

بررسی نقش تبلیغات با رویکرد جامعه‌شناسانه شکل دهی در کنترل جمعیت ایران بین سال‌های ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۵

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۲۵

کد مقاله: ۲۷۷۴۳

شکیبا رحمانی^۱

چکیده

آنچه که در مقاله حاضر خواهیم خواند در ابتدا خلاصه‌ای است از تعریف رویکرد جامعه‌شناختی شکل دهی و سپس با مطالعه مختصری از تاریخچه کنترل جمعیت در جهان و ایران به بررسی آماری جمعیت در دهه ۶۰ شمسی خواهیم پرداخت. موضوع مهمی که در این مقاله مدنظر قرار گرفته سرشماری جمعیت ایران در ابتدای دهه ۶۰ و فعالیت سازمان‌های مختلف در جهت کنترل جمعیت و در نهایت نتیجه این فعالیت با سرشماری جمعیت ایران در ابتدای دهه ۷۰ است. مقاله پیش‌رو قصد دارد نقش رسانه‌ها را در کاهش میزان زاد و ولد، پس از یک دهه تبلیغات در راستای شعار فرزند کمتر زندگی بهتر، مورد بررسی قرار دهد. غالب پژوهش‌هایی که در مورد جمعیت صورت گرفته، به تغییرات جمعیت در جوامع بشری، ایمن‌سازی فرآیند رشد یا کاهش جمعیت، پدیده‌های جانبی جمعیتی نظیر مهاجرت، باروری، مرگ و میر، بهداشت زنان و مواردی از این قبیل اختصاص یافته است. موضوعی که در این میان کمتر به آن پرداخته شده، نقش و اهمیت رسانه‌ها و تبلیغات در تبیین سیاست‌های جمعیتی در ایران و نتایج جامعه‌شناسانه آن است. از این رو ضرورت مطالعه این موضوع حس می‌شد که با تکیه بر اطلاعات و اسناد آماری ثبت شده به آن پرداخته‌ایم. این مقاله با رویکردی توصیفی-تحلیلی، بررسی وضعیت ایران و جهان را از لحاظ آماری و نقش و اهمیت رسانه‌ها و تبلیغات در آگاه‌سازی افکار عمومی، به تحلیل جایگاه رسانه در اجرای سیاست‌های جمعیتی می‌پردازد و تلاش می‌کند به این سوال پاسخ دهد که آیا در این زمینه موفق عمل کرده یا خیر؟

واژگان کلیدی: رویکرد شکل دهی، تبلیغات، کنترل جمعیت، ایران

۱- مقدمه

پیرو تغییرات گسترده‌ای که طی قرن بیستم در ابعاد مختلف از جمله بهداشت و آموزش در جوامع قرن بیستم پدید آمد، جوامع با افزایش امید به زندگی روبه‌رو شدند که خود به افزایش قابل توجه جمعیت انجامید. با این حال منابع طبیعی و منابع دولت‌ها برای تأمین نیازها و سطحی از رفاه جمعیت، دارای محدودیت بود. این امر منجر به جستجوی راه‌حلهایی برای کنترل جمعیت رو به رشد بسیاری از جوامع شد. به همین دلیل روش‌های گوناگون تنظیم خانواده ابداع و مورد استقبال یا ترویج واقع شد. در ایران نیز پیرو رشد سریع جمعیت در فاصله سال‌های ۱۳۴۵-۱۳۰۰ ه.ش/۱۹۶۶-۱۹۲۱ م از سال ۱۳۴۶ ه.ش/۱۹۲۲ م برنامه تنظیم خانواده در دستور کار قرار گرفت. با این حال در سال‌های اولیه پس از پیروزی انقلاب اسلامی این برنامه مسکوت ماند و با سیاست‌های غیرمستقیم افزایش موالید تشویق شد. اما از آنجایی که به‌نظر می‌رسید دشواری‌هایی در تأمین نیازهای جمعیت به‌وجود آمده‌است، از سال ۱۳۶۸ ه.ش/۱۹۸۹ م برنامه تنظیم خانواده مجدداً پیگیری شد. در ادامه به اختصار به نقش تبلیغات در این مسیر برای کنترل جمعیت خواهیم پرداخت.

۲- پیشینه تحقیق

در پژوهش‌ها و مقالاتی که در رابطه با موضوع مقاله مطالعه شده‌اند با موضوعات متنوع و دیدگاه‌های متفاوتی مواجه می‌شویم که هر یک یاری‌دهنده نگارنده در این نوشتار بوده‌اند. تحولات باروری، تنظیم خانواده و سیاست‌های جمعیتی ایران، عنوان مقاله‌ای است که توسط محمد جلال عباسی شوازی و میمنت حسینی چاوشی به رشته‌تحریر درآمده است. در این مقاله به تحولات چشم‌گیر جمعیت‌شناختی بر مبنای ساختار سنی و جنسی جمعیت پرداخته شده‌است. با عنایت به این‌که برنامه‌ریزی‌های توسعه اقتصادی-اجتماعی در کشور، تحت تأثیر تحولات گذشته و وضعیت موجود و تغییرات آینده جمعیتی قرار دارد از این رو هرگونه برنامه‌ریزی جامع مستلزم مطالعات عمیق اجتماعی است. شوازی و حسینی چاوشی در این مقاله به برخی از پیامدهای تحولات باروری در ایران اشاره و راه‌کارهایی را برای سیاست‌گذاری جمعیتی پیشنهاد داده‌اند. محمود طالقانی، در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی جامعه‌شناسی تحولات جمعیتی ایران در فصل‌نامه مطالعات جغرافیایی به نقش و اهمیت مسائل فرهنگی در تأمین رضایت افراد جامعه اشاره دارد و معتقد است که این رضایت‌مندی با توجه به امکانات موجود کشور ایمن‌سازی نشده‌است. محمود نجابتی حسینی، در ویژه‌نامه امنیت و توسعه معتقد است که در سیاست‌های امنیتی جمعیت، پارامترهای جمعیتی در سیاست‌گذاری ملی و عمومی حیاتی است و بر برنامه‌ریزی مدیران سیاست امنیت جمعیتی جمهوری اسلامی ایران در تدوین این سیاست‌های برنامه توسعه اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی تأکید دارد. ابراهیم شفیعی سروستانی در مقاله بایسته‌های تغییر سیاست جمعیتی با تأکید بر نقش رسانه ملی، منتقد کاهش جمعیت در دهه ۶۰ و ۷۰ شمسی بوده و آن‌را ناشی از تغییر سبک زندگی مردم و تسلط گفتمان فردگرایانه و مصرف‌گرایانه بر جامعه می‌داند. وی خاطر نشان می‌سازد که برای افزایش جمعیت کنونی ایران باید از همه ظرفیت‌ها و توانمندی‌های سازمان‌ها و نهادهای فرهنگ‌ساز جامعه استفاده کرد تا با درپیش گرفتن راهبردها و سیاست‌ها، رسالت و مسئولیت خود را در جهت تغییر گفتمان در دو دهه گذشته در جامعه و همچنین زاد و ولد دوباره و اصلاح زمینه‌های فرهنگی به‌کارگیرند. علی ملکوتی‌نیا، محقق دیگری است که در مقاله بررسی و نقد اندیشه فرزند کمتر، زندگی بهتر در جامعه معاصر ایران با رویکرد اسلامی، نگاهی منتقدانه رو به کاهش جمعیت در دو دهه ۶۰ و ۷۰ شمسی در ایران دارد و نظریه مالتوس را با فرهنگ اسلامی ایران مغایر می‌داند. از این رو پیشنهاد می‌کند که دولت با فراهم‌آوردن بستر اقتصادی مطلوب شرایط را برای افزایش نسل در جامعه کنونی ایران فراهم‌سازد.

۳- رویکردهای جامعه‌شناسی هنر

در مبحث جامعه‌شناسی، با رویکردهای متفاوتی روبرو هستیم. دو نمونه از این رویکردها که در مقابل یکدیگر قرار می‌گیرند عبارتند از رویکرد بازتاب و رویکرد شکل‌دهی. در رویکرد بازتاب، هنرمند دورنمایی از یک فرهنگ یا موضوع خاص از جامعه را در قالب اثر هنری خود انعکاس می‌دهد و در واقع مخاطب می‌تواند با اندیشه در این اثر هنری، آن چیزی را که مدنظر هنرمند بوده دریافت کند. به عبارتی دیگر هنر مانند آینه‌ای جامعه معاصر خود را بازتاب می‌نماید و محتویات هنرها از ارزش‌ها و اعتقادات و جریان‌های موجود در جامعه‌ای که هنر در آن به وجود آمده، نشأت می‌گیرد (ترکاشوند ۱۳۸۷، ۱). نقطه مقابل رویکرد بازتاب، رویکرد شکل‌دهی است که در این روند، هنرمند به منظور ایجاد تفکر یا نگرش خاصی و یا به هدف هدایت افکار عمومی جامعه به سمت و سویی هدفمند، دست به انتشار اثر هنری می‌زند. به عبارتی‌دیگر، در این رویکرد، اعتقاد بر آن است که تأثیر آثار هنری بر جوامع معاصر خود انکارناپذیر بوده و این آثار به رفتارها، ارزش‌ها و تحولات اجتماعی شکل می‌دهد و می‌تواند ایده‌ها و افکاری را در ذهن مردم جای دهد (Alexander 2003, 35).

به‌طور کلی آثار هنری را می‌توان در مديوم‌ها و دسته‌بندی‌های متعددی قرارداد از جمله فیلم، نقاشی، موسیقی، هنرهای چندرسانه‌ای، تئاتر، تبلیغات و غیره. در دسته تبلیغات هنرمندان مختلفی مشغول به فعالیت هستند که ملزم به رعایت پروتکل‌های خاص این شاخه از هنر می‌شوند. در وهله اول هنرمندان فعال در حوزه تبلیغات، جهت ایجاد روند رو به رشد و رسیدن به هدف، شروع به تدوین یک کمپین تبلیغاتی می‌کنند که این کمپین شامل موارد متعددی است. از جمله این موارد می‌توان به تولید محتوا، طراحی شعار تبلیغاتی، تعیین بازار هدف، تقسیم‌بندی مدیا با توجه به ضرورت در مقاطع مختلف، انتخاب بسترهای مختلف تبلیغات و غیره اشاره داشت. پس از طراحی کمپین و سنجش همه جانبه این موارد هنرمندان فعالیت عملی خود را آغاز می‌کنند.

باتوجه به رشد جمعیت و بالا رفتن نرخ زاد و ولد در ایران در دهه ۶۰ تا ۷۰ شمسی و احساس خطر از طرف دولت وقت، سازمان‌ها و نهادهای مختلف به یک کارزار مهم تبلیغاتی در جهت کنترل موالید وارد شدند که لازمه آن حضور افراد خبره و کارشناس در جهت هدایت این امر مهم بود. با برگزاری سمینارهای جمعیت‌شناختی و آماری و همچنین بررسی خطرات احتمالی که جامعه را از لحاظ اقتصادی، آموزشی، بهداشتی، غذایی، مسکن، اجتماعی و غیره تهدید می‌کرد، ضرورت ایجاد این کمپین و تبلیغ در راستای فرزندآوری کمتر، احساس شد. آن چه که در رویکرد شکل‌دهی توضیح داده شد، هم‌راستا با این اهداف بود که در دهه ۶۰ شمسی به طور ضربتی از طرف دولت به مرحله اجرا درآمد که در ادامه به شرح آن خواهیم پرداخت.

۴- تاریخچه کنترل جمعیت در جهان

بررسی متغیرهای جمعیت و تبیین پدیده‌های کنترل جمعیتی دارای سابقه‌ای طولانی است که به قرون پیشین برمی‌گردد. جان گرانث^۱، [آماردان و جمعیت‌شناس انگلیسی]، در نیمه دوم قرن هفدهم میلادی و با توجه به میزان مرگ و میر در شهر لندن مطلبی تحت‌عنوان ملاحظاتی طبیعی و سیاسی بر لیست مرگ و میر، منتشر کرد که می‌توان آن‌را به‌عنوان اولین کار تجربی در زمینه جمعیت‌شناسی به‌شمار آورد. پس از آن رفته‌رفته دانشمندان و صاحب‌نظران معاصر او همچون ویلیام پتی^۲ و ادموند هالی^۳، کاری که گرانث آغاز کرده بود را با جمع‌آوری اطلاعات براساس آمار و ارقام، تحلیل‌های جمعیت و نیز شاخص‌های مدون تکمیل کرده که بعدها این روند جمعیت‌شناسی به‌شکل دقیق‌تر و پیچیده‌تری توسط پژوهش‌گران استمرار پیدا کرد (میرزایی ۱۳۷۵، ۷۰).

با این‌که گرانث در این مسیر پیش‌قدم بود، اما نخستین کسی که رشد سریع جمعیت را به‌عنوان یک خطر در اواخر قرن هجدهم و اوایل قرن نوزدهم میلادی مطرح کرد، اقتصاددان و کشیش انگلیسی، توماس روبرت مالتوس^۴ بود. به حساب مالتوس، جمعیت جهان که در سال ۱۹۵۰م/ ۱۳۲۹هـ.ش، ۲٫۵ میلیارد نفر بود، در سال ۲۰۰۰م/ ۱۳۷۹هـ.ش از مرز ۶ میلیارد نفر خواهدگذشت. وی عقیده داشت که منابع غذایی جهان محدود و میزان آن در حد ثابتی است و باید انسان خود را با آن سازگار کند. به دنبال این پیش‌بینی شعار "فرزند کمتر، زندگی بهتر" سر داده شد (حسینی طهرانی ۱۳۸۳، ۱۳۶).

یکی از راه‌هایی که مالتوس معتقد بود که از طریق آن می‌توان به کنترل و رشد بی‌رویه جمعیت احاطه پیدا کرد جلوگیری از بارداری بود. اما از آن‌جایی که وی برای رسیدن به این منظور با محدودیت و الزامات مذهبی مواجه می‌شد از رسیدن به راه‌کار مشخص عاجز ماند. به همین جهت شاگردان و طرفداران وی که بعدها نهضت نئومالتوزیانیسم^۵ را به وجود آوردند، وی را مورد انتقاد قرار دادند. نهضت تا جایی پیش رفت که در قرن نوزدهم بحث و جدل‌های اخلاقی، مذهبی و فرهنگی را برانگیخت و کتاب‌هایشان ممنوع‌الانتشار شد. اما سرانجام در اواخر قرن نوزدهم میلادی این مقاومت کمتر شد و با تعدیل نظرات نئومالتوزین‌ها، کنترل باروری در اروپا شکل گرفت و به کاهش میزان باروری این منطقه انجامید.

۵- تاریخچه کنترل جمعیت در ایران

اولین سرشماری نوین ایران در سال ۱۳۳۵هـ.ش/ ۱۹۵۶م مشخص کرد که جمعیت ایران ۱۸/۹ میلیون نفر بود. بعد از سرشماری سال ۱۳۴۵هـ.ش/ ۱۹۶۶م و رسیدن جمعیت ایران به میزان ۲۶ میلیون نفر، آمار نشان داد که میزان رشد جمعیت ایران افزایش ناگهانی داشته و حکومت سلطنتی ایران که تاکنون مخالف مداخله دولت در امور باروری بود، سیاست کنترل جمعیت را پذیرفت و برنامه تنظیم خانواده ملی را در سال ۱۳۴۶هـ.ش/ ۱۹۶۷م بنیان گذاشت (Rudi 1999). با این‌که در سال ۱۳۴۰هـ.ش/ ۱۹۶۱م، شعار فرزند کمتر زندگی بهتر، همراه با برنامه تنظیم خانواده، به‌عنوان اولین برنامه کنترل جمعیت در ایران، از سوی دولت وقت به سطح رسانه‌ها و جامعه ایران راه یافته و آموزش آن در مراکز دانشگاهی به‌صورت جدی آغاز شده بود، شورای

1 John Graunt
2 William Pettv
3 Edmond Hallev
4 Thomas Robert Malthus
5 Neo-Malthusianism

تنظیم خانواده در سال ۱۳۴۶ هـ.ش/۱۹۶۷ م تأسیس شد و برنامه ملی تنظیم خانواده زیر نظر یکی از معاونت‌های وزارت بهداشت شروع به کار کرد (Deputy of health 2009).

چنانچه ذکر شد اوایل دهه ۱۳۴۰ هـ.ش/۱۹۶۱ م، که اولین مرحله تنظیم خانواده بود بر توانمندسازی زوج در انتخاب تنظیم خانواده و در دسترس قراردادن روش‌های پیشگیری متمرکز بودند. این پروسه که در سه مرحله تعریف شده بود در ادامه و در مرحله دوم و پس از تأسیس شورای تنظیم خانواده دغدغه اصلی دولت، یک برنامه فعال تنظیم خانواده و توزیع روش‌های پیش‌گیرانه از طریق کلینیک‌های عمومی بود. مرحله سوم که به موضوع مقاله حاضر نیز مرتبط است، طراحی و تنظیم یک برنامه تهاجمی بود که مبارزه عظیمی را از طریق تبلیغات و وسایل ارتباط جمعی شروع تنظیم خانواده و اثرات سوء رشد جمعیت بر رشد اقتصاد در اواسط دهه ۱۳۴۹ هـ.ش/۱۹۷۰ م، آغاز کرد (Aghajanian 1989).

طبق آمار رسمی سال ۱۳۵۹ هـ.ش/۱۹۸۰ م هزینه سالیانه دولت ایران در مورد برنامه تنظیم خانواده، دومین مقدار اختصاص داده شده در میان ۱۶ کشور جهان بود (Nortman and Hofstatter 1979). وضعیت جمعیت ایران در دهه آغازین پس از پیروزی انقلاب در طول دهه ۱۳۵۵ هـ.ش/۱۹۷۶ م تا دهه ۱۳۶۵ هـ.ش/۱۹۸۶ م، جمعیت ایران از ۳۳/۷ میلیون نفر به ۴۹/۴ میلیون نفر افزایش یافت که نشان‌دهنده متوسط رشد ۳/۹٪ در طول این سالیان بود. میزان باروری کلی نیز از ۶/۳ در سال ۱۳۵۵ هـ.ش/۱۹۷۶ م، به ۷/۱ در سال ۱۳۶۵ هـ.ش/۱۹۸۶ م، رسید (Statistics Center Of Iran 1998).

یکی از عوامل رشد جمعیت در این سال‌ها تا حدودی حضور پناهندگان افغان و همچنین کاهش مرگ نوزادان در دهه ۱۳۶۰ هـ.ش/۱۹۸۰ م بود. اما یکی از علل اصلی افزایش رشد جمعیت، جنگ هشت ساله ایران و عراق بود که مبحث تنظیم خانواده اولویت خود را از دست داده بود. البته این به معنی قطع کامل خدمات تنظیم خانواده نیست بلکه این خدمات صرفاً از طریق وزارت بهداشت به کلینیک‌های خصوصی و پزشکان محدود گردید. با توجه به این آمار پس از پایان یافتن جنگ تحمیلی در سال ۱۳۶۷ هـ.ش/۱۹۸۸ م، دولت متوجه شد روند رشد جمعیت در کوتاه مدت به انفجار جمعیت خواهد انجامید و به همین دلیل پس از جلب حمایت سه قوه و دیگر سیاستمداران سطح بالا، نیاز فوری به یک برنامه کنترل جمعیت در یک سمینار سه روزه تحت عنوان جمعیت توسعه، در شهریور ۱۳۶۸ هـ.ش/۱۹۸۹ م، در مشهد اعلام شد. جمعیت‌شناسان دانشگاهی و متخصصان از وزارتخانه‌هایی مانند کشاورزی، آموزش، اقتصاد و بهداشت از این فرصت برای تأکید بر نیاز یک برنامه‌ریزی قوی برای کنترل جمعیت استفاده کردند (Deputy of health 2009, Aghajanian 1989).

به دنبال هشدار کارشناسان، سیاست کنترل موالید باز هم در اولویت قرار گرفت و دولت در سال ۱۳۶۸ هـ.ش/۱۹۸۹ م، برنامه‌ای به‌عنوان تنظیم خانواده ابلاغ نمود، که بر اساس آن وزارتخانه‌های بهداشت، فرهنگ و آموزش عالی، آموزش و پرورش و نیز صدا و سیما مسئولیت اجرای برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی گوناگونی را به منظور فرهنگ‌سازی برای کنترل جمعیت برعهده گرفتند. این برنامه با سه هدف کلی تدوین گردید: ۱. تشویق فاصله‌گذاری بین تولدها ۲. برحذر داشتن زنان از بارداری در سنین زیر ۱۸ سال و بیشتر از ۲۵ سال ۳. محدود کردن تعداد زایمان بین دو تا سه فرزند.

۶- سیاست دولت در جهت کنترل موالید دهه ۶۰

چنانچه پیشتر ذکر شد، رشد بی‌رویه جمعیت همان‌طوری که در سال‌های اخیر قابل مشاهده است، اگر ادامه پیدا می‌کرد جامعه را از لحاظ اجتماعی و اقتصادی و آموزشی دچار بحران کرده و یک چالش جدی قلمداد می‌شد. بنابراین جمعیت‌شناسان و جامعه‌شناسان بر آن شدند که با کسب مجوز از علماء و راضی‌نموندن قوای سه‌گانه و افراد شاخص و طراز اول مملکت طرحی را بر اساس نظریه مالتوس پایه‌ریزی کنند و با تبلیغات گسترده و همه‌جانبه افکار عمومی را به سمت داشتن فرزند کمتر سوق دهند. به این منظور عوامل و مدیوم‌های مختلف و متعددی مدنظر قرار داده شد که بتوان از طریق آنها به این مهم دست‌یافت. یکی از ابزارها و مدیوم‌ها در این دهه، استفاده از رسانه‌های عمومی بود. دولت وقت در راستای این سیاست با بسیج کردن تمام دستگاه‌های تبلیغاتی و اجرایی کشور در مدت زمان سال ۱۳۶۵ هـ.ش/۱۹۸۶ م تا ۱۳۷۱ هـ.ش/۱۹۹۲ م، سعی کرد که موضوع انفجار جمعیت را از طریق برنامه‌های گسترده کنترل نماید. در این زمان دولت وارد کارزار بزرگ تبلیغاتی شده، در ابتدا با مشخص نمودن بازار هدف و تعیین و تقسیم اقشار مختلف مردم، آغاز به حرکت در مسیر هدف نمود. برای رسیدن به این منظور از دستگاه‌های مختلف اجرایی و فرهنگی استفاده کرد که عبارت بودند از: سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، وزارت آموزش و پرورش، وزارت بهداشت و درمان پزشکی، کمیته امداد امام خمینی و ...

به‌عنوان مثال می‌توان به برخی از فعالیت‌هایی که این سازمان‌ها انجام دادند اشاره نمود از جمله سازمان صدا و سیما، که با برنامه‌ریزی هدفمند اقدام به تولید و پخش تیزر و فیلم‌های آموزشی با محوریت فرزند کمتر زندگی بهتر نمود (پایگاه تحلیلی و خبری خانواده و زنان ۱۳۹۰). وزارت آموزش و پرورش با برگزاری کلاس‌های آموزشی در دبیرستان‌ها برای جلوگیری از ازدواج و فرزندآوری زود هنگام جوانان در این راستا قدم‌های مثبتی برداشت. وزارت بهداشت و درمان پزشکی، با اعزام نیروهای پزشکی و

مددکاری سیار در روستاها و شهرهای کوچکتر و تأسیس کلینیک‌ها و تأمین مایحتاج درمانگاه‌ها و مطب‌های پزشکان در خصوص آموزش و جلوگیری از باروری نیز به نوبه خود در این مسیر حرکت می‌نمود. از جمله سیاست‌های دیگر می‌توان به اعطای ۵۰ هزار ریال، به عنوان پاداش به خانواده‌های زیر پوشش کمیته امداد امام خمینی دارای قدرت باروری در صورت توبکتومی یا وازکتومی اشاره نمود. همچنین در اولویت قراردادن این افراد در واگذاری مسکن، وام و هزینه‌های درمان، از سوی دیگر درخواست از روحانیون و کارشناسان بهداشت و درمان و رسانه‌های گروهی جهت ترغیب تنظیم خانواده و التزام به سیاست دولت جمهوری اسلامی ایران، از جمله این سیاست‌های تعدیلی بود (روزنامه خراسان، ۱۳۷۲). دیوار نوشته‌ها، شعارها بر روی بسته‌بندی‌های کالاها و اقلام مصرفی، تابلوهای عمومی در جاهای پرتردد و پربازدید شهرها، از جمله موارد دیگری بودند که در این سیاست سهم به‌سزایی داشتند. در تصاویر شماره ۱ تا ۴ می‌توان چند نمونه از این مثال‌ها را مشاهده کرد.



(تصویر شماره ۲): تابلوی ورودی شهر پیشبر، منبع: اینترنت



(تصویر شماره ۱): دیوارنگاری با رنگ و شابلون، منبع: اینترنت



(تصویر شماره ۴): بسته بندی کالا منبع: اینترنت



(تصویر شماره ۳): بسته بندی محصولات لبنی سپید منبع: اینترنت

در جدول زیر میزان رشد جمعیت و میزان باروری از سال ۱۳۵۵ تا سال ۱۳۷۵ را نمایش می‌دهد. این جدول حاکی از آن است که میزان رشد جمعیت قبل و بعد از سیاست کنترل مولید دارای نوسان بوده و نقش تبلیغات را در آن نمودار می‌سازد.

جدول ۱- میزان رشد جمعیت و میزان باروری کلی از سال ۱۳۵۵ تا سال ۱۳۷۵

سال	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۵
میزان رشد سالانه جمعیت	۲/۷	۳/۹	۱/۵
میزان باروری	۶/۳	۷/۱	۲/۹۸

نتیجه گیری

آنچه که در این مقاله به اختصار توضیح داده شد، روند حرکت رشد جمعیت در دهه ۶۰ شمسی به سمت کاهش آن از آنچه که پیش‌بینی شده بود به سوی تعدیل آن و همچنین عوامل موثر در این سیاست‌گذاری بود. به این معنا که در نهایت با گذشت یک دوره از آخرین سرشماری در ایران و پس از در پیش گرفتن سیاست کنترل مولید در کشور و اقدامات پیش‌گیرانه در تحدید مولید، در ابتدای دهه ۷۰ سرشماری دیگری انجام شد. نتایج این سرشماری حاکی از آن بود که بعد از اجرای سیاست کنترل مولید و ترویج شعار فرزند کمتر زندگی بهتر، نرخ رشد رو به انفجار جمعیت ایران به‌طور قابل ملاحظه‌ای کاهش یافت. در برنامه اول توسعه مربوط به اواخر دهه ۶۰ هدف سیاست‌های مذکور جلوگیری از افزایش بی‌رویه جمعیت و کاهش نرخ باروری کل به ۲٫۳ فرزند برای هر مادر تا سال ۱۳۹۰ ذکر شده بود که بسیاری از جمعیت‌شناسان براساس تجربه برنامه‌های کاهش باروری در سایر کشورها حصول به این هدف را در بازه زمانی تعیین شده دشوار بلکه غیرممکن می‌دانستند، درحالی‌که در کمال ناباوری این هدف یک دهه زودتر محقق شد؛ به‌طوری‌که در سال ۱۳۷۹ ایران به نرخ باروری نزدیک به سطح جایگزینی یعنی ۲٫۲ فرزند برای هر

مادر رسید. آن چه که در سرشماری سال ۱۳۷۵ هـ.ش/۱۹۹۶ م آشکار شد این بود که جمعیت ایران با کنترل و هدایت سیستماتیک از سمت دولت به شکل قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته‌است و این آمار نشان از آن داشت که شیب تند رشد جمعیت ایران با سازمان‌دهی و حرکت هدف‌مند به کمک تبلیغات و حضور هنرمندان در این عرصه به شیب ملایم تبدیل شده و دولت را به هدف مشخص خود رسانده‌است.

منابع

- ۱- ترکاشوند، نازبانو، (۱۳۸۸)، «اثر هنری و رویکرد بازتاب در جامعه‌شناسی هنر»، مجله هنرهای زیبا، شماره ۴۰.
- 2- Alexander, Victoria 2003. Sociology of the arts exploring fine and popular forms .Melbourne & Berlin: Blackwell publishing
- ۳- میزرای، محمد، (۱۳۷۵)، «متغیرهای جمعیتی و فرهنگ»، ۷۰.
- ۴- حسینی طهرانی، سید محمدحسین، (۱۳۸۳)، رساله نکاحیه، «کاهش جمعیت ضربه‌ای سهمگین بر پیکره مسلمین»، چ دوم، مشهد: موسسه ترجمه و نشر دوره علوم و معارف.
- 5- Roudi, F (1997), Surprising decline in Iran's growth rates. Popul Today. 25(11), p.4.
- 6- Deputy of health (2009), History of family planning in Iran. Family Planning Office. Ministry of Health and Medical Education. Tehran, Iran. [in Persian]
- 7- Aghajanian, A (1989), population policy, fertility and family planning in Iran.
- 8- Nortman, D and Hofstatter, E., (1979). Population and family Planning Programs: Supplementary Tablets to the ninth edition of Fack-book, New York: Population Council (Working Paper, Special Series, and No.2).
- 9- Statistins Center of Iran (1998), Populating Indexes of Iran 1956-1996 .
 - ۱۰- روزنامه خراسان، ۵ شهریور، (۱۳۷۲)، کتابخانه ملی ایران. تاریخ مراجعه ۹ اردیبهشت ۱۳۹۸.
 - ۱۱- پایگاه تحلیلی و خبری خانواده و زنان، ۲ اسفند ۱۳۹۰. تاریخ دسترسی ۲۰ خرداد ۱۳۹۸.
 - ۱۲- عباسی شوازی، محمد جلال و حسینی چاوشی، میمنت، (۱۳۸۱)، «تحولات باروری، تنظیم خانواده و سیاست‌های جمعیتی ایران»، معرفت در دانشگاه اسلامی، سال پانزدهم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۰.
 - ۱۳- طالقانی، محمود، (۱۳۷۱)، «بررسی جامعه‌شناسی تحولات جمعیتی ایران»، فصل‌نامه مطالعات جغرافیایی، شماره ۲۷.
 - ۱۴- نجابتی حسینی، محمود، (۱۳۸۸)، ویژه‌نامه امنیت و توسعه، ۳۰ آذر.
 - ۱۵- شفیعی سروستانی، ابراهیم، (۱۳۹۲)، «بایسته‌های تغییر سیاست جمعیتی با تأکید بر نقش رسانه ملی»، فصل‌نامه معرفت، سال بیست و دوم، شماره ۱۸۹.
 - ۱۶- ملکوتی‌نیا، علی، (۱۳۹۷)، «بایسته‌های تغییر سیاست جمعیتی با تأکید بر نقش رسانه ملی»، فصل‌نامه معرفت، سال بیست و هفتم، شماره ۲۴۵.