

The Position and the Role of Culture Building Strategy in Increasing Fertility and Population

Esmail Cheraghi Kutiani  / Assistant Professor at the Department of Sociology, the Imam Khomeini Institute for Education and Research

Received: 2025/02/04 - Accepted: 2025/04/21

esmaeel. cheraghi@gmail. com

Abstract

The low rate of fertility and population is considered as a multifaceted issue. However, this is more a cultural phenomenon than a demographic one. Thus, just as low fertility spread through culture in Iran decades ago, the way to tackle this problem is through culture. Culture building is one of the most important strategies for increasing fertility and population. Policymakers cannot ignore cultural strategies when designing population growth models. Culture's profound impact on shaping social worlds and meaning systems makes culture building essential in this regard. Therefore, this study tries to examine the position of culture building in boosting fertility and population. Using descriptive-analytical method, the data were collected via documentary and library sources. The findings indicate that culture building strategy through promoting Islamic lifestyle, timely and easy marriage, condemning celibacy, reforming the consumption model, utilizing the supportive capacity of the elderly, normalizing the culture of having large families, discouraging divorce, and promoting natural childbirth effectively increase fertility.

Keywords: culture, strategy, culture building, fertility, population.

نوع مقاله: ترویجی

جایگاه و نقش راهبرد فرهنگ‌سازی در افزایش باروری و جمعیت

esmaeel.cheraghi@iki.ac.ir

اسماعیل چراغی کوتیانی  / استادیار گروه جامعه‌شناسی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی
دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۶ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱

چکیده

موضوع کم‌فرزندآوری و کاهش باروری، دارای ابعاد و زوایای گوناگون است. با این همه، اما بیش از آنکه مسئله‌ای جمعیت‌شناختی باشد، پدیده‌ای فرهنگی است. از این‌رو راه برون‌رفت از آن نیز از سنخ امر فرهنگی است. همان‌گونه که کم‌فرزندآوری در دهه‌های پیشین فرایندی بود که از طریق فرهنگ در جامعه ایرانی، اشاعه یافت. یکی از مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی برای افزایش باروری و جمعیت، فرهنگ‌سازی است. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در طراحی، تدوین و اجرای الگوی افزایش جمعیت، از فرهنگ‌سازی بی‌نیاز نیستند. اهمیت و ضرورت فرهنگ‌سازی در موضوع افزایش باروری از آن جهت است که مسئله فرهنگ بر شکل‌گیری جهان اجتماعی و نظام‌های معنایی متفاوت تأثیری شگرف دارد. از این‌رو در این نوشتار تلاش شده است تا جایگاه فرهنگ‌سازی در افزایش باروری و جمعیت، مورد بررسی قرار گیرد. داده‌های پژوهش به صورت اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده و با کاربرست روش توصیفی و تحلیلی، پردازش شده‌اند. یافته‌ها بیانگر این است که راهبرد فرهنگ‌سازی از طریق ترویج سبک زندگی اسلامی، ترویج ازدواج بهنگام و آسان، نکوهش تجرد، اصلاح الگوی مصرف، بهره‌گیری ظرفیت حمایتگری سالمندان، اشاعه گفتمان خانواده پرفرزند، تقبیح طلاق و فرهنگ‌سازی برای زایمان طبیعی بر افزایش باروری تأثیر می‌گذارد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، راهبرد، فرهنگ‌سازی، باروری، جمعیت.

مقدمه

فرهنگی در سه مرحله تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی رخ داده و زمینه برای تغییر نگرش‌ها، باورها، ایدئولوژی‌ها، انتقال اطلاعات و سبک‌های زندگی در فرایند انطباق افراد با محیط را فراهم می‌آورد (Bennet, 1973, p. 313). یکی از شاخص‌های مهم فرهنگ‌سازی، تثبیت مؤلفه‌های فرهنگ است. از این رو فرهنگ‌سازی به تغییر رویه‌های مقطعی و زودگذری که بر اثر پُر واک اجتماعی ایجاد شده باشند، اطلاق نمی‌شود. بر این اساس، فرهنگ‌سازی از هر طریقی که پدید آید باید به گونه‌ای صورت پذیرد که ارزش‌ها، ایده‌ها، سنت‌ها و سبک‌های شاخص به‌عنوان بنیادهای فرهنگ تداوم، استمرار و تثبیت یابند (Lull, 1988, p. 7-15). به‌هررو، منظور از فرهنگ‌سازی در اینجا عبارت است از: اشاعه و تثبیت هرگونه عناصر و مجموعه‌های فرهنگی که به افزایش باروری و جمعیت کمک می‌کند.

اهمیت و ضرورت فرهنگ‌سازی در موضوع افزایش جمعیت از آن جهت است که مسئله فرهنگ بر شکل‌گیری جهان اجتماعی و نظام‌های معنایی متفاوت تأثیری شگرف دارد. به تعبیر برخی اندیشمندان «فرهنگ می‌تواند تبیین کند چرا افراد یا جوامعی که به‌ظاهر از نظر اقتصادی در شرایط یکسانی به سر می‌برند، ولی از نظر آداب و رسوم و زبان متفاوت هستند، در زمینه‌های جمعیتی، متفاوت عمل می‌کنند. فرهنگ می‌تواند توضیح دهد که چرا یک منطقه در طول زمان از نظر جمعیتی، یکسان عمل می‌کند، هرچند شرایط اقتصادی آنان تغییر می‌یابد. به‌کارگیری فرهنگ، به‌عنوان مبانی تحلیل، می‌تواند زمینه‌های تبیین را به سطحی بالاتر ارتقاء دهد» (hammel, 1990, p. 455).

آنچه در فرایند فرهنگ‌سازی در موضوع جمعیت مورد تأکید است، آشکارسازی نقش ارزش‌ها و نظام‌های معنایی در شکل‌گیری رفتارهای باروری و بعد مطلوب خانواده است. فرایند فرهنگ‌سازی، می‌کوشد تأثیر زمینه اجتماعی و فرهنگی رفتار باروری را در نظر گرفته و بر عواملی که در ایجاد و تغییر این ارزش‌ها و نظام‌های معنایی مهم‌اند، تأکید کند.

اهمیت فرهنگ‌سازی در موضوع افزایش جمعیت به میزانی است که رهبر معظم انقلاب به‌صورت ویژه بر آن تأکید دارند. ایشان ضمن تأکید بر اهمیت فرهنگ‌سازی در حوزه جمعیت، از انجام نشدن کار صحیح فرهنگی اظهار تأسف می‌کنند. ایشان معتقدند: می‌خواهیم مسئله به شکل عمیق و علمی حل بشود؛ گره‌های

موضوع جمعیت، موضوعی متأثر از ساختارهای فرهنگی است. این بدان معناست که مسئله جمعیت پیش از آن زاینده اقتصاد و یا سیاست باشد، اثرپذیر از فرهنگ و عناصر فرهنگی، به‌ویژه اجرای الگوهای نوسازی غربی در ساخت‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. از این رو مواجهه با مسئله فرهنگی، از مسیری فرهنگی باید پی گرفته شود. گفتمان کم‌فرزندآوری، در دهه‌های پیشین از طریق فرهنگ در جامعه ایرانی، اشاعه یافت؛ از این رو راه حل مسئله‌مندی جمعیت نیز از مسیر دگرگونی‌های فرهنگی امکان‌پذیر است. بنابراین باید پذیرفت که بازگشت‌پذیری وضعیت کنونی نه نیازمند به اصلاحات تک‌ساختی، مقطعی و کوتاه مدت که وابسته به سامان‌دهی ساختارهای شالوده‌ای و تحولات گفتمانی است که فرصتی فراخ را می‌طلبد. این امر، نشانگر اهمیت و ضرورت توجه به فرایندهای سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی است.

پیش‌فرض اساسی نوشتار این است که امروزه هم موضوع جمعیت و هم مسیرهای افزایش آن به‌مثابه موضوعی راهبردی باید نگریسته شود. منظور از راهبرد، هرگونه سیاست، برنامه یا یک طرح کلان به منظور سازماندهی و مدیریت اقدامات گوناگون برای دستیابی به اهداف مشخص و بلندمدت با توجه به تغییرات محیطی و شکل دادن به آینده و کنترل آن است. از این رو یک راهبرد بهینه، حاوی تعریف هدف بلندمدت، راهکارهای دستیابی به آن، چگونگی به‌کارگیری ظرفیت‌های گوناگون و پیش‌بینی منابع لازم است (انوری، ۱۳۸۱، ص ۲۶۸). بنابراین در موضوع افزایش جمعیت و باروری نگرش راهبردی به‌معنای، تدوین سیاست‌ها و طرح و برنامه‌ها به‌گونه‌ای است که همه اقدامات برای رسیدن به این هدف مهم را مدیریت کرده و راهبردها و راهکارهای دستیابی به آنها را بیان کند.

یکی از مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی برای افزایش باروری و جمعیت، فرهنگ‌سازی است. منظور از فرهنگ‌سازی، فرایند نهادینه‌سازی و تثبیت مؤلفه‌های فرهنگ در جامعه است. برخی اندیشمندان فرهنگ‌سازی را مظهر تعامل بین ساختار ذهنی اقناع‌کننده و پایدار به‌عنوان ژرفای فرهنگ و پوسته فرهنگی لایه‌های زندگی روزمره دانسته‌اند (Lull, 2000, p. 130). از رهگذر این تعامل است که مؤلفه‌های فرهنگ در جامعه اشاعه یافته و تثبیت می‌شوند. این تعامل از طریق واسطه‌های

و راهکارهای افزایش جمعیت پرداخته است. کتاب *رسانه ملی و تغییر سیاست جمعیتی؛ مسئله‌شناسی، راهبردها و سیاست‌ها* (شفیعی سروستانی، ۱۳۹۱) به بحث از راهبردهای افزایش جمعیت پرداخته است. این اثر که حاصل گفت‌وگوی نویسنده با تعدادی از صاحب‌نظران حوزه جامعه‌شناسی و رسانه است، صرفاً بر راهبردهای رسانه‌ای برای افزایش جمعیت تمرکز کرده است. کتاب فرصت جمعیت؛ چشم‌انداز تحولات جمعیت در ایران (فولادی، ۱۳۹۹) نیز در پایان فصل چهارم خود به برخی از راهبردها و راهکارهای افزایش باروری با عطف توجه بر راهبردهای اجتماعی - فرهنگی و راهبردهای اقتصادی پرداخته است. با این همه آنچه این اثر را از نگاشته‌های پیشین متمایز می‌کند، تمرکز بر «فرهنگ‌سازی» به‌عنوان یکی از راهبردهای فرهنگی افزایش باروری و جمعیت است.

۱. جایگاه فرهنگ‌سازی در افزایش باروری و جمعیت

موضوع باروری و جمعیت، موضوعی چندبعدی بوده و فرهنگ و ساختارهای فرهنگی جایگاه و نقشی تعیین‌کننده در دگرگونی‌های آن، ایفا می‌کنند. شناخت دقیق این جایگاه، می‌تواند به مردم، سیاست‌گذاران و متولیان امر جمعیت در پیشبرد الگوی افزایش یاری رساند. فرهنگ‌سازی هم می‌تواند توسط خود مردم و گروه‌های مختلف اجتماعی و هم توسط حکومت‌ها، تحقق پذیرد، اما از آنجاکه موضوع فرهنگ‌سازی امروزه به‌سبب نقش تأثیرگذار رسانه‌های ارتباطی در اشاعه فرهنگ از یک‌سو و انحصار ابزار پیشرفته ساخت و انتشار فرهنگ در دست حکومت‌ها، از سوی دیگر است. در اینجا بیشتر بر نقش سیاست‌گذاران جمعیتی و مسئولان و متولیان امر فرهنگ، در فرهنگ‌سازی تأکید می‌شود. در ادامه به جایگاه و نقش فرهنگ‌سازی در راستای افزایش جمعیت پرداخته می‌شود.

۱-۱. ترویج سبک زندگی اسلامی

بیش از هر راهکار فرهنگی برای حل مسائل اجتماعی به‌صورت عام و مسئله جمعیت به‌صورت خاص، ترویج سبک زندگی و گسترش فرهنگ دینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا ارزش‌ها و باورهای دینی، حمایتگر و توصیه‌کننده به تشکیل خانواده، تکثیر نسل و فرایندهای آن هستند. بنابراین همه آحاد جامعه به‌صورت عام و دولت اسلامی به‌صورت خاص، باید در راستای ترویج سبک

ذهنی‌ای که وجود دارد باز بشود، حقیقت قضیه روشن بشود... از گذاشتن قانون به‌نظر من مهم‌تر است؛ چون فرهنگ‌سازی در این مسئله مثل خیلی از مسائل دیگر اجتماعی، حرف اول را می‌زند؛ باید فرهنگ‌سازی بشود که متأسفانه امروز این فرهنگ‌سازی نیست، تعطیل است؛ با اینکه حالا گفته شده، ما هم گفته‌ایم، دیگران هم گفته‌اند، در مجلس هم مطرح شده، بعضی‌ها هم کم و بیش اینجا و آنجا بحث می‌کنند، لکن کار فرهنگی به‌معنای صحیح انجام نگرفته (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار اعضای همایش ملی تغییرات جمعیتی، ۱۳۹۲/۸/۶).

ایشان ضمن اشاره به نتایج بررسی علمی و کارشناسی دقیق مبنی بر کاهش و سالمندی جمعیت در آینده نزدیک، همه مسئولان و نیز روحانیت را بر انجام کار فرهنگی تکلیف کرده و تأکید می‌کنند که:

اینها چیزهای خطرناکی است؛ اینها را بایستی مسئولان کشور بجد نگاه کنند و دنبال کنند. در این سیاست تحدید نسل حتماً بایستی تجدیدنظر شود و کار درستی باید انجام بگیرد. این مسئله افزایش نسل و اینها جزو مباحث مهمی است که واقعاً همه مسئولان کشور - نه فقط مسئولان اداری - روحانیون، کسانی که منبرهای تبلیغی دارند، باید در جامعه درباره آن فرهنگ‌سازی کنند (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار کارگزاران، ۱۳۹۱/۵/۳).

نظر به اهمیت موضوع فرهنگ‌سازی در موضوع افزایش باروری و جمعیت، در این نوشتار تلاش شده است تا به پرسش از «نقش فرهنگ‌سازی در افزایش باروری و جمعیت» پاسخ داده شود. در این میان به نقش سیاست‌گذاران و متولیان فرهنگ در راستای فرهنگ‌سازی موضوع افزایش باروری و جمعیت نیز پرداخته شده است. گردآوری داده‌ها و اطلاعات به صورت اسنادی و کتابخانه‌ای بوده و در پردازش داده‌ها از شیوه توصیفی و تحلیلی استفاده شده است.

علی‌رغم تأکید بسیاری از اندیشمندان بر ضرورت فرهنگ‌سازی در عرصه باروری و فرزندآوری، اما به اثر علمی که به‌صورت ویژه به این موضوع پرداخته باشد، دست نیافتیم. اما در برخی آثار به مناسبت بحث از عوامل تأثیرگذار بر باروری به موضوع فرهنگ نیز پرداخته شده است. کتاب *بحران خاموش* (چراغی کوتیانی، ۱۳۹۷) در خصوص بررسی علل فرهنگی - اجتماعی کاهش باروری در خانواده ایرانی است. نویسنده در بخش پایانی کتاب به‌صورت گذرا به برخی راهبردها

ص ۵۸۳)، قرار گرفتن در ولایت و حمایت خداوند (فیض کاشانی، ۱۴۱۷ق، ج ۳، ص ۵۴)، به خشم آوردن شیطان (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۰، ص ۲۲۱)، کامل شدن ایمان (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۸، ج ۴، ص ۵۶)، زیاد شدن روزی (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۱۰، ص ۵۸۶)، برتری عبادت (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۱۰، ص ۵۸۴) بیان شده است.

از سوی دیگر مسلمانان را تشویق می‌کند که ازدواج را به تأخیر نیندازند. امام صادق علیه السلام فرمودند:

جبرئیل امین بر پیامبر صلی الله علیه و آله نازل شد و عرض کرد: ای محمد پروردگارت به تو سلام می‌رساند و می‌فرماید: دختران و زنان باکره مانند میوه درختان هستند و همان‌طور که میوه وقتی می‌رسد، چاره‌ای جز چینیدن ندارد، و گرنه تابش خورشید و وزش باد آن را فاسد می‌کند، دختران و زنان باکره هم، چاره‌ای جز ازدواج ندارند، و گرنه از گرفتار شدن به فتنه و انحراف، در امان نیستند چون بشرند (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۱۰، ص ۶۰۴).

در برخی روایات یکی از نشانه‌های خوشبختی مرد این دانسته است که دخترش در خانه پدری حیض نبیند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۱، ص ۹۲). بدون شک تشویق به تشکیل خانواده و عدم تأخیر ازدواج بستری مقبول و مشروع برای زادآوری و نیز زادآوری زیاد است. وقتی جوانان در سنین پایین‌تر ازدواج کنند، بازه زمانی بیشتری برای فرزندآوری در اختیار خواهند داشت. این در حالی است که به جهت بروز مشکلات اقتصادی و گران بودن تشکیل خانواده از یک‌سو و رواج پاره‌ای از سنت‌های فرهنگی بی‌پایه از سوی دیگر، تشکیل خانواده «دیر» و «سخت» تحقق پیدا می‌کند. سخت بودن و دیر تشکیل شدن خانواده بیش از آنکه به عوامل اقتصادی وابسته باشد، ناشی از سنت‌های فرهنگی است. از این‌رو یکی از راهبردهای فرهنگی مهم و تأثیرگذار در فرایند افزایش جمعیت، فرهنگ‌سازی در خصوص شکل‌گیری ازدواج‌های بهنگام و آسان است. حاکمیت اگر به‌صورت جدی به دنبال افزایش باروری و جمعیت است، نخستین گام آن شکل‌گیری بستر فرزندآوری، یعنی خانواده است. از این‌رو باید به موضوع ازدواج و خانواده به صورت ویژه پرداخته و برای تشکیل بهنگام و آسان آن برنامه‌ریزی کرده و از طریق فرایند فرهنگ‌سازی به اشاعه و تثبیت آن کمک کند. هرچند فرایند فرهنگ‌سازی در حیطه یک منطقه کوچک و محدود و توسط مردم نیز امکان تحقق دارد؛ اما از آنجاکه ابزار پر قدرت فرهنگ‌سازی چون

زندگی اسلامی و تحقق اندیشه و اهداف دینی، به ایفای نقش فعال بپردازند. در حقیقت، تلاش برای ارتقای اندیشه و بنیادها و ترویج سبک زندگی دین‌مدار از طریق فرهنگ‌سازی، یکی از کارویژه‌های حکومت اسلامی است. حاکمیت دینی همان‌گونه که نسبت به آبادانی کشور، سلامت عمومی، اقتصاد، محیط‌زیست و... وظایفی را بر عهده دارد، نسبت به بالا بردن وضعیت اعتقادی و اخلاقی و رفتاری جامعه هم مسئول است. بنابراین در پیش گرفتن سیاست‌هایی که در تضاد با آموزه‌ها و سبک زندگی دینی بوده و به گسترش اندیشه‌های نادرست، افزایش حرص و آزمندی، دنیاگرایی، زوال مرزهای جنسیتی، تضعیف کارکردهای ضروری خانواده، دگرگونی الگوهای تربیتی، کاهش همبستگی اجتماعی، کاهش گرایش به ازدواج، افزایش ناپایداری خانواده و... می‌انجامد، حرکت در خلاف جهت اندیشه دینی است. از سویی، هر کدام از این وضعیت‌ها به نوعی در کاهش فرزندآوری تأثیرگذارند. بدین‌سبب، نظام اسلامی باید نسبت به پیامدهای اعتقادی و اخلاقی و رفتاری و جمعیت‌شناختی اندیشه‌های غیر دینی در قالب‌های گوناگون از محتواهای رسانه‌ای گرفته تا اسناد توسعه‌ای، حساس بوده و از اشاعه این‌گونه اندیشه‌ها در ساحت جامعه اسلامی جلوگیری کند. حکومت اسلامی در انجام این مسئولیت باید همه ظرفیت‌های نظام آموزشی، ابزار رسانه‌ای و نظام حقوقی و اخلاقی خود را به کار گیرد. افزون بر مقابله با اندیشه‌های وارداتی مخرب باید در ساحت ایجابی نیز به فرهنگ‌سازی و نهادینه‌سازی سبک زندگی اسلامی، به‌ویژه در عرصه تشکیل، تحکیم و تعالی خانواده و نیز فرزندآوری و فرزندپروری جامعه همت گمارد.

۱-۲. ترغیب به ازدواج بهنگام و آسان

امروزه یکی از عوامل مهم در کاهش باروری، بالا رفتن سن ازدواج و تأخیر در رویداد ازدواج است. این در حالی است که اسلام با رویکردی مثبت به ازدواج نگریده و خواستار تحقق آن در آغازین سال‌های بلوغ است. از منظر قرآن، ازدواج مایه آرامش روان آدمی و یکی از نشانه‌های رحمت و بزرگی خداوند است (روم: ۲۱). ترغیب مسلمانان به ازدواج خصوصاً در سن جوانی، و ناپسند دانستن تجرد و رهبانیت، در سخنان پیشوایان دینی آمده است. در اسلام از یک‌سو برای ازدواج کارکردهای بسیاری چون پیروی از سنت پیامبر (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۱۰،

تجربه کردند، رابطه‌ای معنادار دارد. این پژوهش‌ها عامل اصلی در افزایش سن ازدواج را، سرمایه‌ی انسانی و درواقع تحصیلات می‌داند (حبیب‌پورگنتابی و غفاری، ۱۳۹۰، ص ۲۹). از این رو اموری چون شناور کردن ساختار نظام آموزشی و طولانی‌تر کردن داوطلبانه بازه زمانی تحصیلات برای زنان و اموری از این دست، راهکارهایی برای فرایند انطباق نظام آموزشی با نقش‌های جنسیتی است.

اهمیت و ضرورت این دست از فرهنگ‌سازی‌ها وقتی روشن می‌شود که بدانیم، تحقق دیر هنگام ازدواج و افزایش سن ازدواج، یکی از مهم‌ترین عوامل در کاهش باروری است؛ زیرا افزایش سن ازدواج خصوصاً در دختران به معنای کوتاه شدن بازه زمانی توانایی باروری آنان است.

۱-۳. نکوهش تجرد

ازدواج رخدادی زیستی، اجتماعی و فرهنگی است که نقشی بنیادین در تأمین نیازهای اساسی انسان دارد. نیازهایی که عدم ارضای صحیح و به هنگام آنها، آسیب‌های جسمی، روحی و روانی را به دنبال دارد. بدین جهت، اسلام بر ضرورت و اهمیت ازدواج تأکید کرده و جوانان را نسبت به ازدواج و تشکیل خانواده ترغیب نموده است (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۵، ص ۳۲۸). نظر به جایگاه قدسی ازدواج در گفتمان دینی، ترجیح تجرد، تأخیر در سن ازدواج، به‌ویژه تأخیر طولانی مدت و محرومیت قطعی از ازدواج، در صورت فقدان توجیه، با فلسفه وجودی خانواده در نظام ارزشی اسلام تعارض دارد (شرف‌الدین، ۱۳۹۸، ص ۲۱).

در ایران بر اساس آمارها، از سال ۱۳۷۵، درصد تجرد قطعی برای پسران و دختران همواره روند افزایشی داشته است. در سال ۱۳۴۵، آمار تجرد قطعی پسران، ۶۸ درصد بیشتر از دختران بود، اما از سال ۱۳۸۵، تجرد قطعی دختران از پسران پیشی گرفت، به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۵، آمار تجرد قطعی دختران به میزان ۱/۴۷ درصد بیش از پسران شد (مرکز آمار ایران). گفتنی است که رواج این پدیده در بین دختران از ضریب آسیب‌زایی بیشتری برخوردار است؛ زیرا افزون بر بروز آسیب‌های روانی، اجتماعی، اقتصادی برای آنها (ر.ک. قاندرزاده و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۴۰۳-۴۲۶). گذر دختران از سن تجرد قطعی به معنای محرومیت جامعه از توانایی باروری آنها نیز می‌باشد.

با در نظر گرفتن اهمیت ازدواج از نگاه دینی، خانوادگی و

رسانه و نظام آموزشی در دست دولتهاست، بخش گسترده‌ای از این فرایند بر عهده آنهاست. نهادها و سازمان‌های مسئول، می‌توانند با استفاده از این ظرفیت به فرهنگ‌سازی درباره بهنگام و آسان بودن ازدواج همت گمارند. رهبر معظم انقلاب با تأکید بر اینکه «مسئله ازدواج یک مسئله کاملاً فردی و شخصی است. خانواده‌ها باید فکر کنند» (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار جمعی از جوانان، ۱۳۷۷/۲/۷)، اما به‌هرروی دستگاه‌های دولتی را به توصیه عمومی تشویق کرده و می‌فرماید:

من خودم توصیه‌ام این است که ازدواج را آسان بگیرند؛ مهریه‌ها زیاد نشود؛ جهیزیه‌ها سنگین نشود؛ در مراسم مهمانی‌ها، خیلی ریخت و پاش نشود و اسراف‌آمیز نباشد. باید روی این کار شود. چقدر خوب است که از لحاظ فرهنگی و هنری تبلیغ شود تا مردم اینها را فراگیرند اگر این را فراگرفتند من فکر می‌کنم که ازدواج آسان خواهد شد (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار جمعی از جوانان، ۱۳۷۷/۲/۷).

ایشان در ابلاغ سیاست‌های کلی خانواده نیز بر «ایجاد نهضت فراگیر ملی برای ترویج و تسهیل ازدواج موفق و آسان برای همه دختران و پسران و افراد در سنین مناسب ازدواج و تشکیل خانواده و نفی تجرد در جامعه با وضع سیاست‌های اجرایی و قوانین و مقررات تشویقی و حمایتی و فرهنگ‌سازی و ارزش‌گذاری به تشکیل خانواده متعالی بر اساس سنت الهی» (رهبر معظم انقلاب، ابلاغ سیاست‌های کلی خانواده، ۱۳۹۵/۶/۱۳) تأکید می‌کنند.

بنابراین، انجام فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی در این امر با مشارکت دستگاه‌های تبلیغی و فرهنگی و نمایش معایب زندگی در تجرد و تنهایی؛ بازنمایی الگوهای دینی در خصوص ساده و بهنگام بودن ازدواج در آثار هنری، رسانه‌ها و محتواهای آموزشی، تشویق مادی و معنوی زوج‌های جوانی که بهنگام و ساده زندگی را آغاز می‌کنند و... از جمله اقدامات تأثیرگذار در تحقق این راهبرد می‌باشند. در این میان، تغییر نظام آموزشی خصوصاً نظام آموزش دختران و انطباق هرچه بیشتر آن با نقش‌های جنسیتی، می‌تواند در حل مسئله افزایش سن ازدواج جوانان، کارآمد باشد؛ زیرا نتایج پژوهش‌ها در خصوص تأثیر تحصیلات بر پذیرش دیر هنگام ازدواج از جانب دختران، بیانگر آن است که افزایش امکان تحصیلات برای دختران با افزایش سن ازدواج دختران در کشورهایی که این شاخص‌ها را

دیگر، نکوهش مجردزیستی باید به صورتی هنرمندانه و تأثیرگذار در همه برنامه‌های پربیننده رسانه ملی بازنمایی شود. افزون بر اینکه محتوای درسی در نظام آموزشی هم جایگاه مناسبی برای بازنمایی این نگرش نکوهش‌آمیز است. گنجاندن تأهل به‌مثابه امری فرهنگی در شرایط احراز مشاغل و مناصب اجتماعی نیز می‌تواند بر نکوهش‌آمیز بودن مجرد و گرایش افراد برای خروج از زیست مجردانه تأثیرگذار باشد.

۱-۴. فرهنگ‌سازی خانواده پرفرزند

فرهنگ‌سازی برای داشتن خانواده پرفرزند، از دیگر عناصر مهم در تحقق راهبرد فرهنگ‌سازی برای افزایش جمعیت است. در دهه اخیر به جهت چیرگی گفتمان کم‌فرزندآوری، تصویرپردازی از خانواده به‌گونه‌ای بود که داشتن خانواده پرفرزند، نوعی بی‌فرهنگی تلقی می‌شد.

هر جامعه‌ای بر اساس طیفی از معیارها سلسله‌مراتبی را برای افراد مشخص می‌کند که از طریق آن، پایگاه اجتماعی اعضا مشخص می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۸۹، ص ۴۱۸). در فضای گفتمانی جدید، کم‌فرزندی به‌عنوان شاخصی از پایگاه اجتماعی معرفی می‌شود که بر اساس آن مقولاتی چون آگاه بودن، بافرهنگ بودن و مدرن بودن را با خود به دنبال دارد. امروزه در جامعه ایرانی به جهت غلبه گفتمان کم‌فرزندآوری و مفاهیم پیرامونی آن از یک‌سو شمار اندک فرزندان و کیفیت آنها به‌صورت یک عنصر مهم و تمایزبخش درآمده و از سوی دیگر، شمار زیاد فرزندان به‌مثابه امری غیرفرهنگی بازنمایی می‌شود. در چنین فضایی اگر کسانی تمایل به داشتن شمار بیشتری فرزند داشته باشند، از ترس فشار اجتماعی، کمتر جرئت پیدا می‌کنند که تمایل خود را بیان و یا در مرحله عمل آشکار کنند. راه گذر از این فضای محدودیت‌آفرین، فرهنگ‌سازی برای غلبه گفتمان پرفرزندی و خانواده پرجمعیت است. برای غلبه یافتن یک گفتمان، صرف رواج گزاره‌های تشویقی کفایت نمی‌کند. در کنار اشاعه مفاهیم، وجود ساختارهای پشتیبان هم ضرورت دارد. به‌عبارت دیگر، گفتمان زمانی می‌تواند از سطح نخبگانی به عرصه عمومی جامعه نفوذ کند که از طریق منابع نهادی پشتیبان مورد حمایت قرار گیرد. وجود ساختارهای معاضد می‌تواند بر شدت، سرعت انتشار و باورپذیری بیشتر این مفاهیم بیفزاید. در گفتمان خانواده پرجمعیت، باید مفاهیم و مقوله‌های طرفدار پرفرزندی، در سطحی وسیع از

اجتماعی، بالا رفتن سن ازدواج و احتمال مجرد تا پایان عمر، یکی از مسائل اجتماعی مهم محسوب می‌گردد که امروزه جامعه با آن مواجه است. از این‌رو یکی از راهبردهای مهم در حل این مسئله اجتماعی، فرهنگ‌سازی در خصوص نگرش منفی به مجرد است. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی جامعه باید تلاش کنند تا علاوه بر فرهنگ‌سازی برای ازدواج و تشکیل خانواده، نوع نگرش جامعه را به‌گونه‌ای شکل دهند که بر اساس آن مجرد زیستی در نزد آنان امری ناپسند و غیرقابل قبول باشد. ایجاد این نگرش نکوهش‌آمیز، همان هدفی است که دین بر آن تأکید دارد. روایات بسیاری از پیشوایان دینی در نکوهش مجرد وارد شده است که قابل تأمل بوده و نشانگر نگرش منفی دین به موضوع مجردزیستی است. در روایات برای مجرد تعبیرهای چون «فرومایه‌ترین مردگان» (صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳، ص ۳۸۴)، «بدترین شما» (نوری طبرسی، ۱۴۱۵ق، ج ۴، ص ۱۵۵)، «بیشترین افراد جهنمی» (فیض کاشانی، ۱۳۸۸، ج ۲۱، ص ۳۲) بیان شده است. رهبر معظم انقلاب نیز با تأکید بر رویکرد دین به نکوهش مجرد معتقدند که «خدای متعال از زن و مرد تنها خوشش نمی‌آید... خدای متعال از زندگی مشترک و مزدوج خوشش می‌آید» (بیانات رهبر معظم انقلاب در مراسم عقد و ازدواج، ۱۳۷۵/۱۱/۲۰). از نظر ایشان «آدم تنها، مرد تنها و زن تنها که همه عمر را به‌تنهایی می‌گذرانند، از دید اسلام یک چیز مطلوبی نیست، مثل یک موجود بیگانه است در مجموعه پیکره انسانی. اسلام این‌طور خواسته که خانواده، سلول حقیقی مجموعه پیکره جامعه باشد، نه فرد تنها» (بیانات رهبر معظم انقلاب در مراسم عقد و ازدواج، ۱۳۷۵/۱۰/۵).

با توجه به این‌گونه گزاره‌های دینی که با هدف آگاهی‌بخشی به جامعه در خصوص آسیب‌زایی مجرد زیستی، بیان شده است، لازم است که سیاست‌گذاران فرهنگی جامعه با وسواس بیشتری به این موضوع بنگرند. در وهله نخست لازم است علل و عوامل گوناگون مجردزیستی، به‌ویژه علل فرهنگی، رصد شده و به رفع موانع ازدواج و تشکیل خانواده، همت گمارند. چون به‌هرروی، همه مجردزیستی‌ها انتخابی نیستند و گاه عوامل و بسترهای گوناگونی این پدیده را به‌صورت ناخواسته برای جوان پدید می‌آورند. تبیین کارکردهای مثبت تشکیل خانواده از یک‌سو و بیان کارکردهای مجردزیستی از سوی دیگر، احیا واسطه‌گری در ازدواج متناسب با شرایط و اقتضائات دنیای جدید و... از اقداماتی است که می‌تواند صورت پذیرد. از سوی

طریق منابع نهادی در جامعه رواج داده شوند.

یکی از مهم‌ترین پشتیبانان دخیل در گفتمان فرزندآوری، نهاد پزشکی و بهداشت است. این نهاد باید با صدور احکام، گزاره‌ها و اصول پزشکی، به‌مثابه گزاره‌های آگاهی‌بخش، تلاش کند تا از یک‌سو عوارض پزشکی و منفی پرهیز از بارداری را نشان دهد و از سوی دیگر، مزایای فرزندآوری و پرفرزدی و بارداری را با مستندات علمی برای جامعه بازنمایی کند.

دومین پشتیبان معناساز در گفتمان فرزندآوری، سازمان‌های دینی است. از آنجاکه جامعه ایران جامعه‌ای دیندار بوده و مردم کنش‌های خویش را اغلب بر اساس هنجارهای دینی تنظیم می‌کنند، گفتمان خانواده پرفرزد نمی‌تواند بدون حمایت نهادهای دینی با موفقیت‌قربین باشد. اثربخشی این نهادها در گسترش این گفتمان تا حدی است که در تبیین علت موفقیت برنامه تنظیم خانواده پس از انقلاب در برابر ناکامی این طرح در دوره پیش از انقلاب، می‌توان بر نقش مهم و تأثیرگذار این نهادهای پشتیبان تأکید کرد. بدین معنا که یکی از مهم‌ترین علل شکست در دوره پیشین نابرخورداری آن از حمایت نهادهای دینی بود. در آن زمان، مردم برنامه‌های کنترل جمعیت را الهام‌گرفته از غرب و عملی غیرمذهبی و خلاف مذهب می‌دانستند (خانی، ۱۳۷۷، ص ۱۹۴). از این‌رو در گفتمان خانواده پرجمعیت نیز باید از نهاد یاری جست. به‌طور مشخص، نهادهای تبلیغی در حوزه‌های علمیه در این مسیر باید به‌صورت جدی‌تری عمل کنند. محتواهای تبلیغی باید به‌گونه‌ای طراحی شود که موضوع خانواده پرفرزد، در همه دوره‌های تبلیغی در طول سال در بین مردم، تبلیغ و ترویج شود.

نظام آموزشی نیز یکی دیگر از نهادهای اثرگذار در اشاعه گفتمان خانواده پرجمعیت است. نهادهای آموزشی یکی از مهم‌ترین عوامل جامعه‌پذیری و آشنا نمودن اعضای جامعه با فرهنگ و نظام ارزشی است. کنشگری این نهاد در اشاعه گفتمان خانواده پرجمعیت از چند طریق امکان تحقق دارد. نخست اینکه این نهاد با استفاده از ظرفیت محتواهای آموزشی و کتاب‌های درسی و با ترویج محتواهایی که با سبک زندگی اسلامی ایرانی‌ساخت دارد، می‌تواند نقش مؤثری در تحولات هویتی داشته و به فراگیرشدن ارزش‌های فرهنگی و دینی کمک کند.

اهمیت نقش نظام آموزشی در غلبه گفتمان‌ها وقتی بهتر فهمیده

می‌شود که بدانیم پس از تدوین و اجرای برنامه تنظیم خانواده (گفتمان کم‌فرزندآوری)، وزارت آموزش و پرورش، مکلف به بالا بردن سطح سواد در کلیه اقشار جامعه، به‌ویژه آموزش بزرگسالان (تا ۳۰ سال) و گنجاندن مطالب آموزشی مربوط به جمعیت و تأمین سلامت مادران و کودکان در متون درسی خود برای بالا بردن سطح آگاهی دانش‌آموزان دبیرستانی (به‌ویژه دختران) نسبت به زبان‌های باروری بالا در کشور شد (ملک‌افضلی و دیگران، ۱۳۸۷، ص ۶۸).

یکی از مهم‌ترین زمینه‌های گسترش یک گفتمان، نزدیکی آن به رسانه است. اساساً گفتمان زمانی می‌تواند از سطح نخبگانی به عرصه عمومی جامعه نفوذ کند که رسانه، به‌ویژه تلویزیون، درباره چیستی و ضرورت آن گفتمان گفت‌وگو کنند تا به گفتمانی فراگیر در جامعه مبدل شود. رسانه‌ها از طریق دو سازوکار بازنمایی و طبیعی‌سازی بر نگرش مخاطبان تأثیر می‌گذارند. در هر نظام بازنمایی، گفتمانی بر اساس دفاع از یک ایدئولوژی وجود دارد. از این‌رو نظام‌های بازنمایی نظام‌های طرد و برجسته‌سازی هستند که چیزهایی را به حاشیه رانده و چیزهایی را گزینش کرده و برجسته می‌کنند. طبیعی‌سازی نیز به فرایندی ایدئولوژیکی اطلاق می‌شود که وظیفه تقویت ایدئولوژی مسلط را بر عهده داشته و از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری طبیعی استند (هیوارد، ۱۳۸۱، ص ۲۰۴).

سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور باید بکوشند تا گفتمان خانواده پرفرزد را با استفاده از رسانه به‌عنوان امری طبیعی و هنجارمند و کم‌فرزدی را امری غیرمتعارف و غیرطبیعی بازنمایی کنند. از یک‌سو لازم است وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، زمینه‌های جلب مشارکت فعال و مؤثر روزنامه‌نگاران، فیلم‌سازان و سایر هنرمندانی را که به‌گونه‌ای با آن وزارتخانه مرتبط هستند، فراهم آورد و برای بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی از کارکردهای پرفرزدی و خانواده پرفرزد از همه این ظرفیت‌ها استفاده کند و از سوی دیگر، صدا و سیما باید با تدوین و ساخت برنامه‌هایی هم‌نوای با این گفتمان در قالب‌های مختلف علمی و هنری و عرضه پرحجم آن به بدنه جامعه به ایفای نقش بپردازد. شبکه‌ها و پیام‌رسان‌های داخلی نیز باید در همین مسیر سازماندهی شوند.

۱-۵. ترویج ناپسندی طلاق

واقعیت این است که میزان طلاق در جوامع نوین افزایش یافته است. بروس کوئن در واکاوی ریشه‌ای‌ترین عامل طلاق در جوامع نوسازی‌شده، بر تغییرات ارزشی و نگرشی جامعه تأکید کرده و معتقد است: پدیده طلاق بیش از آنکه معلول گسیختگی و تباهی خانواده باشد، محصول دگرگونی‌های به‌وجودآمده در ارزش‌ها و نگرش‌های جامعه است. امروزه دیگر زن و شوهر برای تأمین نیازمندی‌ها و خدمات خود تنها به خانواده متکی نیستند، از این‌رو گسست پیوند زناشویی بسیار آسان‌تر بوده و ننگ بزرگی شمرده نمی‌شود (کوئن، ۱۳۷۵، ص ۱۳۳).

مهم‌ترین عوامل فرهنگی طلاق را می‌توان اموری چون آزادی‌های جنسی، فردگرایی، ضعف پابندی به مذهب، افزایش سن ازدواج، تحول نقش‌های جنسیتی، تحول در سبک زندگی و الگوی مصرف‌گرا، ضعف مهارت‌های زندگی، تغییر در ساختار خانواده و کاهش هزینه‌های روانی و اجتماعی طلاق و... برشمرد (چراغی کوتیانی، ۱۳۹۷، ص ۲۲۱). طلاق به هر دلیلی که رخ داده باشد، یکی از مهم‌ترین عوامل بی‌واسطه کاهش باروری است؛ زیرا جدایی زن و مرد به‌معنای عدم ارتباط جنسی است. فقدان رفتار جنسی به‌معنای کاهش احتمال باروری است. بنابراین در گفتمان خانوادهٔ پرجمعیت، باید برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای کاهش میزان طلاق تلاش شود.

یکی از راهکارهای کاهش طلاق، فرهنگ‌سازی برای تقبیح طلاق است. روند کاهش قبح طلاق، به‌ویژه در بین جوانان، که نخست در نظام معنایی غرب پدیدار شده بود، جهان‌های اجتماعی دیگر را نیز درنور دیده است. اگر در گذشته زشتی طلاق و رویکرد نکوهش‌آمیز جامعه به آن، به‌مثابه «داغ ننگ» در کاهش طلاق مؤثر بود، در سال‌های اخیر طلاق به تدریج در حال تبدیل شدن به امری معمولی است. حتی گاه برخی جوانان به تقلید از غرب، از طلاق در زندگی خود به‌مثابه یک امر مثبت یاد کرده و برای آن جشن می‌گیرند. این در حالی است که از منظر فرهنگی و دینی، طلاق امر خوشایندی نیست. از منظر اسلام طلاق مبعوض‌ترین حلال خدا (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۴۶۴) بوده که عرش خدا را به لرزه می‌اندازد (حر عاملی، ۱۴۰۲ق، ج ۷، ص ۲۶۷). هر خانه‌ای که در آن طلاق گیرد را خانه مبعوض خدا (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۴۶۵) معرفی کرده است. از سوی دیگر، در اسلام مردان و زنان ذوّاق و طلاق دهنده، افرادی منفور در نگاه خدا (کلینی، ۱۳۸۸،

ج ۱، ص ۴۶۵) توصیف شده‌اند. بدون شک این‌گونه توصیف‌ها درباره طلاق با معرفی طلاق به‌عنوان امری نامطلوب از نظر دین، مؤمنان را وامی‌دارد تا از زمینه‌های وقوع آن جلوگیری کنند. در هر جامعه‌ای که طلاق امری قبیح تلقی گردد، شمار طلاق کاهش یافته و این مسئله زمینه را برای زادآوری بیشتر فراهم می‌سازد. نظر به اهمیت و تأثیر نگرش جامعه به طلاق در گرایش رفتاری به این پدیده، رهبر معظم انقلاب در ابلاغ سیاست‌های کلی خانواده بر موضوع «فرهنگ‌سازی کراهت طلاق» (رهبر معظم انقلاب، ابلاغ سیاست‌های کلی خانواده، ۱۳۹۵/۶/۱۳) تأکید می‌کند.

بنابراین سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان باید برای نگرش به طلاق به‌مثابه «پدیده زشت و قبیح» فرهنگ‌سازی کنند. در این فرایند نیز می‌توان از ظرفیت نظام‌های آموزشی و محتوای درسی کمک استفاده کرد. همه رسانه‌های پرمخاطب و تأثیرگذار نیز قابل بهره‌برداری هستند. در این میان، نقش رسانه ملی در بازنمایی طلاق به‌عنوان «امر قبیح» با استفاده از قالب‌های علمی و هنری برجسته‌تر است. سوگمندان باید گفت که گاه بازنمایی طلاق به‌مثابه «امری آسان و زیبا» توسط رسانه‌ها زمینه را برای وقوع بیشتر آنها فراهم آورده است. نهادهای تبلیغی حوزهٔ علمیه نیز می‌توانند با سوق دادن محتوای سخنرانی به سوی این گفتمان در ایام تبلیغی و نیز در طول سال، به فرهنگ‌سازی در این خصوص همت گمارند.

نکته دیگری که لازم است به آن اشاره شود، نقش ارائه آمارهای طلاق به‌صورت غیردقیق، در فرهنگ‌سازی برای سهولت وقوع طلاق است. هر از چند گاهی در رسانه‌ها موضوع افزایش آمار طلاق مورد توجه قرار گرفته و گاه به‌مثابه یک بحران از آن یاد می‌شود، اما در بیان دلایل افزایش طلاق غالباً به نوعی خاص از محاسبه میزان طلاق استناد می‌شود که از نظر علمی مورد سؤال است (ر. ک. دلاور، ۱۴۰۱). به‌هرروی، عرضه غیردقیق آمار طلاق و بازنمایی آن به‌منزله یک بحران، زمینه را برای قبح‌شکنی از طلاق فراهم می‌آورد و مخاطب را به این تصور غلط وامی‌دارد که وقتی چیزی این‌قدر فراوانی دارد که بخش زیادی از جامعه به آن عمل می‌کنند، پس لزوماً زشت و قبیح نیست. از این‌رو سیاست‌گذاران و حاکمیت که وظیفه فرهنگ‌سازی را بر عهده دارد در فرایند فرهنگ‌سازی باید به کنترل رسانه‌ها همت گماشته و از بازنمایی‌هایی که ناهم‌نوی با گفتمان «امر قبیح بودن طلاق» است، جلوگیری کند.

۱-۶. فرهنگ‌سازی تکریم سالمندان

سالمندی به‌مثابه مرحله‌ای مهم از زندگی انسانی، فرایندی است که تغییرات فیزیولوژی و روانی به همراه کنش و واکنش‌های اجتماعی متفاوت در آن رخ داده و محدودیت‌هایی برای فرد رخ می‌دهد. اغلب از ورود افراد به ۶۰ سالگی به دوره سالمندی یاد می‌شود (منافی‌فر و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۲۷). در خلال دهه‌های اخیر، توسعه اقتصادی اجتماعی، کاهش باروری و به دنبال آن کاهش رشد جمعیت و افزایش امید زندگی منجر به ایجاد دگرگونی‌های زیادی در ساختار جمعیت جهان شده است، به‌طوری‌که طی این مدت تعداد سالمندان افزایش یافته است (میرزایی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۱۵۹).

آنچه در این نوشتار در راستای راهبرد فرهنگ‌سازی مورد توجه است، فرهنگ‌سازی تکریم سالمندان و نقش آن در تمایل زوج‌های جوان به افزایش باروری است. اگر نسل جوان نگرش‌شان به سالمندان، به منزله یک موجود از کارافتاده و بی‌خاصیت و مصرفی باشد، فرصت بهره‌مندی از ظرفیت سالمندان را از جوانان خواهد گرفت. سالمندان کوله‌باری از تجربه هستند. جوانان می‌توانند از تجربیات آنها در خصوص زندگی استفاده کنند. افزون بر اینکه می‌توان از آنها در خصوص مراقبت از فرزندان استفاده کرد. پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها هم علاقه‌مند به مراقبت از نوه‌های خود هستند و هم از انگیزه کافی در این خصوص بهره‌مندند. اهمیت این امر وقتی روشن می‌شود که بدانیم بخشی از علل بی‌انگیزگی زوج‌های جوان برای فرزندآوری، فقدان فرصت برای مراقبت و تربیت فرزندان است. این در حالی است که جوانان از ظرفیت سالمندان، غفلت می‌کنند. در خانواده‌های گسترده سنتی، کودکان از حمایت و مراقبت طیف گسترده‌ای از خویشاوندان خود بهره‌مند بودند. این امر باعث می‌شد که زوج‌های جوان دیگر دغدغه مراقبت از کودکان را کمتر احساس کرده و همین امر به میزانی بار سنگین مراقبت از کودکان را از آنان برداشته و با سهولت بیشتری به فرزندآوری می‌پرداختند. اما امروزه با دگرگونی در ساختار خانواده و غلبه خانواده هسته‌ای و خالی شدن خانه‌ها از سالمندان و نابهره‌مندی جوانان از حمایت‌ها و تجارب آنان، زوج‌های جوان به سوی کم‌فرزندآوری سوق یافته‌اند.

تجربه سالمندان منبعی غنی از داشته‌های انسانی است که می‌تواند چند گام، زوج‌های جوان را به جلو پیش ببرد. این موضوع در

خصوص فرزند و تربیت او از برجستگی زیادی برخوردار است. این ظرفیت باید از سوی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان و متولیان موضوع جمعیت به‌صورت جدی و از طریق فرهنگ‌سازی به جامعه معرفی شود. در نظام آموزشی و محتوای درسی و همچنین برنامه‌های فرهنگی، باید تکریم سالمندان به‌معنای مراقبت و محافظت و استفاده از تجربه‌های آنان در زندگی، مورد تأکید قرار گیرد. رسانه‌ها نیز در معرفی این استعدادها به نسل‌های بعد نقش تأثیرگذاری دارند. گام اول، معرفی ظرفیت‌های سالمندان در خصوص تربیت فرزندان به زوج‌های جوان است. باید به آنان آموزش داده شود که سالمندان با توجه به تجربه‌های غنی از زندگی می‌توانند با فرزندان ارتباط برقرار کرده و به حل مشکلات آنان را کمک کنند. جوانان نیز گاهی در بیان درد دل‌هایشان با پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها راحت‌ترند و به تجربه آنها اعتماد دارند. گام دوم رسانه، آموزش خود سالمندان است، بدین معنا که با دادن اطلاعات و مهارت‌هایی به سالمندان می‌توان به آنها کمک کند تا با دسته‌بندی درست تجربیات غنی‌شان، آنها را تأثیرگذارتر کنند. گام سوم این است که رسانه می‌تواند به مخاطبان یاد دهد که چگونه می‌توانند از انگیزه‌ها و علاقه سالمندان به نوه‌های خود، برای محافظت و مراقبت از فرزندان استفاده کنند. این کار باعث می‌شود که هم سالمند به انگیزه و علاقه‌اش دست یابد و هم احساس کارآمدی کند و هم اینکه فرزندان از تجربیات و داشته‌های سالمندان استفاده بیشتری ببرند.

در این مسیر می‌توان از بیان دیدگاه و رویکرد دین در خصوص سالمندان و تکریم آنان کمک گرفت. این کار، به‌معنای زنده کردن انگیزه‌های دینی مخاطبان در خصوص تکریم سالمندان است. آموزه‌های دینی موضوع تکریم سالمندان را با تعبیرهای گوناگونی مورد تأکید قرار داده است. در کتاب کافی، فصلی تحت عنوان «اجلال الکبیر» وجود دارد که در آن بر لزوم تکریم سالمندان تأکید شده است. در روایات از تکریم سالمندان تحت عنوان «تجلیل خدا» (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۱۶۵) یاد شده است. همچنین فرموده‌اند که «از ما نیست کسی که بزرگسال ما را احترام نکند» (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۱۶۵). نیز سفارش کرده‌اند که «بزرگان‌تان را احترام کنید» (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۱۶۵) و جایگاه آنان در بین خانواده و خویشان، را جایگاه پیامبر دانسته است (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۲، ص ۱۳۷). بی‌شک هدف روایات صرفاً خضوع بدنی و ظاهری برای

برای برآوردن بیشینه داشته‌های مادی فرزندان، شبانه‌روز به تلاش می‌پردازند، درحالی‌که خداوند این حد از تلاش برای کسب روزی را از آنها طلب نکرده است. این سبک از زندگی بستر را برای کاهش تمایل به فرزندآوری فراهم است. ازاین‌رو سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی باید در مقوله اصلاح الگوی مصرف با هدف کاهش هزینه‌های زندگی و بسترسازی برای افزایش باروری، همت گمارند. این کار می‌تواند به واسطه آموز ذیل صورت گیرد:

الف. به‌کارگیری ظرفیت نظام آموزشی کشور برای آگاه ساختن مردم با مصرف درست، به‌گونه‌ای که هرچه سطح آموزش افزایش یابد. آگاهی و شناخت بیشتری در خصوص درک و ضرورت اصلاح الگوی مصرف در جامعه حاصل شود. هم محتوای درسی و هم برنامه‌های فرهنگی، بستری مناسب برای آگاهی‌بخشی است. این کار می‌توان از طریق قالب‌های داستانی، بازی و سرگرمی، محتوای علمی، فیلم و تئاتر و مسابقه‌های فرهنگی و... بازنمایی شود.

ب. بهره‌گیری از همه رسانه‌های جمعی، به‌ویژه رسانه ملی در ترویج و اشاعه سبک زندگی اسلامی ایرانی. به‌هرحال بخش زیادی از جامعه از رسانه‌های جمعی برای کسب اطلاعات استفاده می‌کنند. افزون بر اینکه رسانه‌های جمعی یکی از عوامل مهم جامعه‌پذیری به‌شمار می‌روند.

در دوره مدرن به‌سبب کالایی‌شدن زندگی و گسترش مصرف‌گرایی، انتظار مردم از زندگی بالا رفته است، به‌گونه‌ای که گاه مصرف خانواده هم‌نوا با پایگاه اجتماعی و سطح درآمدی او نیست. بخشی از این ناهمخوانی سطح درآمد و میزان مصرف به تغییر نگرشی برمی‌گردد که رسانه‌ها عامل به وجود آمدن آن هستند. ازاین‌رو رسانه‌های جمعی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و رسانه ملی می‌تواند با تولید برنامه‌های آموزشی، نخست با نفی مصرف‌گرایی جامعه را نسبت به تأثیر آن در تزلزل پایه‌های خانواده، آگاه سازد و در مرحله بعد با تولید برنامه‌های آموزشی و مهارتی فاخر، خانواده را با امر تقدیر معیشت و برنامه‌ریزی اقتصادی در حوزه مصرف، آشنا کند. در روایت آمده است که «شنیدم شخصی به امام صادق علیه السلام عرض می‌کرد: به ما گفته‌اند اقتصاد و تدبیر در معیشت، نیمی از کسب است. حضرت فرمود: نه، بلکه همه کسب است و تدبیر در معیشت جزئی از دین (و دینداری) است» (طوسی، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۶۷۰).

به‌هرروی، این امر مهم نیاز آموزش و مهارت دارد که رسانه ملی می‌تواند این نقش را در سطحی وسیع ایفا کند. وقتی خانواده‌ها در

سالمندان نیست، بلکه تک‌تیم سالمند شاخص‌های گوناگونی دارد که ازجمله آنها به‌کارگیری ظرفیت‌ها و استفاده از تجارب آنان در زندگی است. نظر به اهمیت این موضوع، رهبر معظم انقلاب در ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت بر «فرهنگ‌سازی برای احترام و تکریم سالمندان و ایجاد شرایط لازم برای تأمین سلامت و نگهداری آنان در خانواده و پیش‌بینی سازوکار لازم برای بهره‌مندی از تجارب و توانمندی‌های سالمندان در عرصه مناسب» (مقام معظم رهبری، ابلاغ سیاست‌های کلی جمعیت، ۱۳۹۳/۲/۳۰) تأکید می‌کنند.

۱-۷. فرهنگ‌سازی اصلاح الگوی مصرف

بخش عمده‌ای از علل فرهنگی کاهش تمایل به فرزندآوری را می‌توان ناشی از رواج الگوهای غلط مصرفی و همچنین برخی رسوم نادرست دانست. هرچند فشارهای اقتصادی بر خانواده‌ها، تا حدودی تمایل آنان به فرزندآوری را کاهش داده است، اما همه علل را نمی‌توان به علل اقتصادی فروکاست، بلکه بیش از عناصر اقتصادی، عناصر فرهنگی در این خصوص تأثیرگذارند. ازاین‌رو لازم است تا سبک زندگی افراد جامعه در ساحت مصرف و سبک زندگی اصلاح شود.

برخی مشکلات موجود ناشی از سبک‌های غلط زندگی عبارت‌اند از:

- سبک غلط برخی خانوارها در تهیهٔ سیسمونی برای نوزادان؛
- سبک غلط حمایت از فرزندان که باعث کاستن از توان والدین در کمک به فرزندان می‌شود؛

- تجملات در زندگی‌های امروزی باعث کاهش توان خانواده‌ها برای کمک به فرزندان شده است؛

- سبک غلط تربیت فرزندان و افزایش توقعات آنها نیز باعث افزایش بیش از حد مخارج خانوارها می‌شود (جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۱، ص ۲۰۴).

امروزه رواج مصرف‌گرایی و زندگی مسرفانه نقش زیادی در کاهش توان مالی خانوارها برای فرزندآوری داشته است. این در حالی است که اسلام مصرف‌گرایی، اسراف، تبذیر و اتراف را نکوهش کرده و آن را از عوامل فقر دانسته (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۵، ص ۳۲۷) و بر قناعت و مصرف در حد کفاف، تأکید کرده است (ابن شعبه حرانی، ۱۳۶۳، ص ۳۸۸). بی‌توجهی به این حقیقت، زادآوری را با چالش‌هایی جدی مواجه ساخته است. برخی والدین

مادری که با روش سزارین دو فرزند به دنیا می‌آورد، ممکن است برای به دنیا آوردن فرزند سوم با روش سزارین، با محدودیت‌ها و خطرهایی روبه‌رو شود که این امر او را از ادامه فرزندآوری منصرف کند. گفته می‌شود ایران در رتبه دوم جهان در سزارین است (محمدی‌سعادت، ۱۳۹۲). آخرین بررسی‌های وزارت بهداشت از آمار سزارین در کشور در سال ۱۴۰۳، حاکی از آن است که ۵۵/۸ درصد از زایمان‌ها، یعنی بیش از نیمی از تولدهای کشور به روش سزارین انجام می‌شود. با مقایسه این رقم با میانگین جهانی، درمی‌یابیم که آمار سزارین در ایران بیش از ۳ برابر متوسط جهانی است (جباری فاروجی، ۱۴۰۳).

گرایش زنان به سزارین عللی دارد که برخی از آنها عبارت‌اند از: کمبود امکانات در زایمان طبیعی، تسهیلات کمتر بیمه و روش نامناسب زایمان طبیعی در شرایط فعلی، برخورد نامناسب با زنان باردار در بلوک زایمان، سزارین به‌منزله مد و فرهنگ، احتمال کمبود مهارت در کادر پزشکی یا مامایی در فوریت‌ها، نداشتن اطمینان به حضور به‌موقع پزشک و عمل بر طبق میل و خواسته پزشک (علی‌محمدزاده و دیگران، ۱۳۹۲، ص ۳۲).

روشن است که به هر میزان روش زایمان غیرطبیعی در جامعه گسترش یابد، به همان میزان بر کاهش باروری تأثیرگذار است. افزون بر اینکه اساساً زایمان‌های غیرطبیعی آثار عوارض زیادی برای مادر و کودک به همراه دارد. نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مادرانی که با روش سزارین زایمان کرده‌اند در مقایسه با مادرانی که از طریق واژینال زایمان کرده‌اند، رضایت کمتری از زایمان نشان می‌دهند، احتمال شیردهی کمتری با شیر مادر دارند، زمان بسیار طولانی‌تری را برای اولین تعامل با نوزاد خود تجربه کرده‌اند. پس از تولد واکنش‌های مثبت کمتری نسبت به آنها داشت و کمتر در خانه با آنها تعامل داشته‌اند (Dimatteo, 1996, p. 303). در کنار عوارض سزارین برای مادر، عوارضی هم برای جنین محتمل است. به عبارت دیگر این عوارض در نوزادان سزارینی بیشتر از نوزادان زایمان طبیعی است؛ مثل یرقان (زردی)، مشکلات تنفسی (ریوی)، خطر ابتلا به دیابت نوع اول (وابسته به انسولین)، ابتلا به آسم و آلرژی و... (ر.ک. فلام، ۱۳۸۷). در برابر زایمان طبیعی عوارض کمتر و فواید بیشتری برای مادر و کودک دربر دارد (فلام، ۱۳۸۷). نظر به همین واقعیت‌های علمی است که رهبر معظم انقلاب اسلامی بر این نکته تأکید دارند که «متخصصین باید زیان‌های ناشی از وضع حمل‌های غیرطبیعی و همچنین فواید و آثار

تقدیر معیشت آموزش ببینند، سطح مصرف به سطح درآمد نزدیک‌تر شده و سختی‌های اقتصادی مانعی برای باروری ایجاد نخواهند کرد، اما با این همه تأکید باید روی آموزش «درست مصرف کردن» و اجتناب از «مصرف‌گرایی» باشد. مصرف‌گرایی هزینه‌های زندگی را به‌صورت رنج‌آوری افزایش داده و زمینه‌ساز کم کردن باروری است.

ج. ارائه الگوی مصرف درست: وقتی سیاست‌گذاران جامعه، الگوی مصرف مسرفانه را نکوهش و طرد می‌کنند، باید الگوی جایگزین آن ارائه دهند. از این‌رو لازم است تا الگوی مناسب و اصولی مصرف، از طریق سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با مصرف در همه ساحت‌های زندگی و حامل‌های انرژی به جامعه معرفی شده و به مردم آموزش داده شود. برای مثال سازمان‌های برق، آب، گاز و... می‌تواند از طریق آموزش مصرف بهینه در قبوض مشترکین به ارائه الگوهای مناسب مصرفی در راستای اصلاح مصرف اقدام نماید. این کار ضمن کاهش هزینه‌های خانواده‌ها، می‌تواند به تغییر نگرش آنها در خصوص تراحم فرزندآوری با رفاه اقتصادی خانواده کمک کند.

د. تبیین رویکرد نکوهش‌آمیز دین نسبت به مصرف مسرفانه و ضدارزش نشان دادن مصرف‌گرایی براساس ارزش‌ها و آموزه‌های دینی، مثلاً در قرآن اسراف‌کنندگان با تعبیرهای نکوهش‌آمیزی چون «برادران شیطان» (اسراء: ۲۷) یاد شده‌اند. در روایات نیز اسراف به‌عنوان «نابودکننده فراوانی» (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۸، ج ۴، ص ۲۰۹)، «عامل فقر» و میانه‌روی «عامل بی‌نیازی» معرفی شده است (حر عاملی، ۱۴۰۲، ج ۱۵، ص ۲۵۸).

د. طرد الگوی مصرف نمایشی و معرفی آن به‌مثابه فرهنگ وارداتی و ضد ارزش: امروزه، بخشی از مصرف، نه به دلیل نیاز به کالاها، بلکه به دلیل کسب منزلت بالاتر و به تعبیری به‌صورت مصرف نمایشی، صورت می‌پذیرد. در این زمینه مصرف نه به‌خاطر نیاز، بلکه به جهت چشم و هم‌چشمی و نمایش خود با مقیاس‌های ظاهری مانند اتومبیل، لباس و... برای کسب احترام انجام می‌شود. گفتنی است که سیاست‌گذاران برای طرد این الگو نیز به استفاده از ظرفیت نظام آموزشی و رسانه نیاز دارند.

۱-۸. ترویج زایمان طبیعی

یکی از دلایل کاهش میزان باروری، افزایش میزان زایمان‌های غیرطبیعی (سزارین) است (محمدیگی و رحیمی، ۱۳۸۳، ص ۴۰)؛ زیرا

مثبت زایمان طبیعی در حفظ سلامت مادر و کودک را مکرراً در مجامع عمومی و رسانه‌ها تبیین کنند» (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مسئولان جمعیت مامایی کشور، ۱۳۹۳/۲/۱۵).

بنابراین لازم است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان برای گرایش خانواده‌ها به گرینش زایمان طبیعی فرهنگ‌سازی کنند تا هم یکی از علل و موانع کم‌فرزندآوری، از پیش پای خانواده ایرانی برداشته شود و هم مادران و کودکان ایرانی با کمترین عوارض ناشی از زایمان مواجهه شده و سلامتی آنها به‌مثابه سرمایه‌های انسانی ایران، تضمین شود. در اینجا نیز برای فرهنگ‌سازی باید از ظرفیت نظام آموزشی و محتوای درسی بهره جست. گنجاندن داده‌ها و اطلاعات علمی درباره کارکردهای مثبت زایمان طبیعی و تبیین کارکردهای زایمان سزایی و نیز بهره‌گیری از برنامه‌های علمی و فرهنگی در تحلیل این موضوع، می‌تواند آگاهی‌های خوبی را در اختیار مخاطبان قرار دهد. رسانه ملی نیز با تولید برنامه‌های فاخر در قالب‌های علمی با حضور پزشکان متخصص و متعهد به مقایسه این دو روش زایمان پرداخته شود. نهاد بهداشت و درمان نیز با تولید گزاره‌ها و احکام پزشکی هم‌نوا با گرینش زایمان طبیعی و اشاعه آنها از طریق مجلات علمی، کتابچه‌ها و بروشورها و... و انتشار آنها در بیمارستان‌ها و خانه‌های بهداشت، می‌تواند در فرهنگ‌سازی به ایفای نقش بپردازد.

نتیجه‌گیری

موضوع جمعیت و باروری، پدیده‌ای چندوجهی و دارای زوایای گوناگون است. متغیرهای گوناگون جمعیتی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر تغییرات جمعیتی تأثیرگذارند. اما با این همه، این پدیده بیش از همه متأثر از پدیده‌های فرهنگی است. بدین معنا که دگرگونی‌های جمعیتی بیش از همه، از تغییرات فرهنگی و ارزشی تأثیرپذیرند. از این‌رو سیاست‌گذاران و متولیان امر جمعیت باید به این موضوع، بیشتر به‌مثابه امری فرهنگی بنگرند. از سویی پدیده فرهنگی برای اشاعه و نیز نهادینه شدن، نیازمند فرایند فرهنگ‌سازی است. بدون شک حل مسائل اقتصادی و اجتماعی تا حدودی در گرایش به فرزندآوری تأثیرگذارند، اما از آنجاکه کنش انسان بیش از هر چیز دیگر متأثر از باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های اوست. تلاش برای فرهنگ‌سازی و نهادینه‌سازی فرایندهایی که به فرزندآوری منجر می‌شود، تأثیری دو چندان دارد. از این‌رو لازم است موضوع

فرزندآوری و جمعیت و فرایندهای مرتبط با آن، به‌عنوان امری فرهنگی و نیازمند به فرهنگ‌سازی مورد توجه مسئولان و متولیان و سیاست‌گذاران قرار گیرد. بدین منظور در این نوشتار راهکارهای تحقق فرهنگ‌سازی در خصوص افزایش جمعیت مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس، ارتقای فرهنگ دینی، فرهنگ‌سازی برای ازدواج آسان و به‌هنگام، نکوهش تجرد، اصلاح الگوی مصرف، بهره‌گیری از ظرفیت حمایتگری سالمندان، اشاعه گفتمان خانواده پرفرزند، تقبیح طلاق و فرهنگ‌سازی برای زایمان طبیعی، راهکارهایی هستند که به تحقق راهبرد فرهنگ‌سازی برای افزایش جمعیت، عینیت می‌بخشند.

منابع

- انوری، حسن (۱۳۸۱). فرهنگ بزرگ سخن. تهران: سخن.
- ابن‌شعبه حرانی، حسن بن علی (۱۳۶۳). تحف‌العقول. تصحیح علی‌اکبر غفاری. قم: جامعه مدرسین.
- بیانات رهبر معظم انقلاب، khamenei.ir
- جباری فاروجی، صابر (۱۴۰۳). ۵۶ درصد زایمان‌های کشور سزایی است. mehnews.com/x36p5R
- جمعی از نویسندگان (۱۴۰۱). درس‌نامه مفاهیم و ابعاد جمعیت. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- چراغی کوتیانی، اسماعیل (۱۳۹۷). بحران خاموش: واکاوی جامعه‌شناختی علل فرهنگی اجتماعی کاهش باروری در ایران. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- حبیب‌پورگابی، کرم و غفاری، غلامرضا (۱۳۹۰). علل افزایش سن ازدواج دختران. زن در توسعه و سیاست، ۱ (۹)، ۷-۳۴.
- حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۲ق). وسائل‌الشیعه. تحقیق عبدالرحیم ربانی شیرازی. بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- خانی، علیرضا (۱۳۷۷). نگاهی به عوامل جامعه‌شناختی رشد جمعیت در ایران. اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ۱۲۹-۱۳۰، ص ۱۹۰-۱۹۷.
- دلاور، علیرضا (۱۴۰۱). دروغ بزرگ بحران طلاق در ایران. مصاحبه با خبرگزاری دانشجو، ۱۴۰۱/۱۰/۱۶، snn.ir/fa/news
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۹). آناتومی جامعه. تهران: شرکت سهامی خاص.
- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۹۸). تأملی بر موضوع تجرد زنان در ایران. مطالعات اسلامی آسیب‌های اجتماعی، ۱۲ (۱)، ۱-۲۲.
- شفیعی سروستانی، ابراهیم (۱۳۹۱). رسانه ملی و تغییر سیاست جمعیتی؛ مسئله‌شناسی، راهبردها و سیاست‌ها (مجموعه گفت‌وگو). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی.
- صدوق، محمد بن علی (۱۴۱۵ق). من لایحضره الفقیه. قم: دفتر انتشارات اسلامی.

طوسی، محمد بن حسن (۱۳۸۸). *مالی*. ترجمه صادق حسن‌زاده. قم: اندیشه هادی.

علی‌محمدزاده، خلیل و دیگران (۱۳۹۲). مرور نظام‌مند سه دهه مقالات علمی - پژوهشی «علل سزارین» و راهبردهای مدیریت سلامت جمعیت. *مطالعات راهبردی زنان*، ۶۱ (۱۶)، ۵۷-۷.

فلام، بروس ال. (۱۳۸۷). *چرا سزارین؟* ترجمه فریبا جعفری نمینی، تهران: نسل نواندیش.

فولادی‌وند، محمد (۱۳۹۹). *فرصت جمعیت: چشم‌انداز تحولات جمعیت در ایران؛ چالش‌ها و راهبردها*. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی. فیض کاشانی، ملامحسن (۱۳۸۸). *الوفی*. اصفهان: عطر عترت.

فیض کاشانی، ملامحسن (۱۴۱۷ق). *المحجۃ البیضاء*. قم: جامعه مدرسین. قادرزاده، امید و دیگران (۱۳۹۶). بازسازی معنایی تجربه زیسته دختران از *تجرد*. زن در توسعه و سیاست، ۳ (۱۵)، ۴۰۳-۴۲۶.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۸). *الکافی*. به اهتمام محمدحسین درایتی. قم: دارالحديث.

کوئن، بروس (۱۳۷۵). *درآمدی بر جامعه‌شناسی*. ترجمه محسن صیوری. تهران: توتیا.

مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق). *بخارالانوار*. بیروت: مؤسسة الوفاء. محمدبیگی، ربابه و رحیمی، عزت‌الله (۱۳۸۳). اثر سزارین بر کاهش باروری در زنان حامله شهر سنج. *مجله دانشگاه علوم پزشکی کردستان*، ۳۴ (۹)، ۴۴-۴۰.

محمدی‌ری‌شهری، محمد (۱۳۸۸). *میزان الحکمه*. قم: دارالحديث. محمدی‌سعادت، فرحناز (۱۳۹۲). ایران، رتبه دوم سزارین در جهان. *isna.ir/news*

ملک افضل، حسین و دیگران (۱۳۸۷). *برنامه تنظیم خانواده در جمهوری اسلامی*. تهران: نخبگان.

منافی‌فر، سیده‌فاطمه‌زها و دیگران (۱۳۹۹). *سالمندی سالم چیست؟ تعاریف و عوامل مؤثر*. سلامت و سالمندی خزر، ۱ (۵)، ۳۴-۲۷.

میرزایی، محمد و دیگران (۱۳۹۶). *سالخوردگی جمعیت در ایران و هزینه‌های رو به افزایش بهداشت و درمان*. سالمند، ۲ (۱۲)، ۱۵۹-۱۶۹.

نوری طبرسی، میرزااحسین (۱۴۱۵ق). *مستدرک الوسائل*. قم: مؤسسه آل‌البیت لاحیاء التراث.

هیوارد، سوزان (۱۳۸۱). *مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی*. ترجمه فتاح محمدی. زنجان: هزاره سوم.

Bennet, J. (1973). Culture, in *Encyclopedia Americana*. USA: Chicago Publisher.

Dimatteo, MR, Morton SC, Lepper HS, Damush TM, Carney MF, Pearson M, Kahn KL. (1996). Caesarean childbirth and Psychological Outcomes: A meta-Analysis. *Health Psychology*, 15(4), 303-314.

Hammel, E.A. (1990). A Theory of culture demography. *population and development review*, 16 (3), 455-485.

Lull, James (2000). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Second Edition, Cambridge, UK: Polity Press.

Lull, James. (ed.), (1988), *World Families Watch Television*, Newbury Park, CA: Sage