



سال سیزدهم / تابستان ۱۴۰۳

درآمدی بر رهیافت‌های نظری پیرامون نسبت میان ارتباطات، توسعه و جمعیت در ایران

• احمد میدری^۱، سیدمحمد مهدی‌زاده طالشی^۲، نسرين وزیری^۳

تاریخ دریافت: ۰۳/۲/۱۸، تاریخ تایید: ۰۳/۴/۲۷

Doi: [10.22034/SCM.2024.456282.1757](https://doi.org/10.22034/SCM.2024.456282.1757)

چکیده

در چهار دهه گذشته، سیاست‌های جمعیتی ایران از «کاهش مولید» به «افزایش فرزندآوری» تغییر کرده است. اما همراهی جامعه در طول برنامه اول توسعه با سیاست «کاهش جمعیت»؛ در دوره اجرای برنامه ششم توسعه با سیاست «افزایش جمعیت» تکرار نشد. از این رو جمعیت ایران که هم با «کاهش نرخ باروری به زیر سطح جایگزینی» روبروست و هم با مسأله «سالخوردگی جمعیت» مواجه است؛ در وضعیت متعارضی قرار دارد.

در این پژوهش با «مطالعه تطبیقی سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه ایران در موضوع جمعیت»؛ نخست در پی شناسایی سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه بوده و در گام بعدی با بررسی سیاست‌های جمعیتی آن‌ها؛ سیاست‌های ارتباطی این موضوع از برنامه‌های توسعه را جستجو کرده‌ایم تا دریابیم برنامه‌ریزان توسعه برای آگاهی و همراهی افکار عمومی با این برنامه‌ها به‌ویژه در موضوع سیاست‌های جمعیتی چه تدابیری اندیشیده‌اند؟

یافته‌های این پژوهش حاکی از روند رو به رشد سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه به‌سوی پارادایم توانمندسازی و ارتباطات مشارکتی است. بررسی سیاست‌گذاری ارتباطی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب بر اساس نظریه مجید تهرانیان؛ نیز نشان داد که هر دو برنامه مذکور، تمامی سه رویکرد این نظریه را در بر دارند. اما هیچ‌کدام از این دو برنامه که به دلیل دو سیاست جمعیتی متفاوت «کاهش جمعیت» و «افزایش فرزندآوری» نمونه‌گیری شدند؛ برای آگاهی مردم از این سیاست‌ها تمهیدی نیندیشیده و فاقد سیاست ارتباطی در موضوع جمعیت‌اند. البته دو قانون جمعیتی مصوب ذیل برنامه‌های اول و ششم توسعه (قانون تنظیم خانواده مصوب ۱۳۷۲ و قانون جوانی جمعیت و خانواده مصوب ۱۴۰۰) دارای سیاست ارتباطی هستند.

واژه‌های کلیدی: برنامه توسعه^۱، سیاست جمعیتی^۲، سیاست‌گذاری ارتباطی^۳

^۱ ahmadahmad1342@yahoo.com

^۲ m.mahdzadeh@atu.ac.ir؛ تهران؛ دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

^۳ vaziri.nasrin88@gmail.com؛ تهران؛ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

«برنامه‌های توسعه» از جمله ابزارهای حکمرانی در جوامع در حال توسعه هستند و توفیق اجرای آن‌ها در گرو همراهی جامعه با اهداف این برنامه‌هاست. «سیاست‌گذاری ارتباطی»^۱ برنامه‌های توسعه تعیین می‌کند که چگونه افکار عمومی در جریان اهداف این برنامه‌ها قرار بگیرند. اینکه برنامه‌های توسعه چگونه به توسعه ارتباطات می‌پردازند، ظرفیت‌ها و ابزارهای ارتباطی را چگونه برای تحقق اهداف توسعه و تعمیق آن در جامعه بکار می‌گیرند و نهایتاً اینکه چطور از توسعه برای افزایش ارتباطات بهره می‌برند را در «سیاست‌های ارتباطی» این برنامه‌ها می‌توان جست.

برنامه‌های توسعه موضوعات متکثری از «اقتصاد کلان، بازرگانی و حمل‌ونقل» گرفته تا «آموزش و پرورش، بهداشت و درمان و ...» را شامل می‌شوند. «جمعیت» که در چند سال اخیر به عنوان «یک مسأله» در فضای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور شناخته می‌شود؛ یکی از موضوعاتی است که در برنامه‌های توسعه به آن پرداخته شده است. سیاست‌های جمعیتی در برنامه‌های توسعه؛ رویکردهای متناقضی از «کاهش مولید» تا «افزایش فرزندآوری» را هدف‌گذاری کرده‌اند. کاهش نرخ باروری به زیر سطح جایگزینی در سال‌های اخیر از یکسو و سالخوردگی جمعیت کشور از سوی دیگر؛ نشانگر اهمیت این مسأله است که منجر به تدوین «سیاست افزایش جمعیت» در برنامه ششم توسعه شد. عدم همراهی جامعه با سیاست مذکور در طول اجرای برنامه ششم توسعه، ضرورت بررسی آن را دو چندان می‌کند. به‌ویژه آنکه این سیاست جمعیتی، در دستور کار برنامه هفتم توسعه نیز قرار دارد.

در این پژوهش ابتدا به چگونگی ظهور و بروز سیاست‌های جمعیتی در جهان پرداخته و نحوه ورودش به ایران و علل تغییر رویکرد آن را بررسی کرده‌ایم. میزان تحقق سیاست‌های جمعیتی در ایران، بر اساس گزارش عملکردهای قوانین برنامه توسعه و بازخوانی پژوهش‌هایی که به چگونگی استفاده از ظرفیت‌های ارتباطی برای تحقق سیاست‌های جمعیتی در جهان و ایران پرداخته‌اند نیز بخش‌های دیگر این پژوهش را تشکیل می‌دهند. با گذر از این مسیر در پی آنیم که دریابیم برنامه‌های توسعه در ایران، برای تبیین سیاست‌های جمعیتی و همراهی افکار

1 Development Plans

2 Population Policy

3 Communication Policy

۴ مجموعه‌ای از اصول و هنجارها که برای راهبری رفتار نظام‌های ارتباطی تدوین می‌شود. (مهدی زاده، ۱۳۸۳: ۱)

عمومی با آن، چه سیاست‌های ارتباطی‌ای را اتخاذ کرده‌اند و چگونه از ظرفیت ابزارهای ارتباطی بهره برده‌اند.

مرور نظری؛ از پارادایم‌های ارتباطات توسعه تا سیاست‌گذاری ارتباطی

این پژوهش در زمره مطالعات مرتبط با «ارتباطات توسعه» طبقه‌بندی می‌شود. مطالعاتی که در جهان عمدتاً پس از پایان جنگ جهانی دوم و در خلال طرح اندیشه نوسازی به مثابه اندیشه قانونی حوزه توسعه و نقش رسانه‌ها در پیشبرد آن مطرح شده است. این مطالعات در طول سال‌ها و دهه‌های بعدی و در مواجهه با مسائل قدیم و جدید توسعه، هم در جوامع پیشرفته و هم در جوامع در حال توسعه، تحولات دامنه‌داری را از سرگذرانیده و با عبور از رویکردهای خوش‌بینانه نخستین (نظریه نوسازی) و مراحل انتقادی بعدی (نظریه وابستگی)، سرانجام به نظریه‌های کاربردی و بازاندیشانه روی آورده‌اند. (خانیک، ۱۴۰۰: ۱۹)

متناظر با سیر تطور مفهوم «توسعه» از گذر سه پارادایم نوسازی، وابستگی و متکثر؛ نظریات ارتباطات توسعه نیز پارادایم‌های مختلفی (پارادایم‌های «نوسازی»، «اندیشه‌های انتقادی»، «اندیشه‌های وحدت برای رهایی» و «اندیشه‌های توانمندسازی») را شامل می‌شوند. نخستین پارادایم در نظریات ارتباطات توسعه همچون نخستین رویکرد به مفهوم توسعه با نام «نوسازی» شناخته می‌شود. این پارادایم بر نظریه اقتصادی «نئوکلاسیک» و نظریه سیاسی «لیبرال» بنا شده و هدف آن گسترش توسعه اقتصادی سرمایه‌داری است که جوامع جهان‌سومی را جوامعی سنتی و جوامع غربی را جوامعی پیشرفته، نظام‌مند و الگو می‌دانست. در این پارادایم، ارتباطات چیزی فراتر از رابطه میان فرستنده و گیرنده است؛ رسانه‌ها در این پارادایم هم از شاخص‌های نوسازی هستند و هم عامل انتقال الگوی پیشرفت غرب به دیگر جوامع. یعنی رسانه‌های جمعی هم حکم شاخص تغییر را دارند، هم روند نوگرایی را تسهیل می‌کنند. وسایل ارتباط‌جمعی در این پارادایم، ابزارهایی پرقدرتند که می‌توانند در افکار مردم دخل و تصرف کنند و رفتارهای آنان را در مدتی کوتاه تغییر دهند. معتقدان به نظریه نوسازی بر این باور بودند که «جهان‌سومی‌ها برای آنکه به نوسازی دست یابند باید ارزش‌ها و نگرش‌های خود را به ارزش‌ها و نگرش‌های غربی شبیه سازند». (سرواس، ۱۳۸۴) اما از اوایل دهه ۱۹۷۰ مشخص شد که نظریه‌های نوسازی عملاً نتوانستند نقش مناسبی در توسعه ایفا کنند. در تفکر نوسازی، به تاریخ و فرهنگ کشورهای در حال توسعه توجه نشده بود. به همین

دلیل مردم کشورهای کمتر توسعه یافته این اصلاحات اساسی را به راحتی نمی پذیرفتند. (ملکات، ۱۳۸۴) به این ترتیب دیدگاه انتقادی نسبت به جریانات امپریالیسم و توسعه طلبی های فرهنگی-اقتصادی نوسازی، شکل گرفت که ریشه در تفکر «مارکسیستی» داشت. این دیدگاه که به عنوان «مکتب وابستگی» شهرت یافت؛ برخلاف دیدگاه نوسازی که «سنتی بودن» را دلیل عقب ماندگی جوامع توسعه نیافته می دانست؛ «نگاه به بیرون» و «عوامل خارجی به ویژه استعمار کشورهای توسعه یافته» را عامل توسعه نیافتگی دیگر جوامع معرفی می کرد. از نظر قائلان به دیدگاه وابستگی در ارتباطات توسعه، امپریالیسم سیاسی و نظامی جای خود را به امپریالیسم فرهنگی داده و این نفوذ به صورت آشکار یا پنهان، به صورت صریح یا ضمنی، اشاعه یافته است. (سرواس، ۱۳۸۴: ۸۸)

با نزدیک شدن دهه ۱۹۸۰ میلادی، همچنان که تغییراتی در مفهوم توسعه به وجود آمد و دارای مفهومی چندبعدی با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی شد که از جامعه ای به جامعه دیگر متفاوت است؛ ارتباطات توسعه نیز تغییر یافت و نگاه های متکثری به آن شکل گرفت. از جمله آنکه توسعه باید مبتنی بر نیازهای اساسی جوامع، درونزا (مدل جهان شمول وجود ندارد)، مبتنی بر اعتماد به نفس و خوداتکا، مبتنی بر محیط شناسی بومی (محیط توسعه)؛ مبتنی بر دموکراسی مشارکتی و بر اساس تغییرات ساختاری باشد. بر مبنای ویژگی های این مدل می توان از آن به عنوان «پارادایم تکثر^۱» نام برد. سومین دیدگاه به ارتباطات توسعه در قیاس با دو گفتمان خوش بینانه و انتقادی، کمتر دارای بار معنایی مثبت نسل اول و بار معنایی منفی نسل دوم درباره کارکرد توسعه ای وسایل ارتباط جمعی است و در درون خود با تنوع و تکثر همراه است. نظریات جدید ارتباطات توسعه، عرصه را برای روایت خرد به جای کلان و تجارب موردی به جای جهان شمولی بیشتر گسترانده اند. (خانیک، ۱۳۸۴)

از میان پارادایم های «نوسازی»، «اندیشه های انتقادی»، «اندیشه های وحدت برای رهایی» و «اندیشه های توانمندسازی»؛ تکیه این پژوهش بر پارادایم آخر با تأکید بر نظریات مجید تهرانیان است. او توسعه را در بافتی جهانی می دید اما مدل جهان شمولی برای آن قائل نبود و بر «توسعه ملی» تأکید داشت. او کوشید واژه «توسعه ملی» را در خارج از چارچوب مفاهیم مادی گرای وارداتی تعریف کند و آن را مفهومی بداند که به بالا رفتن ظرفیت های مادی و معنوی نظام ملی و رسیدن به سطوح جدیدی از پیچیدگی، نظم و نوآوری منجر می شود. (خانیک، ۱۴۰۱: ۲۰)

آنچه در چارچوب نظری این پژوهش، مورد استناد است؛ سیاست‌گذاری ارتباطی از منظر تهرانیان است. او مراحل سه‌گانه در مسیر سیاست‌گذاری‌های ارتباطی متصور است که شامل «توسعه ارتباطات»، «توسعه به وسیله ارتباطات» و «توسعه برای ارتباطات» می‌شود. (تهرانیان، ۱۳۵۵: ۹)

او شاخص‌های ارتباطی را با تمایزهایی به موازات همین سه فرایند تعریف می‌کند. «اول فرایند «توسعه ارتباطات» یا شاخص‌های کمی است که با فرایند انباشت در توسعه عمومی شباهت دارد و به ابزارها و زیرساخت‌های ارتباطی می‌پردازد. این دسته از شاخص‌ها بیشترین توجه خود را بر میزان گسترش وسایل انتقال پیام متمرکز کرده‌اند. مثلاً در زمینه مطبوعات شاخص‌هایی همچون تیراژ و سطح پوشش آن‌ها در این گروه ارزیابی می‌شود. جنبه دوم در نظام توسعه ارتباطات را می‌توان فرایند «توسعه به وسیله ارتباطات» یا شاخص‌های کیفی دانست که با فرایند بسیج اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کاملاً هماهنگ است. در این دسته از شاخص‌های توسعه، بیشتر محتوا و مضمون پیام‌ها یا نرم‌افزارهای ارتباطی مورد نظر است تا نحوه پوشش، تیراژ و سخت‌افزارهای رسانه‌ای. سومین و مهم‌ترین این فرایندها که شاخص‌های بازنگری یا فرایند «توسعه برای ارتباطات» است به‌نوعی با مرحله یکپارچگی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نسبت دارد. این وجه از توسعه، سیاستی را پیشنهاد می‌کند که بر اساس یک عنصر فراگیر و درون‌زا (مانند ایدئولوژی یا فرهنگ) بتواند ساختارها، هویت‌ها و علایق متفاوت و پراکنده را متحد و یگانه‌سازد؛ به عبارت دیگر میزان «انسانی شدن» تحریک و مشارکت مرحله دوم را تأمین و تعیین می‌کند. به این لحاظ سنجش جهت و نوع نظارت محتوای پیام‌ها در روند توسعه با این قبیل شاخص‌های ارتباطی است؛ به عنوان نمونه در زمینه مطبوعات، جهت انتقادی و نوع نگرش آن‌ها به مقوله را نیز ارزیابی می‌کنند. در این فرایند بالا بردن رواداری و رشد فرهنگی از طریق بیان علایق و اندیشه‌های مختلف، گفت‌وگو و اقناع و در نهایت، ساخت فرهنگ نقاد و ایجاد تعاون مبتنی بر تنوع، مورد نظر است». (خانیک، شاه‌قاسمی، ۱۳۹۴: ۸۸-۸۹)

سیر سیاست‌های جمعیتی در جهان و ایران در گذر تاریخ

مرور تاریخی وضعیت جمعیت جهان از گذشته تا کنون، حاکی از بروز دو انقلاب جمعیتی در جهان است. تا نیمه قرن شانزدهم، مرگ‌ومیر ناشی از بیماری‌های مسری، جنگ‌ها، گرسنگی و

قحطی، از افزایش سریع جمعیت جلوگیری می‌کرد. اما پس از آن «نخستین انقلاب جمعیتی جهان» در اروپا رخ داد. جمعیت اروپا به دلیل انقلاب‌های کشاورزی و صنعتی و پیشرفت علم طب و کاهش مرگ‌ومیر، افزایش یافت و طی ۲۰۰ سال، جمعیت جهان چهار برابر شد. (عظیمی، ۱۳۶۰: ۴) «آدولف لاندیری، این جریان را «دوره اول» انقلاب جمعیتی در مغرب زمین می‌نامد. با افزایش محصولات کشاورزی و مواد غذایی، متوسط عمر افزایش می‌یابد و با گسترش شهرنشینی، سطح باروری کاهش می‌یابد و «خود تعیینی»^۱ بین زنان در مورد تعداد فرزندان افزایش می‌یابد. این جریان «دوره دوم» انقلاب جمعیتی است و در سراسر قرن نوزدهم و بیستم در کشورهای غربی ادامه می‌یابد که منجر به سالخوردگی جمعیت و کاهش تجدید نسل می‌شود. (شیخی، ۱۳۶۸: ۹۸)

اما «دومین انقلاب جمعیتی جهان» در جوامع رو به توسعه آسیا، آمریکای لاتین و آفریقا رخ داد. از سال‌های بعد از ۱۹۴۵ با ارتباط بیشتر کشورهای رو به توسعه با کشورهای صنعتی و به کارگرفتن معیارهای بهداشتی و غذایی بهتر در این جوامع، مرگ‌ومیر کاهش یافت اما موالید همچنان در همان سطح باقی ماند و نتیجه آن افزایش سریع جمعیت بود. به این ترتیب از اواخر قرن نوزدهم جمعیت جهان به دو منطقه تقسیم شد. کما اینکه در اروپا، آمریکای شمالی، اتحاد جماهیر شوروی، استرالیا و ژاپن که ۴۷ درصد جمعیت جهان را شامل می‌شوند، رشد جمعیت آهسته و سالانه ۰٫۸ درصد بود؛ اما آمریکای لاتین، جنوب شرقی آسیا، شبه قاره هند، خاورمیانه و آفریقا، رشد سریع جمعیت سالانه ۲٫۵ درصد را تجربه می‌کردند. (شیخی، ۱۳۶۸: ۱۰۰) تا اینکه بالاخره این کشورها نیز وارد «دوره دوم» انقلاب جمعیتی دوم شدند و اغلب کشورهای در حال توسعه نیز از دهه ۱۹۷۰ کاهش رشد جمعیت را تجربه کردند. این کشورها که طی ۲۰ سال (۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰) وضعیت باروری ثابتی داشتند؛ در ۲۵ سال بعد (تا ۱۹۹۵) دچار روند نزولی باروری شدند. «در این سال‌ها تعداد متوسط فرزند برای هر زن از ۶ به ۳٫۶ کاهش یافت که حاکی از تنزلی ۴۰ درصدی بود». (امانی، ۱۳۷۸: ۸۱ و ۸۲)

به این ترتیب در یک قرن گذشته، اکثر کشورهای جهان از «بی تفاوتی در برابر افزایش جمعیت»؛ به نگرانی از آن و تلاش برای «تحدید موالید» رسیده و در دهه‌های بعد، با کاهش نرخ

انظریه خودتعیین‌گری، مبتنی بر تجربه و درباره انگیزه، تحول و سلامت انسان است. «خود تعیینی زنان» درباره تعداد فرزندان، به نقش زنان در تصمیم‌گیری و اقدام برای فرزندآوری اشاره دارد که دیگر به او صرفاً به عنوان «بزه یا مولد فرزند» نگریسته نمی‌شود.

باروری و بیم رشد منفی جمعیت، به سیاست‌های «تشویق فرزندآوری» رسیده‌اند. سیری که عموماً با فاصله زمانی چند ده ساله میان کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه همچون ایران، طی شده است. برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران جمعیتی ایران نیز متأثر از این روند جهانی؛ چنین سیری را در کشور رقم زده‌اند. در حال حاضر که کاهش باروری و کوچک شدن بعد و اندازه خانوار در سراسر جهان گسترش یافته (به‌گونه‌ای که ۸۳ کشور، با باروری زیر سطح جایگزینی یعنی ۲٫۱ فرزند به ازای هر زن روبرو هستند)؛ ۵۵ کشور از جمله ایران، سیاست‌های جمعیتی افزایش باروری را در دستور کار خود قرار داده‌اند. (سوبوتکا و همکاران، صادقی و بگی، ۱۳۹۹: ۱ و ۲).

به تاسی از تغییر سیاست‌های جمعیتی در جهان؛ در ایران نیز نخست شاهد «سیاست‌های انقلابی جمعیتی» در برنامه‌های عمرانی چهارم و پنجم قبل از انقلاب بودیم^۱ و در برنامه‌های اول و دوم توسعه بعد از انقلاب نیز «کنترل جمعیت و کاهش موالید» در دستور کار قرار گرفت.^۲ اما با گذشت سه دهه، «سیاست تشویق فرزندآوری» محور سیاست‌گذاری جمعیتی برنامه ششم توسعه شد. از همین رو؛ این پژوهش مشخصاً به دنبال بررسی سیاست‌های جمعیتی دو برنامه اول و ششم توسعه پس از انقلاب است که به ترتیب دو سیاست «کاهش موالید» و «افزایش فرزندآوری» را هدف‌گذاری کرده‌اند. تعهد دولت در زمینه تعدیل رشد جمعیت در برنامه اول توسعه پس از انقلاب -مصوب ۱۳۶۸- شامل «لغو کلیه مقررات مشوق رشد جمعیت»، «کاهش نرخ باروری عمومی زنان از ۶٫۴ تا حد ۴ نوزاد تا سال ۱۳۹۰»، «جلوگیری از تولد یک‌میلیون مولود ناخواسته تا سال ۱۳۷۲» و «کاهش نرخ رشد جمعیت از ۳٫۲ درصد به ۲٫۳ درصد تا سال ۱۳۹۰» بود. قانون «تنظیم خانواده و جمعیت» نیز ذیل همین سیاست جمعیتی برنامه اول در سال ۱۳۷۲ در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید. به موجب این قانون فرزندان چهارم به بعد از کلیه امتیازاتی که در قوانین بر اساس تعداد فرزندان

۱ سال ۱۳۴۶ سرآغاز برنامه‌های نوین تنظیم خانواده در ایران است که مداخله مستقیم دولت در کاهش موالید به‌منظور متعادل نمودن میزان رشد بالای جمعیت، در آن رقم خورد. در قانون برنامه عمرانی چهارم قبل از انقلاب (۱۳۴۷-۱۳۵۱) بر «اجرای برنامه بهداشت خانواده به‌منظور تنظیم موالید و تعداد افراد خانوار و متعادل ساختن نسبت گروه‌های جوان جمعیت طی دوره برنامه چهارم (از جمله ممنوعیت ازدواج دختران کمتر از ۱۶ سال)» تأکید شده بود.

۲ در طول ۱۰ سالی که تدوین برنامه‌های توسعه در کشور متوقف شد (۱۳۶۸-۱۳۵۸)، اگرچه سیاست جمعیتی مشخصی در دستور کار دولت جمهوری اسلامی ایران نبود؛ اما تصمیماتی در تشویق افزایش جمعیت (همچون توقف برنامه تنظیم خانواده، کاهش سن ازدواج، اعطای کوبن کالاهای اساسی به نسبت تعداد فرزندان و واگذاری زمین به خانوارهای پرآلود) اخذ شد که آثارش در دهه بعد نمایان شد.

پیش‌بینی شده بود؛ محروم شدند. در این قانون مقرر شد هزینه بیمه فرزندان چهارم به بعد بر عهده خانواده باشد و مرخصی بارداری و زایمان مادران این فرزندان نیز، از مرخصی استحقاقی آنان کسر شود.

اجرای این سیاست جمعیتی موفق بود و نرخ رشد جمعیت ایران تا دهه ۹۰ روندی کاهشی یافت. تداوم این روند و کاهش نرخ باروری به کمتر از نرخ جانشینی و افزایش سالخوردگی جمعیت، نگرانی‌هایی را آفرید که منجر به تغییر معکوس سیاست‌های جمعیتی در ایران شد. از اصلاح قانون تنظیم خانواده و ملغی کردن مشوق‌های تحدید موالید گرفته تا اعلام سیاست‌های کلی جمعیت از سوی مقام معظم رهبری و اعمال سیاست‌های تشویق فرزندآوری در برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور. البته قانون برنامه ششم برخلاف برنامه اول؛ سرفصل مجزایی به عنوان «جمعیت» نداشت اما در فصول سلامت و بیمه و فرهنگ و هنر به سیاست‌های جمعیتی پرداخته بود؛ از جمله «زمینه‌سازی جهت افزایش نرخ باروری به حداقل ۲٫۵ فرزند به ازای هر زن در سن باروری در طول اجرای قانون برنامه»؛ «تمهیدات لازم از قبیل ارائه تسهیلات جهت افزایش سلامت ازدواج و درمان ناباروری در قالب بودجه سنواتی و توسعه بیمه سلامت در بیمه پایه و تکمیلی برای مادران در کلیه مراحل دوران بارداری تا پایان دوران شیرخوارگی»؛ «سه روز مرخصی تشویقی به مردانی که صاحب فرزند می‌شوند» و «بیمه اجتماعی زنان خانه‌دار حداقل دارای سه فرزند». در ادامه این روند مجلس یازدهم شورای اسلامی نیز در تاریخ ۱۴۰۰/۸/۱۹ «قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» را در چارچوب برنامه ششم توسعه مصوب کرد. امتیازات متعددی در این قانون برای فرزندآوری تعیین شد اما اعطای آن مشروط بر این بود که نرخ باروری شهرستان محل زادگاه پدر یا فرزند، بالای ۲٫۵ نباشد. امتیازات قانون مذکور عبارتند از: «اعطای یک قطعه زمین یا واحد مسکونی حداکثر به میزان ۲۰۰ متر پس از تولد فرزند سوم به صورت اقساطی، افزایش ۲۵ درصدی سقف تسهیلات خرید، ساخت و جعاله تعمیرات مسکن به ازای هر فرزند، پرداخت «تسهیلات قرض‌الحسنه تولد فرزند» از ۱۰ تا ۵۰ میلیون تومان برای فرزندان اول تا پنجم و بالاتر، یک خودرو داخلی با قیمت کارخانه به انتخاب و به نام مادر پس از تولد فرزند دوم، افزایش سه برابری یارانه خانواده‌های دهک‌های اول تا چهارم دارای حداقل سه فرزند که والدین آن‌ها شاغل نباشند، عدم تعدیل مستخدمین دارای حداقل سه فرزند، مادران باردار و دارای فرزند شیرخوار، افزایش مدت مرخصی زایمان با پرداخت تمام حقوق به نه ماه تمام، اعطای چهار ماه دورکاری به

درخواست مادران باردار، دورکاری مادران باردار حداقل به مدت چهار ماه، یک سال کاهش در سن بازنشستگی مادران به ازای هر فرزند، اعطای سبد تغذیه و بسته بهداشتی رایگان به خانواده‌های مستضعف دارای فرزند زیر ۵ سال و ...» (پایگاه اطلاع‌رسانی مرکز پژوهش‌های مجلس / سامانه قوانین و مقررات^۱)

نمونه‌های تجربی؛ نقش ارتباطات در پیاده‌سازی سیاست‌های جمعیتی در ایران و جهان

مطالعات انگشت‌شماری درباره نقش رسانه‌ها در موفقیت سیاست‌های جمعیتی در ایران صورت گرفته که عموماً پیرامون سیاست جمعیتی اخیر کشور یعنی «افزایش جمعیت و فرزندآوری» هستند و نگاه جامعی به هر دو سیاست جمعیتی در ایران از دهه ۶۰ تاکنون ندارند و مستند به سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه نیز نیستند. مضاف بر اینکه معدود پژوهش‌های مذکور در حوزه «ارتباطات و جمعیت» نیز عمدتاً از منظر جمعیت‌شناسی و جامعه‌شناسی صورت گرفته‌اند و کمتر از منظر ارتباطاتی، این موضوع بررسی شده است.

«رسانه ملی و تغییر سیاست‌های جمعیتی»، «واکاوی علی لایه‌ای رشد جمعیت در ایران و رهیافت‌های رسانه‌ای آن» و «رسانه و سیاست تنظیم خانواده» سه پژوهشی هستند که از سوی مراکز تحت نظر سازمان صداوسیما انجام شده و مستقیماً نقش رسانه ملی در تبیین سیاست‌های جمعیتی اخیر (افزایش جمعیت) را بررسی کرده‌اند. پژوهش اول به مسأله‌شناسی و ارائه راهبرد و سیاست به رسانه ملی برای اقناع افکار عمومی جهت افزایش جمعیت پرداخته است. راهبردهایی همچون «گفتمان‌سازی در زمینه ضرورت افزایش زادوولد»، «ایجاد زمینه لازم برای تحکیم خانواده؛ کاهش سن ازدواج و تسهیل شرایط ازدواج»، «اصلاح نگرش و رفتار خانواده‌ها در زمینه فرزندآوری»، «ترویج فرهنگ اعتماد و خوش‌بینی به خداوند»، «اصلاح برداشت‌های نادرست درباره نقش مادری و همسری زنان» و «الگوسازی از خانواده‌های موفق پرجمعیت»، «افشای طرح‌های نظام سلطه برای کاهش جمعیت جهان» و «ایجاد حساسیت درباره بحران‌ها و آسیب‌های ناشی از کاهش جمعیت» (شفیعی‌سروستانی، ۱۳۹۲: ۳۰-۳۸) پژوهش دوم (واکاوی علی لایه‌ای رشد جمعیت در ایران و رهیافت‌های رسانه‌ای آن) عوامل مؤثر بر رشد جمعیت را برشمرده و رهیافت رسانه‌ای ارائه داده؛ از جمله رویکرد «آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی» برای ساحت کنشگری مردم؛ رویکرد «مطالبه‌گری و پیگیری» برای ساحت

1 <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1678266>

کنشگری مسئولان و سازمان‌های اجرایی؛ رویکرد «برجسته‌سازی و جریان‌سازی اجتماعی» برای ساحت گروه‌های مرجع و رویکرد «اطلاع‌رسانی از دستاوردها» برای ساحت خبرگان و تصمیم‌سازان. (علوی‌وفا، ۱۳۹۹)

اما پژوهش سوم (رسانه و سیاست تنظیم خانواده) صرفاً به نقد سیاست کاهش جمعیت پرداخته و آن را بخشی از پروژه ارتباطات سلامت آمریکا خوانده و آورده است: «از آنجا که روند فزاینده جمعیت جهانی برخلاف امنیت ملی آمریکا، دانسته شد؛ در دهه هفتاد رشته دانشگاهی «ارتباطات سلامت عمومی» تأسیس می‌شود که هدف از آن ارائه یک برنامه هماهنگ جهانی برای کاهش جمعیت در کشورهای کمتر توسعه‌یافته با همکاری آمریکا و سازمان‌های بین‌المللی تحت عنوان «تنظیم خانواده» بوده است. این پژوهش اما در ادامه، «فیلیپین» را به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب کرده و نه «ایران» را. (خزایی، ۱۳۸۷: ۱۹۳)

در هر سه پژوهش یادشده؛ نه‌تنها فهرستی از برنامه‌های صداوسیما در موضوع جمعیت ارائه نشده، بلکه حتی به تحلیل محتوای آن‌ها نیز پرداخته نشده است و صرفاً از روش مصاحبه با کارشناسان و تولیدکنندگان برنامه‌های صداوسیما و کارشناسان حوزه جمعیت، استفاده شده است. (دیگر پژوهش‌ها در موضوع جمعیت و رسانه، به بازنمایی تصویر خانواده در رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه‌های تصویری، مربوط است که با موضوع این پژوهش ارتباطی ندارند).

با اینکه در ایران با کمبود مطالعات ارتباطی پیرامون سیاست‌های جمعیتی روبه‌رو هستیم اما مطالعات متعددی در دیگر کشورها اعم از کشورهای مالزی و اندونزی به عنوان کشورهای مسلمان و مصر و برزیل به عنوان کشورهای در حال توسعه انجام شده است. البته این مطالعات عمدتاً پیرامون نقش رسانه‌ها در تبیین سیاست‌های «کاهش جمعیت» است که بعضاً قالب‌های تولید محتوای رسانه‌ای اعم از اطلاع‌رسانی و سرگرمی را بررسی کرده و به معرفی کمپین‌ها و یا سریال‌های موفق در این زمینه پرداخته است. در برخی از این پژوهش‌ها به همکاری دولت با بخش خصوصی و همکاری دولت با نهادهای مذهبی به منظور تابوردایی سنتی و مذهبی از برنامه تنظیم خانواده اشاره شده است. از جمله پژوهشی که علاوه بر اینکه «نرخ بالای شهرنشینی، سطوح تحصیلات عالی برای زنان و دسترسی به وسایل پیشگیری از بارداری مقرون‌به‌صرفه» را علل کاهش باروری در برزیل عنوان می‌کند؛ به تأثیر سریال‌های محبوب تلویزیونی نیز پرداخته است. سریال‌هایی که زنان ثروتمند در شهرهای بزرگ با خانواده‌های

کوچک و زندگی لوکس را نشان می‌دهند و این سبک زندگی جذاب را برای میلیون‌ها خانواده در سراسر کشور ترویج می‌کنند. (Bailey, 2020)

دولت تایلند در سال ۱۹۷۰ سیاست کاهش مولید را با شعار «بچه بیشتر، فقر بیشتر^۱» و «دو بچه کافی است»، در دستور کار داشت. برگزاری مسابقات دمیدن در کاندوم در مدارس، جشنواره‌های واکتومی مردانه رایگان و ایجاد رستوران و تفریحگاه زنجیره‌ای با نام کلم و کاندوم^۲ (با این هدف که وسایل پیشگیری از بارداری باید همانند کلم، در همه‌جا به‌آسانی در دسترس باشد)؛ بخشی از برنامه‌های طنز محور انجمن توسعه جمعیت و جامعه (PDA)^۳ در این کشور بود. (Derer, 2019)

مطالعات دیگری نیز در چند سال اخیر در کشورهای توسعه‌یافته‌ای همچون سوئد انجام شده که سیاست‌های افزایش جمعیت را بررسی می‌کنند. مثلاً پژوهشی در سال ۲۰۲۳ به نقد سیاست افزایش مولید در سوئد پرداخته و آورده است: «روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون معمولاً از تبیین مشکلات افزایش جمعیت اجتناب می‌کنند و در مورد رشد جمعیت و اثرات آن از جمله انتشار بیش از حد گازهای گلخانه‌ای و هدررفت منابع کره زمین ساکت هستند». (Götmark,) (Andersson, 2023) پژوهشی در استرالیا که از سال ۲۰۰۰ نگران پیری جمعیت است نیز چنین نتیجه گرفته است: دولت استرالیا، با هدف تحقق «استرالیای بزرگ» بر جذب مهاجر به منظور تدبیر برای کاهش باروری متمرکز شده؛ مؤسسه تحقیقات جمعیت استرالیا^۴، نه‌تنها برای رشد بیشتر جمعیت توسط استرالیایی‌ها برنامه‌ریزی کرده بلکه تبلیغاتی بین‌المللی برای جذب مهاجران با ارائه خدمات شغلی، مسکن و تحصیلات ارزان‌قیمت را در دستور کار قرار داده است. ارائه «ویزاهای موقت فاقد سقف» بخشی از این تبلیغات رسانه‌ای بود که منجر به جذب تعداد بی‌سابقه‌ای از مهاجران جدید شد که بر سر مسکن و شغل با یکدیگر رقابت نیز می‌کردند. (Williams, 2023) سنگاپور نیز از جمله کشورهایی است که جمعیتش پیوسته در حال کاهش است و حدود ۴۴ درصد از مردان و ۳۱ درصد از زنان بین ۳۰ تا ۳۴ ساله آن، هنوز مجرد هستند. کمپین‌هایی با محوریت یک موزیک ویدیو رپ و پوسترهایش با مضمون «بیایید بچه‌ها بسازیم: شب ملی است!»^۵ با هدف معکوس کردن روند کاهش نرخ زاد و ولد و تشویق

1 The more children, the poorer

2 Cabbages and Condoms

3 Population and Community Development Association

4 The Australian Population Research Institute

5 "Let's Make Babies: It's National Night!"

شهروندان به بچه‌دار شدن در این کشور طی ۱۰ سال گذشته برگزار شده است (Chamie, 2023).

یافته‌ها

الف) مقایسه سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب

چنانچه گفته شد «پارادایم‌های ارتباطات توسعه» چارچوب نظری این پژوهش را تشکیل می‌دهد. در برنامه اول توسعه پس از انقلاب، بیشتر به مسائل کمی (افزایش تیراژ مطبوعات، افزایش شبکه‌های پستی و مخابراتی، افزایش برنامه‌های شبکه‌های سیما و ...) توجه شد و کیفیت کمتر مورد توجه قرار گرفت (سازمان برنامه‌بودجه، ۱۳۶۸). در برنامه دوم توسعه پس از انقلاب، توجه ویژه به روستاها از نظر مخابرات، استانداردسازی ۵۰۰ مورد از تجهیزات و شبکه‌ها، خصوصی‌سازی و واگذاری خدمات مخابرات شهری به بخش غیردولتی و واگذاری امور پست به شرکت‌های خصوصی، عملی شد. راه‌اندازی تقویت سیمای استانی و شبکه بین‌المللی جام‌جم، افزایش تولید برنامه‌ها و افزایش پوشش شبکه‌های اول تا پنجم سیما و شبکه رادیویی «صدا» نیز در این برنامه به مرحله عمل درآمد (سازمان برنامه‌بودجه، ۱۳۷۴). در برنامه سوم توسعه پس از انقلاب در زمینه ارتباطات، ایجاد و حفظ شبکه‌های مادر مخابراتی و تنظیم استمرار ارائه خدمات پستی و مخابراتی، طبق ماده ۱۲۴ قانون این برنامه، بر عهده دولت بود. افزایش شمار و عناوین مطبوعات، افزایش عناوین کتب منتشر شده، افزایش تولید برنامه‌های صداوسیما و افزایش فعالیت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران در داخل و خارج از کشور، در این برنامه محقق شد. تأکید برنامه سوم عمدتاً بر کاهش تصدی‌های دولتی، جلب مشارکت بخش‌های خصوصی و غیردولتی، قانونمند شدن فعالیت‌ها، حذف ممیزی‌ها، ضابطه‌مند شدن پرداخت یارانه‌ها و ... بوده است. (سازمان برنامه‌بودجه، ۱۳۷۹).

برنامه چهارم توسعه پس از انقلاب با محوریت رشد پایدار اقتصادی و دانایی‌محوری، «توسعه ارتباطات» را با تأکید بر ایجاد شبکه و ارائه خدمات ارتباطی و فناوری اطلاعات، ارتقای ضریب نفوذ ارتباطات ثابت و سیار و تهیه لایحه قانون جامع ارتباطات، در خود گنجانده بود. در این برنامه بر گسترش کاربرد فناوری ارتباطات و اطلاعات در اقتصاد بازرگانی و تجارت به واسطه ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات رایانه‌ای، تجهیز مدارس به امکانات رایانه‌ای و شبکه اطلاع‌رسانی، فراهم‌آوری زیرساخت لازم برای تحقق جامعه اطلاعاتی، تأکید شده بود. علاوه بر

این دولت موظف به ایجاد زمینه مشارکت تشکل‌های قانونی غیردولتی صنفی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌ها، مشارکت همه‌جانبه ایرانیان بر اساس حق شهروندی در نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و مدیریت اجرایی کشور و همچنین نهادینه کردن ارتباط و توسعه بر مبنای نیازهای محلی شده بود. (سازمان برنامه‌وبودجه، ۱۳۸۴).

در برنامه پنجم توسعه پس از انقلاب در زمینه توسعه ارتباطات جمعی، بر تأسیس شهرک‌های سینمایی، تلویزیونی و رسانه‌ای در حوزه توسعه ارتباطات دور، بر ایجاد زیرساخت‌ها و اجرای پروژه‌های ماهواره‌ای ملی تأکید شده است. توسعه ارتباطات رایانه‌ای نیز به صورت توسعه تولیدات رسانه‌ای در فضای مجازی، ایجاد و توسعه شبکه ملی اطلاعات، ایجاد زیرساخت ملی داده‌های مکانی در سطح ملی تا محلی و توسعه شبکه علمی کشور ترسیم شده است. در این برنامه، به نقش صداوسیما در تولید برنامه‌های آموزشی، توسعه تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک، مقابله با رسانه‌های معارض خارجی با جنگ نرم در فضای مجازی، کاربرد فناوری اطلاعات در توسعه امور اجتماعی و سیاسی، تهیه نقشه جامع دولت الکترونیک و ... تأکید شده است. تأکید دیگر این برنامه بر ایجاد سازوکارهای مناسب برای افزایش سهم مشارکت انجمن‌های علمی، نخبگان و استعدادهای برتر در تصمیم‌سازی‌ها و مدیریت کشور و لزوم تهیه سند راهبردی ارتقاء سطح شاخص توسعه انسانی بود. (سازمان برنامه‌وبودجه، ۱۳۹۰).

در برنامه ششم توسعه برای رشد تحولات فناوری اطلاعات و لزوم به‌کارگیری کارکردهای آن در راستای توسعه دولت الکترونیک و شدت و نفوذ ICT در کشور، مسئولیت بزرگی به بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات برای جبران عقب‌ماندگی‌های برنامه‌های قبلی داده بود. دسترسی خانوارها به پهن‌بندهای اینترنتی، افزایش ظرفیت ترانزیت ترافیک عبوری از کشور، ایجاد و بهره‌برداری از مرکز ملی تبادل اطلاعات، گسترش دامنه دولت الکترونیک و ... از جمله تأکیدهای این برنامه بود که در ادامه این رساله به آن بیشتر پرداخته خواهد شد. (سازمان برنامه‌وبودجه، ۱۳۹۶)

اما از آنجا که دامنه مطالعه تطبیقی این پژوهش به دو برنامه اول و ششم توسعه پس از انقلاب محدود شده است؛ در چارچوب مراحل سه‌گانه نظریه سیاست‌گذاری‌های ارتباطی تهرانیان به این سه سؤال پاسخ داده شد که این برنامه‌های توسعه در مرحله اول برای توسعه زیرساخت‌های ارتباطی چه اندیشیده‌اند؛ در مرحله دوم، از ارتباطات برای توسعه در چه

عرصه‌ای استفاده شده است و در مرحله سوم؛ از توسعه چگونه برای ارتقای ارتباطات بهره برده‌اند؟ پاسخ به این سؤالات در جدول ذیل آمده است.

جدول ۱: سیاست‌گذاری ارتباطی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب بر اساس

نظریه مجید تهرانیان

عناوین	برنامه اول توسعه	برنامه ششم توسعه
توسعه ارتباطات	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش کمی و کیفی تولید و پخش برنامه‌ها و افزایش پوشش جمعیتی و جغرافیایی صداوسیما - توسعه و بهبود ارتباطات پستی و مخابراتی روستایی و شهری و بین‌المللی 	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه ICT و ارتقای فناوری و توسعه زیرساخت شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی - هوشمندسازی مدارس الکترونیک - افزایش ظرفیت پهن‌بند زیرساخت شبکه ملی و افزایش فناوری زیرساخت کاربردهای فضایی - کاهش شکاف دیجیتال میان مناطق مختلف کشور^۱
توسعه به وسیله ارتباطات	<ul style="list-style-type: none"> - آموزش‌های مستقیم و توجه بیشتر به جمعیت در سن تحصیل و نیازهای محلی و منطقه‌ای - توسعه و بهبود ارتباطات به عنوان یکی از روش‌های رشد اقتصادی جهت افزایش تولید سرانه، اشتغال مولد و کاهش وابستگی - استفاده از امکانات مختلف فرهنگی تبلیغی کشور جهت اصلاح الگوی مصرف موجود 	<ul style="list-style-type: none"> - تسهیل و دسترسی و توزیع عادلانه امکانات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای - حمایت و توسعه اقتصاد فرهنگ و هنر و رسانه - افزایش محتوای بومی در فضای مجازی - پوشش کامل خدمات الکترونیکی دولت - برقراری عدالت و شفافیت در نظام مدیریت فرهنگی رسانه‌ای و هنری
توسعه برای ارتباطات	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد زمینه مناسب برای مشارکت مؤثر و همه‌جانبه مردم در امور سیاسی و اجتماعی، تأمین قسمتی از هزینه ارائه خدمات عمومی کشور و همچنین مشارکت بیشتر زنان در امور اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و اقتصادی در راستای تحدید مولید 	<ul style="list-style-type: none"> - حمایت از گفت‌وگو در سطح ملی به‌منظور تعاطی افکار و اندیشه‌ها و اشتراک تجارب نخبگان و فعالان عرصه فرهنگ و هنر و رسانه - اجرای قانون دسترسی آزاد و شفاف اطلاعات - برگزاری نشست‌های تخصصی و اتاق فکر به‌منظور ایجاد وفاق فرهنگی میان نخبگان، سیاستگذاران و مدیران فرهنگی و هنری - افزایش اسناد همکاری فرهنگی معتبر با دیگر کشورها - تعامل فعال با کشورهای صاحب فناوری

۱ در مورد «توسعه ارتباطات» برنامه اول توسعه مشخصاً به‌ضرورت «افزایش پوشش جمعیتی برنامه‌های صداوسیما و کیفیت تولید» متناسب با سنین و گروه‌های مختلف هدف اشاره دارد و در همین راستا علاوه بر آنکه پوشش برنامه‌های شبکه اول و دوم سیما ۲۴ ساعته می‌شود شبکه سوم سیما و چندین شبکه رادیویی جدید نیز ایجاد می‌شود. اما برنامه ششم نه تنها به افزایش مخاطبان صداوسیما به لحاظ کمی اشاره‌ای ندارد؛ بلکه به لحاظ کیفی نیز وارد موضوع چگونگی تولید محتوا نمی‌شود. در این برنامه دولت فقط به امور زیربنایی و کمی اشاره شده و اصلاً به ماهیت کیفی آن پرداخته نشده است.

سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های اول و ششم پس از انقلاب، شباهت‌ها و تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند که در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۲: شباهت‌ها و تفاوت‌های سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب

تفاوت‌های دو برنامه اول و ششم توسعه در تدوین سیاست‌های ارتباطی	شباهت‌های دو برنامه در تدوین سیاست‌های ارتباطی
سیاست‌گذاری ارتباطی برنامه اول، منطبق با سیاست‌های کلی حاکم بر آن است. اما برنامه ششم به برخی سیاست‌های کلی ابلاغی از سوی رهبری، بی‌توجه است. مثلاً علی‌رغم تأکید سیاست‌های کلی بر «پالایش هوشمند فضای مجازی و ساماندهی آن»، «توسعه محتوا در فضای مجازی بر اساس نقشه مهندسی فرهنگی کشور» و «تسلط بر دروازه‌های ورودی و خروجی فضای مجازی»؛ قانون برنامه ششم هیچ سیاست ارتباطی در فضای مجازی اتخاذ نکرده است.	هدف‌گذاری بلندپروازانه و حتی انتزاعی که عملیاتی شدن آن‌ها بیش از عمر ۵ ساله قوانین برنامه زمان‌بر است. از جمله «ایجاد محیط مساعد برای رشد فضایل اخلاقی بر اساس ایمان و تقوی» در برنامه اول و «ارتقا فرهنگ اسلامی... و صیانت از مبانی و ارزش‌های انقلاب اسلامی و اندیشه‌های امام و رهبری» در برنامه ششم
برنامه اول توسعه، فصلی مجزا برای صداوسیما دارد و درباره محتوای برنامه‌های این رسانه، اهدافی همچون «تبیین صحیح مفاهیم توسعه به مردم» را تعیین کرده است. اما برنامه ششم فاقد چنین فصلی است و صرفاً «ترویج فرهنگ ایثار و شهادت» و «ترویج ازدواج و فرزندآوری و ضد ارزش بودن طلاق» را به صداوسیما تکلیف کرده است.	استفاده از مفاهیم کلی بدون تعاریف عملیاتی که سنجه مشخصی برای ارزیابی اجرایی شدن آن ارائه نشده است. از جمله «باز یافت دقیق معارف و مفاهیم ارزشی و فرهنگ و هنر اسلامی» در برنامه اول و «ترویج گفتمان انقلاب اسلامی، اشاعه هویت اسلامی-ایرانی» در برنامه ششم.
برنامه اول توسعه علاوه بر تعیین تکالیفی برای صداوسیما؛ به خبرگزاری‌ها و مطبوعات نیز توجه داشته و به گسترش کمی و کیفی اخبار، تحقیقات پژوهشی، انسجام سازمانی و تربیت نیروی انسانی در این بخش پرداخته است. اما برنامه ششم توسعه، نه در بخش «ارتباطات و فناوری اطلاعات» و نه در بخش «فرهنگ، هنر و ورزش» هیچ چشم‌اندازی برای آینده توسعه ارتباطات کشور در عرصه رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، دیجیتال و مجازی، ترسیم نکرده است.	هدف‌گذاری بدون در نظر گرفتن مشکلات و موانع موجود. از جمله «دسترسی به فناوری‌های نوین» در برنامه اول و «کسب جایگاه برتر منطقه در توسعه دولت الکترونیک» در برنامه ششم بدون توجه به دامنه تحریم‌های اقتصادی و فناورانه کشور، نوسانات نرخ ارز و ...
گزارش عملکردهای سالانه برنامه ششم توسعه، نسبت به گزارش‌های مشابه از عملکرد برنامه اول توسعه، با سنجه‌های مشخص و یکسانی تدوین شده؛ اما محدود به اجرای چهار سال این برنامه است و گزارشی از عملکرد سال پنجم (سال ۱۴۰۰) از سوی سازمان برنامه‌بودجه کشور منتشر نشده است؛ به همین دلیل امکان بررسی تحقق اهداف این قانون میسر نیست.	عدم ارائه گزارش منسجم کمی و کیفی کامل از میزان تحقق اهداف تمامی سیاست‌های ارتباطی تعیین شده در قوانین برنامه و بسندگی به گزارش عملکردهای صرفاً «کمی» در اجرای سیاست‌های ارتباطی تدوین شده.

این پژوهش در گام بعدی، سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه در موضوع «جمعیت» را سنجید. در هیچ‌یک از دو برنامه اول و ششم توسعه پس از پیروزی انقلاب، برای آگاهی مردم از سیاست‌های جمعیتی، چه «کاهش مولید» و چه «افزایش فرزندآوری» تمهیدی اندیشیده نشده بود. برنامه اول صرفاً در دو بند به ساخت برنامه و آموزش عمومی از طریق صداوسیما اشاره دارد؛ نخست در بخش بهداشت در خصوص «اعتلای فرهنگ اهدای خون» و دوم در بخش بهزیستی در خصوص «مدرسائی به معلولان»^۱. در برنامه ششم نیز تکلیفی برای اطلاع‌رسانی از سیاست «افزایش فرزندآوری» تعیین نشده است. در تمام متن برنامه ششم توسعه، فقط در دو مورد بر «لزوم اطلاع‌رسانی» از سوی صداوسیما اشاره شده، آن هم برای «ترویج فرهنگ ایثار و شهادت» و «ازدواج و ضد ارزش بودن طلاق»^۲.

پژوهشگر در ادامه به بررسی دو قانون جمعیتی مصوب مجلس شورای اسلامی ذیل دو برنامه اول و ششم توسعه پرداخت. قانون «تنظیم خانواده و جمعیت» مصوب سال ۱۳۷۲؛ ذیل سیاست جمعیتی کاهش مولید برنامه اول توسعه و قانون «حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» مصوب سال ۱۴۰۰؛ ذیل سیاست جمعیتی افزایش فرزندآوری برنامه ششم توسعه. این دو قانون تکالیفی را برای آگاهی عمومی از این سیاست‌های جمعیتی تعیین کرده است. این تکالیف در دو مفهوم «توسعه به وسیله ارتباطات» و «توسعه برای ارتباطات» قابل شناسایی هستند که در جدول ذیل به آن‌ها اشاره شده است^۳:

۱ البته در گزارش عملکرد برنامه اول توسعه که در سال ۱۳۷۳ منتشر شده در فصل بیستم که به «بهداشت و درمان» اختصاص دارد، توفیق در پوشش تنظیم خانواده حتی بیش از هدف برنامه اول ناشی از «گسترش و اشاعه آموزش‌های عمومی و اختصاصی در رابطه با تنظیم خانواده، بهداشت خانواده و بهداشت مادر و کودک از طریق آموزش‌های همگانی و بهره‌گیری از رسانه‌های گروهی» عنوان شده است. اما درباره چگونگی این آموزش‌های عمومی گزارشی ارائه نشده است.

۲ کم‌توجهی به سیاست‌گذاری ارتباطی برای اجرای سیاست‌های جمعیتی برنامه‌های توسعه اول و ششم در حالی است که برنامه عمرانی چهارم قبل از انقلاب (مصوب ۱۳۴۵) که برای نخستین بار حاوی سیاست جمعیتی بوده و تحت عنوان «تنظیم خانواده» کاهش جمعیت را هدف‌گذاری کرده بود؛ تکالیف مشخصی را برای اطلاع‌رسانی درباره این سیاست جمعیتی اتخاذ کرده بود. این قانون هم بر ضرورت استفاده از ارتباطات -به‌ویژه وسایل ارتباط‌جمعی- برای معرفی، تبلیغ، اقناع جامعه و اجرای این سیاست‌ها تأکید کرده بود و هم برای اولین و آخرین بار اعزام مروجین محلی به سراسر کشور برای این منظور را تجویز نموده بود. به این ترتیب بر اساس سه‌گانه تهرانیان؛ در برنامه عمرانی چهارم هم از ارتباطات برای توسعه سیاست‌های جمعیتی استفاده شده بود و هم با اعزام مروجین، تا مرحله "توسعه برای ارتباطات" پیش رفته بود.

۳ مشخصاً از قوانین جمعیتی نمی‌توان انتظار داشت که مفادی پیرامون «توسعه ارتباطات» از منظر تهرانیان که به مباحث کمی و زیرساختی ارتباطات اشاره دارد؛ داشته باشند.

جدول ۳: سیاست‌های ارتباطی قوانین جمعیتی بر اساس نظریه مجید تهرانیان

عناوین سیاست‌گذاری ارتباطی از منظر تهرانیان	قانون تنظیم خانواده	قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت
توسعه به وسیله ارتباطات	ماده ۳: ارائه آگاهی عمومی در تأمین سلامت مادر و کودک و ضرورت کاهش جمعیت از سوی صداوسیما	ماده ۲۸: آگاهی بخشی از وجوه مثبت و ارزشمند ازدواج، تعدد فرزندان و نقش مادری و همسری و صیانت از تحکیم خانواده با ساخت فیلم، سریال، پویانمایی، تبلیغات و برگزاری جشنواره و نمایشگاه از سوی وزارت فرهنگ، صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی و شهرداری‌ها و ... انتشار هرگونه محتوای مغایر سیاست‌های کلی جمعیت از جمله ترویج خانواده کمتر از دو فرزند، تجردزیستی و... در صداوسیما، شبکه نمایش خانگی و محیط عمومی ممنوع است.
توسعه برای ارتباطات	بند ج ماده ۲: جلب مشارکت فعالان رسانه‌ای برای آگاهی عمومی از برنامه‌های جمعیتی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	-

ب) مقایسه سیاست‌های جمعیتی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب

آن‌گونه که گفته شد؛ برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب؛ دو سیاست جمعیتی کاملاً متفاوت و متضاد «تحدید موالید» و «افزایش فرزندآوری» را در دستور کار خود داشتند. هدف‌گذاری و عملکرد سیاست‌های جمعیتی این دو برنامه در جدول ذیل آمده است:

جدول ۴: مقایسه هدف‌گذاری و عملکرد سیاست‌های جمعیتی برنامه‌های اول و ششم

توسعه پس از انقلاب

شمارگان برنامه‌های توسعه پس از انقلاب	سیاست‌های جمعیتی هدف‌گذاری شده	عملکرد سیاست‌های جمعیتی
برنامه اول	- متعادل ساختن رشد جمعیت به دلیل افزایش ۴۰ درصدی جمعیت طی یک دهه (از ۱۳۵۵ تا ۱۳۶۵) و جمعیت ۴۵,۵ درصدی زیر ۱۵ سال - کاهش نرخ باروری عمومی از ۶,۴ تا حد ۴	- تقلیل نرخ رشد جمعیت از ۳,۲ به ۲,۵ در سال ۱۳۷۱ - رشد ۳۱۴ درصدی تعداد زنان تحت پوشش برنامه تنظیم خانواده ۴۶ درصد

شمارگان برنامه‌های توسعه پس از انقلاب	سیاست‌های جمعیتی هدف‌گذاری شده	عملکرد سیاست‌های جمعیتی
	<p>نوزاد تا سال ۱۳۹۰^۱</p> <p>- تحت پوشش قرار گرفتن ۲۴ درصد از زنان طی سال‌های ۶۸-۱۳۷۲ ذیل برنامه تنظیم خانواده</p> <p>- جلوگیری از تولد یک‌میلیون مولود ناخواسته در طول این برنامه</p> <p>- لغو کلیه مقررات مشوق رشد جمعیت و اتخاذ تدابیر متناسب با سیاست تحدید مولید کشور</p> <p>- تقلیل نرخ رشد جمعیت از ۳,۲ درصد به ۲,۳ درصد در سال ۱۳۹۰ و دستیابی به نرخ رشد ۳ درصدی جمعیت در سال ۱۳۷۲</p>	<p>زنان ۱۵-۴۴ ساله همسر دار در سال ۱۳۷۲ تحت پوشش این برنامه قرار داشتند.</p>
برنامه ششم	<p>- زمینه‌سازی جهت افزایش نرخ باروری به حداقل ۲,۵ فرزند به ازای هر زن در سن باروری در طول اجرای قانون برنامه</p> <p>- اتخاذ تمهیدات لازم از قبیل ارائه تسهیلات جهت افزایش سلامت ازدواج و درمان ناباروری در قالب بودجه سنواتی و توسعه بیمه سلامت در بیمه پایه و تکمیلی برای مادران در کلیه مراحل دوران بارداری تا پایان دوران شیرخوارگی</p> <p>- اعطای سه روز مرخصی تشویقی به مردانی که صاحب فرزند می‌شوند</p> <p>- بیمه اجتماعی زنان خانه‌دار حداقل دارای سه فرزند</p> <p>- پشتیبانی و حمایت از ترویج فرزندآوری و ارزش دانستن ازدواج و فرزندآوری از طریق تمهید و سازوکارهای قانونی و اعطای تسهیلات و امکانات</p>	<p>- تقلیل نرخ رشد جمعیت از ۱,۲۹٪ در سال ۱۳۹۵ به ۰,۷٪ در سال ۱۳۹۹ (تحت تأثیر همه‌گیری بیماری کرونا)</p> <p>- کاهش ۲۳٪ مولید از ۱۹,۵ در هزار در سال ۱۳۹۵ به ۱۳,۶ در سال ۱۳۹۹</p> <p>- افزایش نرخ باروری کل از ۱,۹ در سال ۱۳۹۰ به ۲,۱۴ و ۱,۱۱ در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ رسید و سپس کاهش نرخ باروری به ۱,۶۶ در سال ۱۳۹۹</p> <p>- سیر نزولی تعداد ازدواج‌ها به ۵۵۷ هزار مورد ثبت شده در سال ۱۳۹۹ با افزایش محدود میانگین سن ازدواج به ۲۷,۶ سال در مردان و ۲۳,۵ سال در زنان</p>

۱ بر مبنای داده‌های سرشماری سال ۱۳۶۵، پیش‌بینی شده بود که جمعیت کشور از حدود ۵۲,۷۷۵ میلیون نفر در سال ۱۳۶۷ به ۶۱,۲۸۸ میلیون نفر در سال ۱۳۷۲ و ۱۰۷ میلیون نفر در سال ۱۳۹۰ خواهد رسید. (سازمان برنامه و بودجه کشور، ۱۳۶۸: ۳۸).

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در تطبیق «سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه در ایران» با «پارادایم‌های ارتباطات توسعه» چنین به نظر می‌رسد که این سیاست‌ها، در ابتدا غالباً با نگاهی از بالا به پایین همچون پارادایم نوسازی تدوین شده و بیشتر توسعه کمی ارتباطات را مدنظر داشتند. اما به تدریج سیاست‌های ارتباطی برنامه‌های توسعه به سوی پارادایم توانمندسازی، ارتباطات مشارکتی و استفاده از ارتباطات برای تسهیل مشارکت اجتماعی پیش رفته و فرایندی رو به رشد را طی کرده‌اند.

مشخصاً بررسی سیاست‌گذاری ارتباطی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب بر اساس نظریه مجید تهرانیان؛ نیز حاکی از آن است که هر دو برنامه مذکور، سه مرحله این نظریه را در بر دارند. «توسعه ارتباطات» که در برنامه اول معطوف به ارتباطات صوتی و تصویری و پستی بوده در برنامه ششم شامل توسعه ICT و توسعه زیرساخت‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی شده و ارتباطات دیجیتال، شبکه‌ای و هوشمند را هدف قرار داده است. البته برنامه اول؛ علاوه بر تعیین تکالیف کمی، به «کیفیت در تولید محتوای ارتباطی» هم اشاره دارد ولی برنامه ششم صرفاً رویکرد کمی در این زمینه دارد. در برنامه اول از «ارتباطات برای توسعه اقتصادی و آموزشی» بهره برده شده اما در برنامه ششم؛ از «توسعه فرهنگی، خدمات الکترونیک و فضای مجازی و عدالت و شفافیت به وسیله ارتباطات»، سخن به میان آمده است. و سومین مرحله یعنی «توسعه برای ارتباطات»؛ برنامه اول، زمینه مشارکت مردم در امور سیاسی اجتماعی و تأمین هزینه خدمت عمومی و مشارکت زنان در راستای تحدید موالید را مورد توجه قرار داده است. البته برنامه ششم به لحاظ اعلان ضرورت «حمایت از گفت‌وگو در سطح ملی به منظور تعاطی افکار، اجرای قانون دسترسی آزاد و شفاف اطلاعات و تشکیل اتاق فکر به منظور ایجاد وفاق فرهنگی میان نخبگان، سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی» نسبت به برنامه اول در زمینه «توسعه برای ارتباطات» مترقی‌تر تدوین شده است.

برنامه‌های اول و ششم توسعه؛ دو سیاست جمعیتی متفاوت را در دستور کار داشتند که به ترتیب «کاهش جمعیت» و «افزایش فرزندآوری» را شامل می‌شد. فارغ از اینکه سهم موضوع «جمعیت» در برنامه ششم توسعه (اعم از سیاست‌های کلان حاکم بر آن، سندهای تفصیلی و پیوست‌ها) به مراتب کمتر از برنامه اول توسعه بود^۱؛ نوع نگارش سیاست‌های جمعیتی در دو

۱ برنامه اول، فصل مجزایی برای «جمعیت» دارد؛ که نخستین فصل از سیاست‌های کلان این برنامه است اما برنامه ششم در لابه‌لای فصول «بیمه و سلامت» و «فرهنگ و ورزش» به موضوع جمعیت پرداخته است. برنامه

برنامه اول و ششم توسعه نیز متفاوت بوده^۱ و رویکرد دولت و مجلس در تدوین سیاست‌های جمعیتی دو برنامه توسعه مذکور، نیز تفاوت داشته است. چه آنکه مجلس سوم شورای اسلامی در تصویب برنامه اول توسعه، در سیاست‌های جمعیتی لایحه دولت تغییری ایجاد نکرده و تماماً آن را تصویب کرده که گویای همگرایی مجلس و دولت در این مورد است اما در جریان تصویب برنامه ششم در مجلس یازدهم، موارد متعددی به سیاست‌های جمعیتی اضافه شده که اختلاف نظرهای این دو قوه در سیاست‌های جمعیتی را نشان می‌دهد.^۲

مطالعه تطبیقی سیاست‌های جمعیتی دو برنامه مذکور حاکی از آن است که برنامه اول توسعه، دارای اهداف کمی مشخص‌تری در سیاست‌های جمعیتی خود بوده و بیش از ۱۰۰ درصد اهداف آن در کنترل مولید محقق شده است؛ اما برنامه ششم حتی به محدود اهداف کمی جمعیتی خود (همچون افزایش نرخ باروری به ۲,۵ برای هر زن) دست نیافت. افزایش نرخ باروری مهم‌ترین سیاست جمعیتی برنامه ششم توسعه بود که تنها در دو سال از طول اجرای پنج‌ساله این قانون (سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶) به بیش از ۲,۱ یعنی بیش از نرخ جایگزینی رسید. (سازمان برنامه‌بودجه کشور، ۱۴۰۰: ۱۲-۱۸ و ۱۹). این امر حاکی از عدم همراهی جامعه با سیاست افزایش جمعیت در برنامه ششم توسعه پس از انقلاب است؛ حال آنکه رفتار جامعه با سیاست کاهش جمعیت در برنامه اول توسعه، همراه بود. همچنین برنامه اول اهداف زمان‌بندی مشخص کوتاه و بلندمدت دارد؛ همچون افق کوتاه‌مدت پنج‌ساله برای جلوگیری از یک‌میلیون مولود ناخواسته و افزایش ۲۴ درصدی جمعیت تحت پوشش تنظیم خانواده و افق ۲۰ ساله تا سال ۱۳۹۰ برای کاهش باروری از ۶,۴ به ۴ برای هر زن. اما برنامه ششم فاقد

اول توسعه حتی به «توزیع جغرافیایی جمعیت» اشاره کرده و برای حجم جمعیت در مناطق مختلف شهری، روستایی و عشایری کشور برنامه‌ریزی نموده است. اما برنامه ششم توسعه، فاقد نگاه توزیع جغرافیایی جمعیت است.

۱ عبارت‌ی نظیر اینکه «وزارت بهداشت موظف است با همه توان و امکانات خود اقدام کند» در برنامه اول توسعه بکار برده شده اما در برنامه ششم توسعه از عباراتی نظیر «زمینه‌سازی»، «حمایت و پشتیبانی» و «تمهیداندیشی» استفاده شده است.

۲ دولت در لایحه برنامه ششم تنها به این بند اکتفا کرده بود: «ارتقا پویایی و بالندگی جمعیت با افزایش نرخ باروری به بیش از سطح جانشینی از ۱,۸ به ۲,۱ و ارتقا کیفیت جمعیت». (معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری، ۱۳۹۳: ۲۴۹). اما مجلس شورای اسلامی افزایش نرخ باروری را به ۲,۵ تغییر داده و در بندهای دیگری «ضرورت کاهش ۱۰ درصدی میانگین سن ازدواج»، «افزایش ۵۷,۵ درصدی زایمان طبیعی»، «کاهش ۶,۲ درصدی عوارض بارداری و سقط جنین» و ... را نیز تعیین کرد.

اهداف بلندمدت است و فقط افزایش نرخ باروری تا حداقل ۲,۵ را طی عمر پنج‌ساله این برنامه هدف‌گذاری کرده بود که محقق نشد.

اما وجه مشترک سیاست‌های جمعیتی برنامه‌های اول و ششم توسعه پس از انقلاب، آن است که هیچ‌کدام برای آگاهی مردم از این سیاست‌ها (چه کاهش مولید و چه افزایش فرزندآوری) تمهیدی نیندیشیده‌اند. این در حالی است که برنامه عمرانی چهارم قبل از انقلاب هم از ارتباطات برای توسعه سیاست‌های جمعیتی استفاده کرده بود و هم با اعزام مروجین، تا مرحله "توسعه برای ارتباطات" پیش رفته بود.

بررسی دو قانون جمعیتی مصوب ذیل برنامه‌های اول و ششم توسعه نیز نشان داد که در قانون تنظیم خانواده (مصوب ۱۳۷۲) بر استفاده از ارتباطات برای آگاهی عمومی از ضرورت کاهش جمعیت و «سلامت مادر و کودک» تأکید شده بود اما قانون جوانی جمعیت و خانواده (مصوب ۱۴۰۰) در کنار تأکید بر «ارزشمندی تعدد فرزندان» بر استفاده از ارتباطات برای آگاهی از وجوه مثبت ازدواج و نقش مادری و همسری تأکید دارد. این قانون اگرچه به لحاظ تعیین «قالب» برای ارائه محتوای رسانه‌ای و «ایجاد ممنوعیت» در انتشار محتوای مغایر سیاست‌های جمعیتی، از منظر «توسعه به وسیله ارتباطات» پیشروتر است؛ اما فاقد رویکرد «توسعه برای ارتباطات» است. حال آنکه قانون تنظیم خانواده به صراحتاً جلب مشارکت فعالان رسانه‌ای برای آگاهی عمومی از برنامه‌های جمعیتی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اشاره دارد.

بر این اساس به برنامه‌ریزان توسعه کشور پیشنهاد می‌شود که در تعیین سیاست‌های جمعیتی، علاوه بر هدف‌گذاری کمی مشخص کوتاه و بلندمدت؛ برای «آگاهی عمومی» از این سیاست‌ها نیز تدابیر لازم را در قالب سیاست‌های ارتباطی بیندیشند. این تدابیر نباید صرفاً به مرحله «ارتباطات برای توسعه» محدود شده و لازم است به مرحله «توسعه برای ارتباطات» نیز ورود یابد تا زمینه مشارکت عمومی برای اجرای سیاست‌های جمعیتی - فارغ از آنکه افزایشی باشند یا کاهش‌ی - فراهم گردد.

منابع

- امانی، سیدمهدی (۱۳۷۸). جمعیت‌شناسی جهان. چاپ اول. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- تهرانیان، مجید (۱۳۵۵). گزارش کمیته اطلاعات و ارتباطات جمعیتی برنامه ششم عمرانی. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۴). بنیان‌های مطالعات ارتباطات و توسعه ملی در ایران. فصلنامه علوم اجتماعی. ۲۱ و ۲۰: ۵۶-۷.
- خانیکی، هادی (۱۴۰۱). اندیشه پیشرفت و تحولات جدید جامعه ایران؛ بازخوانی مطالعات مجید تهرانیان در حوزه‌های توسعه فرهنگ و ارتباطات. چاپ اول. تهران: نی.
- خانیکی، هادی؛ شاه قاسمی، زهره (۱۳۹۴). تحول مفهومی «ارتباطات» و «توسعه» در برنامه‌های توسعه‌ای ایران (مطالعه موردی: آخرین برنامه توسعه نظام گذشته در سال ۱۳۵۵ و نخستین برنامه توسعه سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۳). فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی. ۴ (۳): ۸۳-۱۱۰.
- خزایی، حسین (۱۳۸۷). «رسانه و سیاست تنظیم خانواده». فصلنامه پژوهش و سنجش. ۱۴ (۵۲): ۱۸۱-۱۹۴.
- سازمان برنامه‌وبودجه، (۱۳۶۸). برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه
- سازمان برنامه‌وبودجه، (۱۳۷۴). برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه
- سازمان برنامه‌وبودجه، (۱۳۷۹). برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه.
- سازمان برنامه‌وبودجه، (۱۳۸۴). برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه.
- سازمان برنامه‌وبودجه، (۱۳۹۰). برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه.
- سازمان برنامه‌وبودجه، (۱۳۹۶). قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌وبودجه کشور.

- سازمان برنامه‌بودجه کشور، (۱۴۰۰). گزارش عملکرد قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۹. جلد اول: حوزه فرابخشی، چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌بودجه کشور.
 - سرواس، جان (۱۳۸۴). به سوی رویکرد جدید ارتباطات و توسعه. ترجمه پیروز ایزدی. فصلنامه رسانه. ۶۴ (۲): ۱۲۱-۱۴۹.
 - سوبوتکا توماس، ماتیساک آنا و بروزوسکا زوزانا (۲۰۲۰). پاسخ‌های سیاستی به باروری پایین. ترجمه رسول صادقی و میلاد بگی (۱۳۹۹). چاپ اول. تهران: مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور.
 - شفیع‌سروستانی، ابراهیم (۱۳۹۲). بایسته‌های تغییر سیاست جمعیتی با تأکید بر نقش رسانه ملی. ماهنامه معرفت. ۲۲ (۱۸۹): ۲۵-۴۴.
 - شیخی، محمدتقی (۱۳۶۸). مقدمه‌ای بر میانی جمعیت‌شناسی. چاپ اول. تهران: آرام.
 - عظیمی، حسین (۱۳۶۰). رشد جمعیت و نیازهای ناشی از آن. چاپ اول. تهران: سازمان برنامه‌بودجه، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و نیروی انسانی
 - ملکات، سروینیواس آر (۲۰۰۳). نظریه‌های ارتباطات توسعه. ترجمه یونس شکرخواه (۱۳۸۴). فصلنامه رسانه. ۶۴ (۲): ۷۶-۴۹
 - مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۳). یادداشت. فصلنامه رسانه. ۱۵ (۲): ۴-۱
- منابع انگلیسی:

- Amani, Seyyed Mahdi (1999). Demography of the World. First Edition. Tehran: Organization for the Study and Compilation of Humanities Books for
- Azimi, Hossein (1981). Population Growth and Its Resulting Needs. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget, Office of Social Planning and Human Resources. (in Persian)
- Bailey, Pete. (2020). Why is Brazil a useful model in demographics?. Population education. <https://overpopulation-project.com/why-is-brazil-a-useful-model-in-demographics/>
- Bailey, Pete. (2020). Why is Brazil a useful model in demographics?. Population education. <https://overpopulation-project.com/why-is-brazil-a-useful-model-in-demographics/>
- Bailey, Pete. (2020). Why is Brazil a useful model in demographics?. Population education. <https://overpopulation-project.com/why-is-brazil-a-useful-model-in-demographics/>
- Chamie, Joseph. (2023). America's goal of perpetual population growth is Ponzi demography. The HILL. <https://thehill.com/opinion/immigration/4020982-americas-goal-of-perpetual-population-growth-is-ponzi-demography/>
- Chamie, Joseph. (2023). America's goal of perpetual population growth is Ponzi demography. The HILL. <https://thehill.com/opinion/immigration/4020982-americas-goal-of-perpetual-population-growth-is-ponzi-demography/>

- Chamie, Joseph. (2023). America's goal of perpetual population growth is Ponzi demography. The HILL.
- Derer, Patricia. (2019). Thailand's success story – Family planning with creativity and humor. Family Planning program, overpopulation-project. <https://overpopulation-project.com/thailand>
- Derer, Patricia. (2019). Thailand's success story – Family planning with creativity and humor. Family Planning program, overpopulation-project. <https://overpopulation-project.com/thailand>
- Derer, Patricia. (2019). Thailand's success story – Family planning with creativity and humor. Family Planning program, overpopulation-project. <https://overpopulation-project.com/thailand>
- Götmarm, Frank, Andersson, Malte. (2023). *Making media seriously discuss population growth and its consequences – a case in Sweden*. The Overpopulation Project. <https://overpopulation-project.com/making-media-seriously-discuss-population-growth-and-its-consequences-a-case-in-sweden/>
- Götmarm, Frank, Andersson, Malte. (2023). *Making media seriously discuss population growth and its consequences – a case in Sweden*. The Overpopulation Project. <https://overpopulation-project.com/making-media-seriously-discuss-population-growth-and-its-consequences-a-case-in-sweden/> Amani, Seyyed Mahdi (1999). *Demography of the World*. First Edition. Tehran: Organization for the Study and Compilation of Humanities Books for
- Götmarm, Frank, Andersson, Malte. (2023). *Making media seriously discuss population growth and its consequences – a case in Sweden*. The Overpopulation Project. <https://overpopulation-project.com/making-media-seriously-discuss-population-growth-and-its-consequences-a-case-in-sweden/> <https://thehill.com/opinion/immigration/4020982-americas-goal-of-perpetual-population-growth-is-ponzi-demography/>
- Iran in 2004). *Journal of Social-Cultural Development Studies*. 4 (3): 83-110 (in Persian)
- Iran in 2004). *Journal of Social-Cultural Development Studies*. 4 (3): 83-110 (in Persian)
- Khaniki, Hadi (2005). *Foundations of Communication Studies and National Development in Iran*. *Social Sciences Quarterly*. 20 and 21: 56-7. (in Persian)
- Khaniki, Hadi (2022). *The Idea of Progress and New Transformations in Iranian Society; Revisiting Majid Tehranian's Studies in the Fields of Culture and Communication*. First Edition. Tehran: Ney. (in Persian)
- Khaniki, Hadi; Shah Qasemi, Zahra (2015). *Conceptual Transformation of "Communication" and "Development" in Iran's Development Programs (Case Study: The Last Development Program of the Previous Regime in 1976 and the First Development Program of the Vision Document of the Islamic Republic of*
- Khazaei, Hossein (2008). "Media and Family Planning Policy." *Research and*
- Mahdizadeh, Seyyed Mohammad (2004). *Note*. *Media Quarterly*. 15 (2): 4-1 (in Persian)
- Malakat, Sarviniwas AR (2003). *Theories of Communication for Development*. Translated by Younes Shakerkhah (2005). *Media Quarterly*. 64 (2): 76-49. (in Persian)
- *Measurement Quarterly*. 14 (52): 181-194. (in Persian)
- Organization for Planning and Budget (1989). *First Economic, Social, and Cultural Development Plan of the Islamic Republic of Iran*. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget. (in Persian)
- Organization for Planning and Budget (1995). *Second Economic, Social, and Cultural Development Plan of the Islamic Republic of Iran*. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget. (in Persian)

- Organization for Planning and Budget (2000). Third Economic, Social, and Cultural Development Plan of the Islamic Republic of Iran. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget. (in Persian)
- Organization for Planning and Budget (2005). Fourth Economic, Social, and Cultural Development Plan of the Islamic Republic of Iran. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget.
- Organization for Planning and Budget (2011). Fifth Economic, Social, and Cultural Development Plan of the Islamic Republic of Iran. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget. (in Persian)
- Organization for Planning and Budget (2017). Law of the Sixth Five-Year Economic, Social, and Cultural Development Plan of the Islamic Republic of Iran and Law on Permanent Provisions of Development Plans. First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget. (in Persian)
- Organization for Planning and Budget (2021). Report on the Performance of the Sixth Development Plan of the Islamic Republic of Iran in 2020. Volume One: Cross-Sectoral Area, First Edition. Tehran: Organization for Planning and Budget. • Serwas, John (2005). Towards a New Approach to Communication and Development. Translated by Pirouz Izadi. Media Quarterly. 64 (2): 121-149 (in Persian)
- Shafiei Sarvestani, Ebrahim (2013). Requirements for Changing Population Policy with Emphasis on the Role of National Media. Monthly Journal of Ma'arifat. 22 (189): 25-44. (in Persian)
- Sheikh, Mohammad Taghi (1989). Introduction to the Fundamentals of Demography. First Edition. Tehran: Aram.
- Subotka, Tomas, Matysak, Anna, and Boruzska, Zuzana (2020). Policy Responses to Low Fertility. Translated by Rasoul Sadeghi and Milad Bagi (2020). First Edition. Tehran: Institute for Comprehensive Population Studies and Management. (in Persian)
- Subotka, Tomas, Matysak, Anna, and Boruzska, Zuzana (2020). Policy Responses to Low Fertility. Translated by Rasoul Sadeghi and Milad Bagi (2020). First Edition. Tehran: Institute for Comprehensive Population Studies and Management. (in Persian)
- Tehranian, Majid (1976). Report of the Committee on Information and Communication of the Sixth Development Plan. Tehran: Organization for Planning and Budget. (in Persian)
- Universities(in Persian)
- Williams, Stephen. (2023). Big Australia needs rethink on World Population Day 2023. The Overpopulation Project. <https://overpopulation-project.com/big-australia-needs-rethink-on-world-population-day-2023>
- Williams, Stephen. (2023). Big Australia needs rethink on World Population Day 2023. The Overpopulation Project. <https://overpopulation-project.com/big-australia-needs-rethink-on-world-population-day-2023/>