش احیاگری تشویقی و انگیزه بخشی به جمعیت را تشخیص داده و اقدام کند. بر همین اساس هدف از این نگاشت پیرامون کنشگری جمعیت، تقویت مردم در کنشگری جمعیت است که مبتنی بر در اختیار قرار دادن ایده های متعدد برای مردم با توجه به شرایط مختلف است.

الف) نقش حاکمیت در مسأله جمعیت

نهادها و سازمانهای حاکمیتی که در موضوعات مختلف فعالیت دارند، به تناسب اهداف و برنامه های خود نقشی در موضوع خانواده و جمعیت برعهده دارند. با این حال در هر

زمینه برنامه‌های متعددی می‌تواند قرار بگیرد!

۱- رسانه و تبلیغات

• گسترش تبلیغات رسانه‌ای و فرهنگ‌سازی
برای نسل‌های آینده از طریق رسانه‌های جمعی و
بیلبوردهای شهری

• ایجاد تغییرات در فضای شهری و تبلیغات
بصری عمومی

« دیوارنویسی و نقاشی‌های دیواری با تکیه بر
استعاره‌های طراحی شده (فراخوان - مسابقه)
« طراحی «صندلی زوجین»، «صندلی مامان
بابا» در پارک‌ها با نمادها و القائات هنرمندانه

۴۳



۱. با توجه به اینکه فعالیت‌های زیر به عنوان راهبردهایی در زمینه‌ی تبیین
نقشی بهتر برای حاکمیت است اما مبلغات و مبلغان و فعالان جمعیت با الهام
و اجرای ایده‌ها و کنش‌های ناظر به نقش حاکمیتی در سطح کوچکتر، می‌توانند
تفاوت بزرگی را رقم بزنند.





محبت آفرینی بین زوجین و فرزندآوری
 « طراحی آماری (آمارها به صورت واضح و
 گل درشت بدون عنوان کردن خطراتش) روی
 ناوگان اتوبوسرانی
 « استفاده از المان‌های خانواده پرجمعیت
 در بخش وسائل بازی کودکان (فراخوان برای
 طراحی بهترین المان‌ها)
 ه اصلاح رویکرد و محوریت برنامه‌های رسانه ملی
 و رسانه‌های غیررسمی (جلسات بین سازمانی با
 مدیران صدا و سیما، استانی و پیشنهاد برنامه‌ها
 جهت ارائه به سازمان به عنوان نمونه موفق)
 « مسابقه‌های مروج فرزندآوری با اتکاء به
 افزایش مهر و محبت میان زوجین
 « ورود کارشناسان حوزه جمعیت در برنامه‌های
 گفتگو محور و پربازدید
 « طراحی رویداد برای مجموعه‌های پرمخاطب
 مردمی با نام استعاره‌ها و به صورت جداگانه
 هر مجموعه یک یا دو استعاره
 « ورود موضوع خواهر و برادر خواهی در
 برنامه‌های کودک با شعاری خاص و قابل
 نشر (کوتاه، مفهومی، هنرمندانه و قابل فهم
 عمومی و برانگیزاننده) مثل «بهترین هدیه
 برام داداشه» یا «بهترین کادوم آبجیه» که به
 سرودهای کودکان هم وارد شود (شعرهای با

این کلید واژه ها)

« برگزاری جشنواره های هنری مردمی در قالب های مختلف با نام استعاره ها
« دعوت از مسئولین شهری در برنامه هایی مثل «در شهر» و مطالبه برنامه و قوانین تشویقی و تسهیلی رشد جمعیت
« برنامه های کارشناسی «درخانه» حضور در منزل خانواده های پر جمعیت و کم جمعیت و زندگی با آن ها و ثبت اتفاقات خوش آیند و سخت (میشه این کار با تصویر برداری خانواده ها و بدون حضور فرد غیر خانواده باشه)

- استعاره ای که ساخته شده است می تواند در قالب های انیمیشن، کاریکاتور، فیلم کوتاه، پوستر، تیزرهای تبلیغاتی و طنز، عروسک و ... بکار روند.
- در جهت تسهیل پروسه ی تربیت فرزند (فرزند پروری) باید برنامه های تلویزیونی و ... با محتوای تربیتی با بیان کارشناسی و تجربه های زیستی زنان و مردان صاحب فرزند به مخاطبین ارائه شود.
- مستندسازی (سیر تاریخی رشد جمعیت در ایران و سایر جوامع) و اهداف پشت پرده با اسناد و مدارک
- کمک گرفتن از استندآپ کمدی برای ترغیب این مسأله
- استفاده از ظرفیت فضای مجازی برای ارائه ی الگو



و حتی الگوسازی خانواده‌های موفق و خوشحال و
خوش جمعیت

• تبلیغات فرزندآوری و... در سطح رسانه‌ها (پیام‌های
بازرگانی و...)

• تبلیغ روی وسایل، در سطح شهر، دیوارهای تبلیغاتی
و...

• پوشش خبری موفقیت خانواده‌های پرجمعیت

• مصاحبه و نشان دادن دوره‌می‌های خانوادگی

• مسابقه‌های خانوادگی در رسانه‌ها (پدر و فرزندان،
مادر و فرزندان مثل کودک شو و...)

• تصویرسازی کتب درسی دانش‌آموزان و کتاب‌های
قصه و بازی‌های رایانه‌ای

• استعاره‌سازی جایگزین شدن ربات‌ها و حیوانات
به جای انسان‌ها و اتفاقات بدی که به دنبال آن
خواهد داشت

• دعوت از الگوهای موفق جهت ساختن برنامه

• ساخت برنامه‌های مناظره‌ای

• در تلویزیون با حضور زوجین و
یک راهنما و مشاور

• ساخت مستند از الگوی
خانواده موفق

• مستندسازی تجربیات زنان

• موفق در سطح‌های مختلف

• علمی در مورد فرزندآوری و یا



عدم آن که باعث ارائه الگوهای متعدد به جامعه ی زنان متدین می شود.

۱-۱- تبلیغ سنتی و گفتگو و محتوای تبلیغات و گفتگوها

- اطلاع رسانی به مردم در مورد آینده جمعیت ایران و چالش ها و مشکلات آینده، کاهش عوامل ناباروری
- تغییر دادن طرز فکر افراد شهر نشین با استفاده از رسانه ها و فرهنگ سازی
- فهماندن حسنات موضوع افزایش جمعیت برای خانواده، شهر و کشور از هر لحاظ و تأثیر آن در آینده
- بیان روایات و اهمیت فرزندآوری و تربیت فرزند در جمع بانوان و تشویق و ترغیب به فرزندآوری و انگیزه سازی عمیق برای افزایش جمعیت
- تهیه محتوا و ارسال پیام های مختلف با مضمون اهمیت فرزندآوری به صورت مستمر در طول سال



- تبیین آثار و مضرات کاهش جمعیت از طریق صدا و سیما و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی
- افزایش فعالیت‌های رسانه در قالب انیمیشن، پادکست و موشن گرافی
- تبیین احکام فقهی سقط جنین

۲-۱- پشتیبانی و برنامه‌ریزی رسانه

- ابلاغ سیاست‌های افزایش فرزند در تولیدات رسانه‌ای و حمایت مالی از تولیدات رسانه‌ای مردمی در راستای افزایش جمعیت
- تأمین منافع صاحبان رسانه با اختصاص مساعده و تسهیلات مالی و امتیازهایی به آن‌ها که در جهت افزایش جمعیت کار می‌کنند.
- ترسیم آینده‌ای (روشن) معقول و منطقی برای داشتن فرزندآوری در رسانه‌ها
- رسانه باید نگاه جامعه و نخبگان را نگاهی مثبت و تحسین آمیز به خانواده‌های خوش جمعیت قرار دهد و از نگاه منفی که این تعداد از فرزند را از فرهنگ پائین می‌دانند، تغییر دهد.
- خارج کردن مادران از



دوگانگی الگوهای مثلاً خانه‌دار-اجتماعی و متدین-

مدرن

• قبیح کردن حیوان پروری به جای فرزندآوری در

رسانه‌ها

• ارائه الگوی مادر راضی و شاداب از فرزندآوری در

قالب سریال، فیلم و تصویر

• تعریف و ارتباط بین گفتمان مولد رسانه با

فرزندآوری

۲- طراحی با جامعه هدف کودک

• بازی‌های فکری (کودکان و پدر و مادرها در کنارهم)

• بازی‌های موبایلی به سبک آمیرزا یا داستان‌های

قرآنی (مادران و بچه‌ها)

• کتاب‌های نقاشی (کودکان)



• طراحی مسواک، لوازم التحریر و عکس روی لباس‌های بچه‌ها

• طراحی و ساخت عروسک‌های خانوادگی در نقش‌های خانوادگی و مشاغل مختلف ...

• طراحی و ساخت اسباب‌بازی‌ها و عروسک‌هایی متناسب با فرهنگ بومی - اسلامی و آموزش نقش پدری و مادری

• ساخت کارتون و انیمیشن برای زنده کردن و ملموس کردن این اسباب‌بازی‌ها و عروسک‌ها در زندگی فرزندان

• طراحی و تولید بازی‌های کامپیوتری و موبایلی جهت پررنگ کردن و افزایش نقش پدری و مادری فرزندان

• اشباع فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از تصاویر کودکان شاد، مادران شاد و پدران شاد

• طراحی بازی‌های پدر و فرزند در سنین مختلف (پدر-دختر و پدر-پسر)

• تولید انیمیشن بر محوریت شخصیت‌سازی خانواده‌های چندفرزندی

• تولید انیمیشن خانواده شاد با تعدد فرزندان

• شهر دوستدار کودک (توجه به کودکان در آرایش شهر، محلات و کوچه‌ها)

• تولید اسباب‌بازی‌های داخلی و پوشاک داخلی با رویکرد چندفرزندی

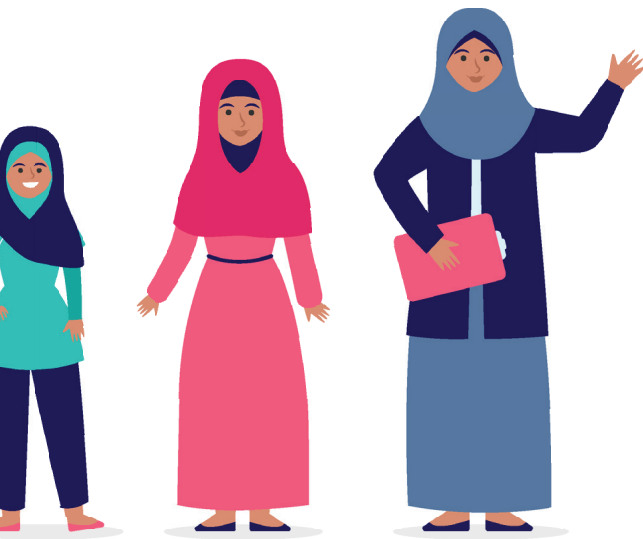


۳- آموزش و توانمندسازی

- تربیت زنان و مردان فعال و کنشگر رسانه‌ای (بلاگرها و...) با هدف ترویج فرزندآوری و فرزندپروری و ارائه سبک زندگی‌ای که مبانی دینی و ایرانی را دارد و هم‌چنین شاد و دارای فرزند و... هستند.
- کلاسها و دوره‌های آموزشی ناظر به فوائد فرزندآوری و افزایش جمعیت برای زوجهای بدون عقد و ازدواج در زمان آزمایش و مراکز بهداشت
- آموزش روش صحیح تغذیه ورزشی و لباس برای جلوگیری از سقط جنین در مراکز مخفی سقط جنین



- یک تربیتی برای خانواده‌های دارای فرزند ذکور (متناسب با بوم هر منطقه)
- واحد درسی دانشگاهی (ایجاد کردن یک واحد درسی در دانشگاه به عنوان مهارتی برای ازدواج و فرزندآوری یا تربیت مادر با مهارت)
- آموزش مسئولیت پذیری به پسران (مستقل بودن فرزندان پسر در شکل‌گیری ثبات شخصیتی آن‌ها و مسئولیت‌پذیری از سنین کودکی موثر خواهد بود)
- آموزش‌های حضوری بخصوص در کلاس‌های پیش از ازدواج و کلاس‌های پیش از بارداری (این آموزه‌ها همیشه وجود داشته است اما متأسفانه به صورت کاربردی نبوده و فقط در حد آگاهی دادن بوده است. باید به گونه شرایط مشاوره برای زوجین فراهم



بشود که قبل از ازدواج به شناخت نسبی خوبی از یکدیگر رسیده باشند.)

- آموزش‌های مهارت‌های زندگی و ایجاد حس مسئولیت‌پذیری از مقطع راهنمایی تا پایان سربازی.
- اجرای ورکشاپ‌های (کارگاه‌های آموزشی) پدر و فرزندی در مناسبت‌ها

- ارائه الگویی موفق از خانواده‌ی چند فرزندی در جامعه (نمونه سلبریتی‌ها مثلاً برای اقشار خاکستری، منتها باید به شدت در الوگیری و شاخص کردن آن‌ها دقت کرد).

- شکل‌گیری آموزش‌های مجازی برای زوج‌های جوان (با توجه به استقبال خوبی که از آموزش‌های مجازی در دوران کرونا شد، به راحتی می‌توان مهارت‌های مورد نیاز برای زندگی مشترک را در یک بازه زمانی و با محتوای خوبی در اختیار زوجین قرار داد. لذا این سیکل باید به گونه‌ای تعریف شد که از قبل از اقدام به ازدواج تا بعد از آن ادامه یابد)





• دادن مهارت‌های زندگی مشترک به زوجین برای مواجهه درست و حل کننده با مشکلات زندگی مشترک (با این هدف که این همسوس شدن و ایجاد آرامش، تصمیم‌گیری زوجین برای داشتن فرزند را تسریع می‌کند.)

• اضافه شدن مواد درسی برای پسران در دوره‌های مختلف تحصیلی (آموزش و پرورش) در جهت آموزش نقش پدری و همسری و تقویت نگاه مثبت آن‌ها به داشتن فرزند بیشتر (این نقش از خانواده برای فرزندان پسر شروع می‌شود و با پایان یافتن دوره سربازی برای آقایان بهتر شکل می‌گیرد. پس بهتر است یک مسیر ما بین این چرخه‌ها شکل بگیرد و همه پسران ملزم به یادگیری و طی کردن این مسیر باشند.)

۴- جامعه هدف؛ عمومی

- تک بیتی‌های عامیانه (عرف عام)
- نهضت شعر ناجی (نجات مردم از بحران جمعیت) خروجی شعرها برای رسانه ملی و برنامه کودک، مهدکودک‌ها، کتب درسی و غیردرسی سنین مختلف و به کارگیری در فوق برنامه و پرورشی و هنر مدارس و طراحی مسابقات مرتبط با شعرها مانند تصویرسازی و...
- جشنواره طنز همکاری با حوزه هنری و شاعران و طنز استان و کشوری طراحی و تدوین جوک و طنز

با دسته بندی قابلیت استفاده در رسانه های مجازی
و حقیقی

۵- اقناع و همراه سازی فعالان

- جلسه انگیزشی با مجموعه های فعالین حوزه تربیت و خانواده به واسطه جبهه و بخش اجتماعی
- اقناع و احیای همکاری های بین سازمانی برای پشتیبانی از فعال سازی مردم در حوزه جمعیت

۶- خدمات زیربنایی

• ایجاد اشتغال برای جوانان با توجه به اینکه افزایش سن ازدواج برای نسل جوان به علت بیکاری و نبود امکانات ازدواج و فرزندآوری بوجود آمده است (شرایطی محیا بشود که در آن مهارت ها به صورت کاربردی آموزش داده شود. به صورتی که اگر خانمی در منزل تمایل به راه اندازی کاری داشت بتواند انجام دهد. سعی بشود مهارت ها بدون هزینه و یا حداقل با هزینه کمتر آموزش داده شود. بعد از اینکه آموزش داده شدند رها نشوند و تا زمان ایجاد شغل از جانب دولت حمایت بشوند. حتی اگر نیاز به سرمایه اولیه برای شروع کار داشتند، دولت تسهیلات راحت و بدون سود را و با پرداخت یک سال بعد از دریافت وام محیا کند.)

• فراهم کردن مشاغل خانگی برای بانوان، به دلیل مسائل و مشکلات مالی (بانو درگیر کار بیرون از منزل



شده و همین اصل موجب دور شدن تفکر مادری از فرزندآوری به علت دست و پاگیر بودن بچه شده است)

- ثبات و دادن امنیت شغلی برای مادران باردار (تدابیری فراهم شود، مطالبه‌گری شکل بگیرد برای حمایت از شغل مادرانی که دارای شغل دائم هستند)
- طرح‌های تشویقی دولت مثل دادن مسکن به افرادی که از ۴ فرزند بیشتر دارند. (حداقل کاری که دولت می‌تواند انجام دهد زمین‌های رایگان در اختیار خانواده‌ها قرار دهند و برای ساخت نیزوامی بدون سود و با پرداخت بلند مدت را پرداخت کند تا خانواده‌ها بتوانند به راحتی صاحب خانه بشوند)
- بازکردن حساب‌های آتیه برای نوزادان برای تأمین آینده آن‌ها (کشورهای پیشرفته برای تشویق به فرزندآوری چنین امتیازی را برای خانواده‌ها در نظر می‌گیرند. می‌توان سازوکار آن را به گونه‌ای فراهم کرد که فقط خود فرد و بعد از رسیدن به سن قانونی حق برداشت خواهد داشت و در صورتی می‌تواند از آن پول استفاده کند که بتواند یک ارزش افزوده ایجاد کند.)
- نظارت و کنترل دقیق دولت با رویکرد آینده نگری (دولت‌ها باید مدنظر داشته باشند یکی از مولفه‌های اصلی امنیت جمعیت یک کشور می‌باشد، حال اگر از این مهم غافل بشوند دیگر آسیب‌هایی که نیز به کشور وارد می‌شود غیرقابل جبران است مانند:



نبودن افراد فعال و متخصص برای اشتغال و ..)

• تسهیل کردن ازدواج آسان (به معنی بی کیفیت بودن جهاز و ملزومات ازدواج نیست. بلکه می توان فعالیت های گروه های جهادی و خیریه ها را در یک مسیر درست قرار داد و یک هم افزایی را در بین آنها ایجاد کرد. همچنین در مورد تمامی نهادهای دولتی و خصوصی و تشکل های مردمی نیز این هم افزایی صدق می کند، به گونه ای که از جزیره ای کار کردن جلوگیری بشود)

• تلاش برای پرننگ تر کردن روابط عاطفی بین همسران (رسانه ملی می تواند با ساختن برنامه هایی که در آن واقعیات زندگی را به زوجها نشان می دهد آنها را به زندگی خود دلگرم کند. بگونه ای که تفهیم شود نباید ظاهر زندگی دیگران را با باطن زندگی خود مقایسه کنند و باعث به وجود آمدن طلاق عاطفی بین زوجین بشود)

• برگزاری کلاس های آموزشی و انگیزشی برای فرزندآوری قبل از ازدواج (ساختن تیزرها و موشن ها و پخش آنها از شبکه های استانی و ملی می تواند راه گشا باشد)

• ریشه یابی علت عدم رغبت به فرزند (باید در دل مردم نفوذ کرد و از دید آنها به مسائل نگاه کرد تا بتوان ریشه یابی درست و اصولی انجام بشود. به این منظور که باید درک متقابل صورت بگیرد و از دید حاکم به



مردم نباشد)

• کاهش مشکلات اقتصادی و معیشتی جهت بیشتر ماندن خانم در خانه، بیشتر با هم وقت گذراندن زوجین (همچنان در الویت بسیاری از ایده‌هایی است که در حوزه جمعیت وجود دارد، حتی الامکان نقش رسانه‌های اجتماعی نیز باید کمرنگ بشود. مطالبه‌گری باید در دستور کار قرار بگیرد.)

• ریشه‌یابی و دادن راهکار جهت عدم استفاده از حیوانات به جای فرزند (همیشه به این منظور نیست که حیوان خانوادگی جای‌گزین فرزند است، اما باید دلایل استقبال زیاد این سالهای خانواده‌ها را به نگهداری از حیوانات خانگی را ریشه‌یابی کرد و آسیب‌هایی که در تربیت نسل پاک در آینده ممکن است داشته باشد را گوش زد کرد)

• نوشتن یک قانون جامع برای دوران بارداری (غربالگری) و زایمان زنان در جهت حفظ سلامت

مادر و افزایش توان جسمی او برای داشتن فرزند بیشتر (غربالگری خوب است اما نباید به این منزله باشد که اگر فرزند کوچکترین مسئله‌ای داشت مجوز سقط صادر گردد. بلکه متولیان



امرباید در این حوزه هوشمندانه تر عمل کنند.)

- طراحی و اجرای برنامه‌های درازمدت و کوتاه مدت برای تغییر سبک غذایی که در نهایت هم توان مادران را برای فرزندآوری افزایش می‌دهد و هم بچه‌ها را با تغذیه صحیح تربیت می‌کند تا در آینده زوجین سالم و دارای جسمی قوی شوند. (تغذیه پاک برای متولد کردن یک نسل پاک، قوی و توانمند تاثیر بسزایی دارد).
- ممنوع کردن عمل عقیمی در زنان و مردان توسط قانون و مجاز شدن آن در شرایط خاص (قاعدتا با ممانعت زیادی در این حوزه روبرو خواهند شد، اما اجرای آن به صورت اضطراری و در یک مدت معین می‌تواند در مسیر راهبردی فرزندآوری تاثیر داشته باشد.)

۷- خدمات و تسهیلات

۷-۱- تغذیه، بهداشت

- اضافه کردن خدمات مشاوره جهت فرزندآوری و تعدد فرزندان در بیمه‌های گوناگون (دولت و ارگان‌های ذی ربط باید حق بیمه کردن و امتیاز بیشتر به کسانی که فرزند بیشتر می‌آورند را مدنظر داشته باشند.)
- ارائه خدمات مشاوره‌ای زیر نظر بیمه برای مادرانی که دارای افسردگی پس از زایمان هستند. (می‌تواند به صورت خدمات و به صورت رایگان در اختیار مادران



قرار بگیرد. اگر شرایط حضوری فراهم نشود بستران را از طریق تماس تلفنی نیز می توان فراهم کرد. در کنار آن مشاوران خود بیمارستان ها می توانند تا مدتی بعد از فرزندآوری هوای مادران را داشته باشند تا به مسیر افسردگی پیش نروند.

- طراحی حمایت های مربوط به کالاها و خدمات نوزادان (فراهم کردن پوشاک توسط خیریه ها و تشکل های مردمی برای اقشار ضعیف، فراهم کردن مراقبت اجتماعی توسط اطرافیان برای مادران که تازه فرزند بدنیا آورده اند نمونه ای از این فعالیت ها می تواند می باشد)

- کاهش هزینه زایمان و تعلق گرفتن بیمه تکمیلی (باید تدابیری جدی در این حوزه سنجیده بشود و در کنار آن جلوگیری از زایمان به صورت سزارین نیز جدی تر پیگیری بشود مگر اینکه ضروری باشد).

- اختصاص سبد تغذیه رایگان ماهانه به صورت بن کالا شامل پروتئین، لبنیات، برنج و حبوبات به مادران باردار و دارای فرزند زیر دو سال (چه از جانب دولت این بستر فراهم بشود. چه از طریق کمک های مردمی و شکل دهی حلقه های واسطه در این مسیر)
- اختصاص بسته بهداشتی - درمانی رایگان شامل مکمل های غذایی، دارو، آزمایش ها و معاینه های ماهیانه به مادران باردار و دارای فرزندان زیر دو سال
- آسان ترین و ساده ترین روش شناسایی و جهت

دهی حمایت از فرزندان و مادران این است که ترتیبی اتخاذ شود به ازای هرکد ملی نوزاد بتوانند خدمات رایگان سلامت، پزشکی، خدماتی و رفاهی به مادر بدهند البته به شرط اجرائی شدن جدی و مداومت طرح

۷-۲- اشتغال و شغلی

- ایجاد بستر مناسب جهت مشاغل خانگی (مادر نقش جدی تر و واقعی تری در منزل ایفا می کند، تفکر فرزندآوری را تقویت می کند، فرزند محبت مادری را بهتر دریافت می کند و در نهایت رابطه عمیق احساسی بین والدین شکل می گیرد)
- فراهم کردن شرایط جهت دورکاری (مشاغلی که در آن امکان دورکاری وجود دارد و نیاز به حضور تمام وقت خانم ها در محل کار نیست)





• نذر فرهنگی و طرح اقتصادی (مانند خرید پوشاک، شیرخشک، لباس برای نوزادان، جمع آوری لباس های تمیز و قابل استفاده و در اختیار خانواده های بی بضاعت قرار دادن، اسباب بازی و ...)

• فراهم آوردن امکان حضور منعطف و کاهش ساعت حضور کارکنان شاغل باردار (بهترین زمان حضور یک خانم در محیط کار ساعت ۸ صبح تا ساعت ۱۴ می باشد. با لحاظ دریافت کامل حق و حقوق)

• الزام سازمان ها به فراهم کردن امکانات و خدمات نگهداری از فرزندان پرسنل (اختصاص یک اتاقی از سازمان برای مهدکودک و فراهم کردن وسایل بازی برای کودکان)

• فراهم سازی فضای ورزشی بانوان شاغل در سازمان مربوطه (در بعضی از سازمان این امکانات ورزشی فراهم شده است، سازمان ها می توانند با مکان های ورزشی خاصی رایزنی کنند برای حضور کارمندان در آنجا)

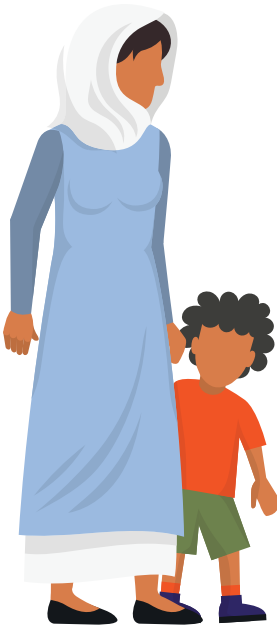
• تفاهم نامه و رایزنی با مراکز تربیتی، فرهنگی و ... که مادران و کودکان با آن ها در ارتباط هستند برای ارائه خدمات (شهرداری ها باید بستر و تسهیلات آن را فراهم کند. اما خود سازمانها نیز می توانند رایزنی های لازم را نیز با سایر دستگاه ها انجام دهند.)

• دادن تسهیلات به خانواده‌هایی که فرزند بیشتر دارند (از جمله زمین رایگان، وام با مدت پرداخت طولانی و با سود کم، استفاده از مکان‌ها تفریح و شادی با هزینه ی کمتر، حضور در هتل‌ها و مکان‌های تفریحی با تخفیف، کمک دولت برای اجاره کردن منزل برای این خانواده‌ها)

• طرح بیمه فرزندآوری (خدمات پزشکی، خدمات مشاوره‌ای، خدمات رفاهی) (دولت از ۳ فرزند به بعد تخفیفات ویژه ای برای افرادی که بیمه آزاد یا کارگری هستند در نظر بگیرد.)

• اهدای بسته‌های حمایتی برای زوجین به عنوان خوشامدگویی به فرزند سوم (از جمله لباس، پوشاک، اسباب بازی و لوازم مورد نیاز مادر و کودک در هفته‌های اول تولد)

• ارائه خدمات ویژه برای شهرهای مختلف برای صعود جمعیت (با توجه اینکه جمعیت در استان‌هایی مثل





همدان که روند خوبی ندارند به سمت صفر است، بهتر است خدمات ویژه و امکانات بیشتری برای این شهرها و استان‌ها لحاظ شود و به صورت ویژه به آن‌ها نگاه بشود)

- پوشش کامل بیمه ای برای درمان ناباروری های اولیه و ثانویه (حتی الامکان هزینه های اولیه به صورت وام فراهم بشود و کم کم از زوجین دریافت بشود)
- پوشش بیمه اجباری درمان رایگان مادر و کودک از ابتدای بارداری تا پایان دو سالگی کودک
- طراحی پلتفرم‌هایی برای تخفیف به استفاده دو فرزند از یک خدمات

• تعریف فضاهای چندمنظوره جدید با توجه به ذائقه نوجوانان و هدایت این فضاها در چارچوب بیانیه گام دوم

۴-۷- تحصیل

- ایجاد بستر مناسب برای تحصیل خانم‌ها
- افزایش سنوات تحصیلی دانشجویان مادر به ازای هر فرزند تا ۴ نیم سال و کاهش سقف واحدهای درسی در هر نیم سال

۸- تعامل و نیازهای تربیتی

- فرزندآوری به عنوان یکی از راه‌های بروز و شکوفایی استعدادها در جهت انسان تمدن ساز و تراز اول
- سپردن فرزندان به پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها (در

قالب حمایت اجتماعی، خانواده‌ها و اطرافیان می‌توانند کمک کنند)

• مهدکودک‌های مسجد محور خانگی (گوشه‌ای از مسجد که برای کار فرهنگی احصاء می‌شود، گوشه دیگر آن نیز به دلیلی اهمیت و فوری بودن و مهم بودن این مسئله می‌تواند در مساجد ایجاد شود. تا خانواده‌ها با خیال راحت در فعالیت‌های عبادی شرکت کنند و فرزندآوری را مانع از انجام فعالیت‌های عبادی و اجتماعی خود نداند.)

• قهرمان‌سازی صحیح (در کشورهای غربی اصولاً از افرادی مثل بتمن و یا مرد عنکبوتی و... برای قهرمان‌سازی و الگوسازی استفاده می‌کنند، شخصیت‌هایی که بعضاً اصلاً وجود ندارند و به صورت رویا می‌باشد. اما برای قهرمان‌سازی در کشور می‌توان از محوریت ائمه شروع کرد، شهدای دفاع مقدس، قهرمانان اساطیری، و... بنابراین



- الگوسازی صحیحی باید وجود داشته باشد و حتی مهم‌تر از آن به درستی الگو انتخاب بشود)
- قراردادن نوجوانان در موقعیت‌های عینی مانند برگزاری طرح‌هایی در پرورشگاه‌ها یا مهدها
- بازخوانی اندیشه‌های امام و رهبری
- روایتگری صحیح و جذاب تاریخ

ب) کنشگری مردم؛ طراحی فعالیت ناظر به کنشگری مردمی

علاوه بر برنامه‌های حاکمیت که به عنوان یک ضرورت باید به سمت مانع‌زدایی مسیر فعالیت مردم و پشتیبانی از آن‌ها باشد، گروه‌های مختلف مردمی براساس توان و تخصص خود می‌توانند در ترویج، احیاء و افزایش فرزندآوری به کنشگری پردازند. کنشگری مردمی در عرصه جمعیت نیز در ابعاد مختلف است، بخشی با تولید و نشر رسانه، برخی گفتگوی چهره به چهره (که مهم‌ترین بخش است)، برخی با جذب و ساماندهی کمک‌های مردمی و خیریه‌ای، برخی با ارائه تخصص‌های مورد نیاز خود در زمینه‌های تغذیه، پزشکی و درمان، مربی‌گری تربیت، ارائه تجربیات، کمک به مادر و خانواده در این زمینه و ...

بر این اساس بخشی از ایده‌ها در راستای فعالیت مردمی در زمینه کنشگری جمعیت در زیر آورده می‌شود:

۱- اقتصاد و معیشت و خدمات مادی

- ایجاد ذخیره‌های ویژه توسط مردم برای تأمین



وضعیت اقتصادی خانواده‌ها (ساماندهی گروه‌های
تشکل مردمی و خیریه‌ها در این مهم تاثیرگذار است
و از این مهم ترالویت بندی برای اختصاص کمک‌ها
در مسیر فرزندآوری و جمعیت)

- افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها تا سرپرست خانواده
میل به افزایش بچه داشته باشد (حدالامکان شرایط
ایجاد شغل دوم در منزل برای آقا یا خانم فراهم بشود
تا با آسوده‌خاطری بهتری بتوانند برای فرزندخواهی
اقدام کنند. دولت با قرار دادن بسته‌های رفاهی و
امکانات قدم بزرگی می‌تواند در این مسیر بردارد)
- ایجاد مشوق‌های مالی و تشکیلی خیریه‌های محلی
توسط مردم و همکاری حاکمیت

۲- ترویج و گفتمان فرزندخواهی و فرزندآوری

- ایجاد آسایش و آرامش بین افراد خانواده توسط
اقوام و پدر و مادر جهت آسایش روانی و دوری از
مشغله‌های فکری (خانواده‌ها می‌توانند با برقراری
ارتباط صمیمانه تر با فرزندان و بیان آسیب‌های کم
فرزند در آینده به آن‌ها با زبان نرم آن‌ها را تشویق به
فرزندآوری کنند).
- تشویق فرزندان توسط پدر و مادر به فرزندآوری (بیان
فضیلت‌های فرزندآوری از زبان خدا و ائمه، کم کردن
مسائل و مشکلات خانواده‌ها، کم کردن آسیب‌های
روحي فرزندان تک و ...،

۳- تغییرات سبک زندگی و باورها

• کاهش تجمل گرایی و ترویج فرهنگ ساده زیستی (رسانه ملی برای کاهش فرهنگ تجمل گرایی نقش به سزایی دارد. باید بتواند با ساخت چنین برنامه‌هایی فرهنگ ساده‌زیستی را در بین مردم کشور نهادینه کند و از اختصاص هزینه های زیاد مثل خرید سیسمونی سنگین و یا جشن تولیدهای سنگین و .. خودداری کنند).

• زشت دانستن طلاق و زندگی تک زیستی در میان خانواده‌ها تا کسی این کار را انجام ندهد

• کاهش اختلافات سنی بین مرد و زن و تشویق والدین به ازدواج (خانواده‌ها نقش زیادی در شکل دهی و فرم دادن شخصیت فرزندان برای ازدواج دارند، بنابراین اگر طبق آموزه های اسلام این مسیر تربیتی شکل بگیرد خیلی زود می‌توان دختر و پسر را برای ازدواج آماده کرد).

• افزایش احساسات و عشق در خانواده برای پایدار کردن زندگی زناشویی (رابطه خوبی که فرزندان با والدین خود در مسیر زندگی پیشی می‌گیرند می‌تواند گویایی رابطه آن‌ها برای شکل دهی زندگی مشترک نیز باشد. یعنی هرچه رفتار آن‌ها با والدین بهتر باشد شکل دهی یک زندگی موفق‌تر را به دنبال خواهد داشت)



۴- تعامل مردم با مردم

• ارتباط عاطفی و محبت آمیز کادر درمانی اتاق عمل زایمان که خاطره خوبی از زایمان در ذهن مادران ایجاد گردد (چنین تجربیاتی همیشه در ذهن مادرها می ماند، پس چه بهتر برای افرادی که متولی این امر هستند آموزش های اختصاصی برای ارتباط با مادرها داشته باشند. بخصوص مادرهایی که به هر دلیلی برای فرزندآوری دچار مشکلات عدیده روحی و جسمی هستند).

• تشکیل جمع های زنانه متدین در جهت رفع نیازهای مادران (روحی، تفریحی، جسمی، غذایی) جهت تشویق و دلگرمی و پشتوانه مادران (اجتماعی) • ساخت فضاهای امن و اسلامی و مطمئن برای تفریح و آموزش و نگهداری کودکان و فرزندان (لایه اجتماعی)

• سوق دادن نذر و وقف و هدایا زبانی و آموزشی به سمت حمایت از فرزندآوری و خانواده های دارای فرزند (تفریح، سرگرمی، کمک روحی و مالی) (لایه اجتماعی)

• ساختارسازی برای تشکیل پدران، به عنوان جایی برای نزدیکی بیشتر پدران با فرزندان که نتیجه آن دلگرمی و حمایت از مادران (لایه اجتماعی). (زمانی که مادرها نقش پدر را در این مسیر پررنگ ترمی بینند، از فرزندآوری عبایی ندارند چه بسا شاید یکی از دلایل

فرزند نیابردن عدم پشتبانی و حمایت از جانب آقایان باشد.)

• ایجاد جمع‌های معرفتی مخصوص پدران و مادران در جهت تقویت این نگاه که خانواده بستر رشد معنوی فرد است و تقویت نگاه توحیدی - توکل - رازقیت خداوند (به صورت ذاتی یک سری خصوصیات در افراد وجود دارد مثل توکل کردن، اعتماد به خداوند و ... بنابراین می‌توان از این محورها برای این مسئله استفاده کرد)

• مدل تربیت فرزند در زنان خانه‌دار را تصحیح کنند به صورتی که مقداری تکالیف اجتماعی را برای خود در نظر بگیرند. زنان خانه‌دار بیش از اندازه خود را محدود به خانه و فرزندداری کرده‌اند و این همه بچه‌ها را از داشتن مهارت‌های زندگی محروم کرده و هم زنان را از انجام تکالیف اجتماعی محروم کرده است. (الگویی باید ارائه بشود من باب اینکه مادر باید بتواند نقش‌های اجتماعی و فرهنگی متفاوتی را بازی کند. یعنی همزمان که به نقش مهم و بزرگ مادری می‌پردازد بتواند مهارت‌های خود و فرزند را نیز در این مسیر تقویت کند)

۵- ساختار اجراء

• موظف کردن هیئات و مساجد به ساخت و تشکیل فضاهایی متناسب با سنین مختلف فرزندان (لایه جهان بینی)



- برای پیاده‌سازی طرح‌های جمعیت، مبلغات در محلات، افراد صاحب نفوذ را شناسایی کنند و کنشگری را به دست آن‌ها بسپارند و همه باید در این امر شریک باشند. (درک عمیق مسئله فرزند نیاوردن توسط مبلغین و همدردی کردن و در نهایت به بیان راهکار پرداختن از زبان خود مردم)
- طراحی خانه‌های زوجین به نحوری که جای خالی فرزندان در خانه احساس گردد.



پیرامون مسأله‌ی جمعیت

طرح‌های زیر ناظر به کودکان، نوجوانان و مادران است و با توجه به نقش و تأثیر هر کدام می‌تواند توسط مبلغان و فعالان و گروه‌های مردمی در سطح‌های مختلف محله، خویشاوندان، دوستان، منطقه‌ای و ... اجرائی شود.



طرح هیئت‌ها و خیمه‌های دوستدار کودک

هرکسی به کودکان و مادران و خانواده‌های صاحب کودک توجه و روی خوش نشان دهد. (در قدیم خانواده‌ها و اطرافیان حواسشان به زوجینی که فرزند می‌آوردند بود، مجدد باید این احساس و نگاه در دل مردم زنده بشود)

طرح کتاب زندگینامه خانم طوبی کرمانی به عنوان یک الگوی زن تراز انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی ایران به عنوان نقطه عطفی در بازیابی هویت زن مسلمان شیعی به شمار می‌رود. دختران تحصیلکرده به دلیل عدم وجود الگوهای باورپذیر بومی به دوقطبی‌های انتخاب شغل و مادری یا ادامه تحصیل و مادری به سر می‌



برند. مرحوم دکتر طوبی کرمانی مصداق بارزی از یک الگوی زن تراز انقلاب اسلامی به شمار می رود که متأسفانه بخش عظیمی از دختران تحصیل کرده حتی مذهبی از خدمات و فعالیت‌های این مادر با بصیرت انقلابی بی اطلاع هستند. ضرورت تحقیق در مورد زندگی این الگو و تدوین آن به عنوان نقطه شروعی برای غبارزدایی از وجود این الگوی انقلاب و شناساندن آن به جامعه مخاطب پیش از پیش حس می‌شود. جامعه بانوان انقلابی در حال حاضر به طیفی از الگوهای مختلف مادری نیاز دارد که علاوه بر ایفای نقش مادری فعال اجتماعی هم باشند و در عرصه‌های مختلف انقلاب اسلامی راه‌ها نکرده باشند.

طرح فرهنگ‌سرای مجازی بانوان

در جامعه‌ای که بر مبنای امت الله پایه گذاری شده، زن و مرد این جامعه باید در راستای کمال و پیشرفت در مسیر حق گام بردارند. نقش زنان و مادران در این مسیر بسیار حائز اهمیت و تاثیرگذار است. در نگاه امام و مقام معظم رهبری نقش آفرینی محوری زن در خانواده که معطوف به پرورش و تربیت انسان و رشد و شکوفایی نسل انسانی است، نقشی بی بدیل است که هیچ کس غیر از زنان قادر به انجامش نیستند. لذا خانه داری شغل حساس و آینده ساز است و هیچ کاری به اهمیت کار مادر نیست.

اما آنچه اهمیت دارد این است که مادر به عنوان یک

عضو موثر در جامعه اسلامی حق دارد علاوه بر پرورش و تربیت نسل بعدی خودش هم در زمینه های مختلف مورد علاقه و نیاز شخصی اش امکان رشد و پیشرفت داشته باشد.

اکثر خانم های خانه دار به علت داشتن فرزند کوچک یا اشتغالات و درگیری های درون منزل امکان حضور در کلاس های علمی، اعتقادی، هنری، ورزشی و برخی مهارت های مورد علاقه یا مورد نیاز برای ایفای نقش مادری و همسری را ندارند. البته در وضعیت فعلی به دلیل شیوع ویروس کرونا این مشکل حضور در جلسات خارج از منزل بیشتر شده است. بنا بر این در این طرح پیشنهاد می شود که:

۱. اپلیکیشنی ایجاد بشود که خانم های خانه دار بتوانند در دوره های آموزشی مورد علاقه خود شرکت کنند و به دلیل اهمیت فرزندآوری و تشویق مادران به داشتن فرزندان بیشتر، امکان استفاده از دوره های آموزشی برای مادران صاحب ۳ فرزند و بیشتر رایگان باشد و برای سایر مادران با قیمت مناسب ارائه بشود.
۲. امروزه اپلیکیشن هایی با هدف توانمندی بانوان ایجاد شده است اما اپلیکیشنی که جامع همه این نیازمندی ها باشد وجود ندارد. در صورت امکان می شود برخی از اپلیکیشن های موجود مثل مثبت خانواده یا سایر آپ های موجود را ارتقاء داد.
۳. کلاس های هنری، آموزشی و مهارتی در سایت ها و فضاهای مجازی زیاد است ولی دوره کامل آن ها





نیازمند هزینه گزافی است که با احتساب هزینه وسایل مورد نیاز آن مهارت، بخش قابل توجهی از زنان خانه دار امکان شرکت در این کلاسهای مجازی را ندارند. بستر شرکت کردن مادر در این کلاس ها با هزینه مقرون به صرفه فراهم بشود.)

۴. امکان بازاریابی برای هنرها و مهارتهای خانمهای خانه دار دراپ

۵. امکان استفاده از مهارتهای خانمهای خانه دار در آموزش سایر بانوان

۶. امکان ارتباط مادران با سایر مادران فعال در آپ و انتقال تجربیات آن ها به یکدیگر

اهداف:

- توانمندسازی مادران و بانوان خانه دار
- امکان رشد و پیشرفت در محیط خانواده
- کسب مهارت های لازم برای ایفای نقش مادری و همسری
- امکان کسب درآمد
- امکان دریافت آموزش های لازم بدون پرداخت هزینه های بالا
- تشویق به فرزندآوری و فرهنگ سازی آن در بین مادران
- حمایت ویژه از مادران صاحب ۳ فرزند و بیشتر

• ایجاد روحیه عزت و توانمندی در مادران دارای ۳ فرزند و بیشتر

طرح پکیج تربیتی پدر فرزند

طراحی و برگزاری چندین بازی پدر-فرزندی در رده های سنی مشخص با وسایل مورد نیاز در مراکز عمومی شهر مثل پاساژها و پارک ها

هدف: ارتباط شاد و صمیمانه پدر و فرزند و رشد و بالندگی فرزندان به واسطه آن و نیز تجربه مجدد جوانی و کودکی پدران در فشارهای اقتصادی کنونی.

ضرورت: غالب آموزش های تربیتی در سطح شهر با محوریت مادران انجام می شود کمبود ارتباطات شاد و آموزش های تربیتی برای پدران کاملاً مشهود است.

طرح بانک مادرانه

طرح حاضر با ایجاد صمیمیت و همدلی بین اقشار هدف یعنی مادران بالقوه و بالفعل (مادرانی که تا دیروز حس مادری را تجربه کرده اند)، به نوعی بازگشت به روند روبه رشد جمعیت ایرانی مسلمان را تسهیل نماید. در این هدف با کمک های مادرانه ای که بین این سه نسل صورت می پذیرد و ضمن تبادل تجربیات آن ها باعث می شود افرادی که اکنون مادری را در حال تجربه کردن هستند با اتکا به کمک های نوع دوستانه ترغیب و تشویق به انجام هرچه بهتر این وظیفه



کنند و آن‌ها که هنوز آن را تجربه نکرده اند به نوعی با این مهم آشنا شده و هراسی که دارند کاهش یافته یا حتی ترغیب به مادر شدن شوند و آن‌ها که تا دیروز تجربه مادری را داشته اند روح امید را به مادران امروز و آینده دیده و تجربه خود را به آن‌ها منتقل کنند.

در این طرح همچنین کمک‌های این سه نسل به یکدیگر در بانک مادرانه ذخیره و پایش می‌شود تا آسیب‌های آن به نوعی دیده شود و اجرای بهتر طرح، تسهیل شود. مادران با سلیقه‌ها و فکرهای هم‌دل جهت آنچه در فطرت آن‌ها به ودیعه گذاشته شده و با کمک به یکدیگر نسلی را تربیت کنند که آن‌ها نیز در این شبکه ایجاد شده می‌توانند بهترین محیط را برای رشد توانایی‌های خود داشته باشند. این مادران با اتصال به شبکه ای که ایجاد شده خواهند توانست توانایی‌های خود را نیز به معرض نمایش بگذارند همچنان که اشتباهات یکدیگر را نیز رصد و به نوعی به یکدیگر کمک می‌کنند تا کارها و امور منزل و مادری بهتر انجام پذیرد. (قبلاً اجرای مشابه این طرح چنین بوده است که چند نسل مادران، خود را موظف به کمک به یکدیگر و انتقال تجربیات می‌دانستند و فرزندان آن‌ها نیز در فضای دوستانه و با یک شبکه خودجوش اجتماعی بزرگ و تربیت می‌شدند، فرزندان آن‌ها که در آینده نیز در رفع مشکلات یکدیگر دریغ نمی‌ورزیدند).

امتیازات این طرح:

- ایجاد بانک خانم‌هایی که حاضرند به مادران دیگر

در راستای تربیت و نگهداری فرزند و حتی تعلیم و تزکیه آن‌ها کمک کنند

• تفکیک سنی خانم‌هایی که به مادران یاری می‌رسانند به دو گروه ۲۰ تا ۴۰ سال و ۴۰ سال به بالا

• استفاده مادران نسل جدید از تجربه مادران مجرب نسل قبلی (۴۰ سال به بالا)

• مشاهده عینی وضعیت مادری و مادر بودن توسط نسلی که جوانند و هنوز تجربه مادر بودن را نداشته‌اند (۲۰ تا ۴۰ سال)

• ایجاد شبکه فعال مادری میان مادران مذهبی

• تثبیت شبکه فعال مادری در جامعه و توسعه آن

• پایش اطلاعات و تجربه طرح و پیدا کردن نقاط ضعف و قوت آن جهت اجرای بهتر و بانک مادرانه مفیدتر

• بروز نگه داشتن نسل مادران دیروز و امروز توسط سرشبکه‌ها

• ایجاد بانک تربیتی مفید و مجرب برای تربیت فرزندان مذهبی و اتصال شبکه ای آن‌ها به یکدیگر و ایجاد حس مسئولیت و ایجاد حس صمیمیت و دوستی بین آن‌ها

• شناخت مادران از یکدیگر و اطلاع از توانمندی‌های



یکدیگر

- کسب تجربه مادری و چشیدن حلاوت مادری و ریخته شدن ترس بانوان جوان از ایفای نقش مادری

اهداف

- ◀ ایجاد پشتوانه برای مادران و هراس زدایی از نسل آتی
- ◀ استفاده از تجربیات نسل گذشته
- ◀ آشنایی نسل جوان با سبک زندگی نسل گذشته و احیای روحیه قناعت و ایثار و گذشتی که در مادران نسل گذشته دیده میشود و در نسل فعلی به فراموشی سپرده شده.

طرح جهان کوچولوی من

در این طرح:

۱. توسط نویسندگان متعهد و خلاق، داستان‌های کودکانه با شاخص‌هایی که منجر به نگاه کودکان گروه سنی پنج تا نه سال در ضرورت داشتن خواهر و برادر به عنوان یک هم‌بازی و همدم می‌شود، تولید شود.
۲. برای حداقل ۱۰۰ کودک گروه سنی پنج تا نه ساله در مهدها و مدارس، داستان به صورت حضوری یا از طریق مدارس آنلاین اجرا خواهد شد و از کودکان خواسته می‌شود که حسشان را فی البداهه به تصویر بکشند و نقاشی و رنگ آمیزی کنند.



۳. صوت بیان داستان نیز تهیه و در فضای مجازی منتشر تا سایر کودکان نیز نسبت به ارائه نقاشی های خود اقدام نمایند

۴. گروهی برای ارزیابی از کارشناسان دینی، روانشناس و گرافیک تشکیل تا نقاشی هایی که تاثیرگذاری بیشتری برای ارائه تفاوت های کودکان تک فرزند و چند فرزند را دارد انتخاب کنند و جملات متناسب با موضوع تاثیرات روحی و روانی و حتی جسمی خانواده های تک فرزند و چند فرزند نیز توسط این گروه تهیه و در کنار نقاشی ها درج می گردد.

۵. تصاویر تدوین شده به صورت کتاب تصویری و یا فلش کارت آماده ی حمایت و انتشار می شود.

اهداف

« اعتماد به فطرت و سرشت پاک کودکان در ایجاد تلنگرهایی در موضوع بحران جمعیت و فرزندآوری به والدین و به تصویر کشیدن واقعیت درونی خانواده های تک فرزندی و چند فرزندی توسط همان فرزندان

« نشان دادن تمایز کودکان به داشتن خواهر و برادر

امتیاز: با توجه به اثرگذاری حافظه ی تصویری بر روی ذهن افراد، انتقال پیام فرزندآوری و نقش آن در شادی و سلامت روانی خانواده ها در این طرح به صورت همزمان هم بر ذهن کودک و هم بر ذهن والدین خواهد بود

طرح فراخوان تولید مستند ویژه نوجوانان؛ شاد بینیم، شاد بسازیم

تشویق و ترغیب نسل جدید به موضوع «خانواده‌های پرجمعیت شادتر از خانواده‌های کم جمعیت هستند» می‌تواند در تغییر روایت‌ها و استعاره‌های ذهنی امروز جامعه که فرزندآوری کار سخت و طاقت فرسا و بعضاً ناشدنی است، تغییر ایجاد کند.

پیشنهاد فراخوان:

۱. شناسایی خانواده‌های جوان پرجمعیت (سه فرزند و بالاتر) و شاد در بین دوستان و خانواده‌های خودشان
۲. با معرفی این خانواده‌ها به دبیرخانه فراخوان، دوره آموزشی کوتاه مستندسازی ویژه نوجوان شرکت کننده در این فراخوان جهت تولید مستندی از زندگی این خانواده‌ها برگزار گردد

۳. مستند تهیه شده از خانواده‌های معرفی شده به دبیرخانه ارسال و داوری گردد و به پنج مستند برتر به نام پنج تن اهل کساء جوایزی تعلق گیرد

قطعاً از عوامل صدا و سیما در بین داوران این فراخوان استفاده تا مستنداتی که قابلیت تکمیل و پخش از رسانه ملی دارد نیز انتخاب شود. هدف دست یافتن نوجوانان به این موضوع است که خانواده‌های پرجمعیت تر شادتر هستند.

اهداف

« بیان متفاوتی از این خانواده‌های پرجمعیت



« درگیر شدن نوجوانان علاقمند به کار فیلم و مستند
با موضوع جمعیت

« تولید محتوای جدید از ارئه های نوجوانان هم در
بخش شناسایی این خانواده و هم در بخش تولید
مستند

« تغییر استعاره ذهنی نوجوان که تعدد فرزند هم بد
نیست

ضرورت: لزوم حرکت همگانی در ابعاد مختلف در حوزه توجه
به بحران جمعیت و تلاش برای اصلاح رویکرد در سطح های
مختلف به موضوع فرزندآوری

۸۳



طرح تهیه پادکست و موشن گرافی با موضوع هویت شناسی

تهیه پادکست های کوتاه و موشن گرافی با محتوای شناساندن
هویت ملی اسلامی برای نوجوانان

بیان غیرمستقیم و گسترده میدانی برای دیده و شنیده

شدن

پخش در سازمان تبلیغات، صدا و سیما، نظام روانشناسی

طرح طراحی اپلیکیشن شهردک در راستای معرفی شهر دوستدار کودک

شیوه اجرای طرح: طراحی و انتشار نرم افزار تعاملی موبایلی



شهدک یا شهر دوست دار کودک، ارائه دهنده خدماتی است برای خانواده‌های دارای کودک یا کودکانی تا ۵ سال.

این طرح، مدعی است وقتی دغدغه‌ها و نگرانی‌های رایج کمی مانند اثرات اقتصادی و نیازهای فیزیکی بعد از حضور فرزند در زندگی سبک و تا حدی تسهیل شود، اعضای خانواده بیشتر از آن‌که زمان و انرژی را صرف حل این موارد و موانع کنند، می‌توانند فرصت‌های بیشتری را با یکدیگر بگذرانند و در این مقطع، حضور فرزند[ان] بازدارنده رشد و رفاه خانواده در حد معمول و مرسوم نیست.

شهدک در افق دور و برنامه دراز مدت خود، تصمیم به معرفی امکان، خدمات، برنامه و موقعیت‌های مختلف شهری‌ای در بستر نقشه شهری دارد که خانواده‌های دارای فرزند و فرزندان خردسال به راحتی امکان حضور و استفاده از محیط داشته باشند. بی‌شک این امر و معرفی تنها در نقشه و اپلیکیشن باقی نمی‌ماند، چرا که ارزش‌گذاری این معرفی‌ها به ارتقای درجه موضوع، مکان یا محصول مدنظر در واقعیت وابسته است.

سناریوهای تولید رسانه؛ میان برنامه در سیما

- به بچه داره از مزایای تک فرزند بودنش می‌گه
- مثلاً مرحله اول به بچه یه اتاق برا خودش تنها داره و تو اتاقش یه گوشه نشسته داره کاراش انجام میده



● مرحله بعد هر چی به پدر و مادر میگه اونا براش انجام میدن

● مرحله هر کاری که دوست داره انجام میده

● مرحله بعد صندلی عقب ماشین که کلا مال خودش هست و وسایلش رو گذاشته

● و همه اینها با یه تم سرد نشون بده

● و خوب که نشون داده شد مرحله بعد یه کلیپ باشه که بچه اتاقش و عقب ماشین ها و خوراکی ها و لباساش رو با برادر یا خواهرش تقسیم کرده با این تفاوت که یه تم شاد داره و می زنی تو سر کله هم و بازی میکنن و کل خانواده شادن تجربه خوب و بد)

طرح محوریت مسجد و کودک در کنشگری جمعیت

با توجه به گستردگی و تنوع داده های اولیه، در حال حاضر تمرکز بر معرفی مسجدهای دوستدار کودک است؛ انتخاب مسجد نیز دلایل مختلفی دارد که به اجمال برخی از آن ها در این متن اشاره می شود:

۱. اهمیت مکان مسجد در فرهنگ اسلامی از ابتدای بعثت رسول اکرم تا دوران پس از ظهور حضرت صاحب.

۲. ظرفیت روابط و تعاملات مردمی در مسجد برای



رشد و نظام سازی توحیدی

۳. حضور کودک در مسجد و اثرات تربیتی آن

۴. رابطه مسجد در محله با دیگر کاربری‌های

محله‌ای / شهری

پس از توافق بر مکان اولیه، می‌بایستی فاکتورهایی برای یک مسجد دوست‌دار کودک تعریف و معرفی کرد که هم توانایی جذب مخاطب داشته باشد؛ به عنوان مثال برخی از آیت‌های پیشنهادی شهک در این حوزه، به شرح زیر است:

۱. مکان مسجد و فضای آنجا ونحوه چینش و ظاهر معماری داخلی مسجد امکان حضور امن کودک را داشته باشد (مثلاً راه پله امن و نرده‌دار، سرویس بهداشتی مناسب و در دسترس، حیاط و فضای باز ایمن و ...)

۲. مسجد مشوق فرزندآوری باشد، یعنی امام جماعت مسجد و اصحاب مسجد مشوق فرزندآوری باشند، به نحوی که والدین و کودکان از حضور در این مکان احساس عزت و کرامت کنند نه حس مزاحمت و تحمیل شدن به جو مسجد.

۳. مکان نگهداری و فعالیت فرهنگی و بازی برای کودکان به همراه مربی متخصص و با حوصله، در نظر گرفته شده باشد، به نحوی که والدین بدون دغدغه به اجرای مراسم عبادی و مذهبی بپردازند.

۴. مساجد دارای تجهیزات ورزشی، فرهنگی، تفریحی، مناسب دوگروه هدف طرح، به طور خاص

در اپلیکیشن آورده شود. به طور مثال مسجدی که سالن ورزشی و تجهیزات مناسب دو گروه سنی هدف را دارد، یا مسجد دارای و سایل بازی و مهد مجهز دارد، یا کتابخانه و مکان مطالعه مخصوص کودکان سن هدف طرح دارد و...

۵. برای والدین امکان مشاوره مذهبی، اعتقادی، تربیتی، پزشکی، حقوقی با محوریت تشویق به فرزندآوری و افزایش فرزندان بیشتر فراهم بشود.

۶. مسجد دارای حسینیه یا قسمتی باشد که امکان حضور مناسب مادران دارای عذر شرعی باشد

شیوه اجرای طرح در گام نخست (با تمرکز بر مسجد):


با توجه به موضوع اصلی، و بحران جمعیت بایستی آمار، موانع و دلایل تمایل نداشتن زوجین به فرزندآوری و فرزندخواهی مجدد برای خانواده‌های کم جمعیت از طریق نهادهای رسمی و مطلع مثل سازمان ثبت احوال، مرکز آمار ایران، وزارت بهداشت و... تهیه و بررسی دقیق و به ترتیب اهمیت دسته‌بندی شوند.

در ادامه، ظرفیت مسجد، نیروی انسانی مسجد، ابزار و تجهیزات در اختیار مسجد و یا به صورت کلی تفکر مسجدی، با اطلاعات تنظیم و تحلیل شده‌ی فوق روبرو می‌شود و میزان ارتباط بالقوه و بالفعل موجود، در تشخیص معیار مسجد مطلوب و مناسب کودک، و در ادامه و نگاه میان مدت مشوق خانواده برای فرزندآوری موثر خواهد بود.



به عنوان مثال: در موانع تربیتی، مشاوره و آموزش در مسجد حضور مشخص و پررنگی می‌تواند داشته باشد (چگونگی این امر با توجه به مسجد و محله و نیاز مخاطب به نوع آموزش می‌تواند به شکل‌های مختلفی تعریف شود) یا در مسائل پزشکی نیز، استفاده از حضور اطباء در فضای مسجد و یا امکان استفاده از اعتبار مسجد، برای تفاهم‌نامه‌هایی میان پزشکان حاذق این امر با مسجد مورد بحث. تشکیل خانواده و فرزندآوری، یکی از جنبه‌های مهم زندگی افراد به شمار می‌آید و به باور برخی از جامعه‌شناسان خانواده، فرزندآوری و فرزندداری در ایران و جهان آن قدر مهم است که قرن‌های طولانی، زنان با هویت فرزندداری در کنار خانه‌داری و شوهرداری، تعریف می‌شدند.





مسأله مهم و اولویت دار امروز جامعه ایرانی کاهش شدید رشد جمعیت است که بحرانی را در آینده در جامعه در ابعاد مختلف شامل نیروی کار، مدیریت کشور، بازیگران میدانی پیشرفت کشور، در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، امنیتی، نظامی و ... در پی خواهد داشت و مسائل زیادی با پیروی جمعیت در بخش های خدمات رسانی پزشکی، اجتماعی و تولیدی و وابستگی کشور ایجاد خواهد کرد.