

الگوی مبلغ توانمند

گفتگو با حجت الاسلام علیرضا پناهیان با موضوع توانمندسازی مبلغان زن

فاطمه قاسم پور

حجت الاسلام علیرضا پناهیان، مسئول اتاق فکر و مشاور رئیس نهاد مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها، عضو هیئت امنای دانشگاه هنر و استاد حوزه و دانشگاه است. وی دروس حوزوی را تا سطح خارج فقه به انجام رسانیده و همچنین دارای تحصیلات دانشگاهی در رشته روان‌شناسی است.





طبیعتاً نباید نهادهای تبلیغی
را به شیوه‌های سنتی محدود
کنیم؛ و باید از ابزار نوین
هم برای روشنگری استفاد
نماییم. مثلاً اگر بخواهیم
تجربه شکست خورده خانواده
فرهنگ غرب را تبیین کنیم،
این امر بیشتر در سریال‌ها و
فیلم‌ها قابل نمایش است تا در
یک سخنرانی.

دستورات اخلاقی قرار دارد؟

نباید احکام فقهی و اخلاقی را از هم جدا فرض کرد. تمام احکام شرعی بار اخلاقی دارند. به طور کلی احکام خانواده در عین اختصار، برای رسیدن به یک خانواده منعالی و موفق بسیار کلیدی هستند. کلاً در معارف اسلامی پیرامون موضوع خانواده، در دو بخش تأکیدات فراوانی وجود دارد؛ یکی رعایت حقوق زوجین نسبت به یکدیگر و دیگری رعایت حقوق فرزندان نسبت به پدر و مادر. در اسلام با یکی دو تا حکم فقهی و اخلاقی تمام مناسبات خانواده تنظیم می‌شوند و آداب اخلاقی نیز جای خود را پیدا می‌کنند. مثلاً همین که سفر بدون اجازه پدر حرام است یا نوعی ولایت که در رابطه بین زن و مرد وجود دارد ساختار حقوقی و اخلاقی خانواده را شکل می‌دهد.

چنین تصور می‌شود که تغییرات فراوانی اتفاق افتاده است و ذائقه‌ها عوض شده‌اند. زمانی ممکن بود نهاد تبلیغ در خصوص خانواده تبلیغ کند و محتوای تبلیغات، قابلیت عملیاتی شدن داشته باشند، زیرا ذائقه‌ها و ساختارهای اجتماعی با عنوان تبلیغ سازگاری داشت، اما امروزه وقتی در روابط همسران، مباحثی مانند اقتدار و ریاست مرد در خانه مطرح می‌شود دیگر افراد چنین مقولاتی را بر نمی‌تابند، وظیفه نهاد تبلیغ در این فضا و با توجه به اینکه محتوا با ذائقه‌ها سازگاری ندارند، چیست؟

احتمالاً منظور شما ذائقه‌های فکری و فرهنگی است. چون ذائقه فطری انسان هیچ‌گاه عوض نمی‌شود؛ بنابراین اگر مبلغان ما از زبان فطرت بهره بگیرند و یا بتوانند با فطرت انسان‌ها ارتباط برقرار کنند، مخالفتی رخ نخواهد داد. اگر مبلغان ما از زبان فطرت بهره بگیرند و با زبان فطرت سخن بگویند، حقایق به راحتی انتقال می‌یابد و حتی جاذبه هم خواهد داشت. عنصر دیگر این است که می‌توان از تجربه شکست خورده غرب برای تبیین برخی از توصیه‌های دینی استفاده کرد. جامعه غربی در اثر فاصله گرفتن از فطرت شکست خورده است و ما می‌توانیم به سهولت با اعداد و ارقام قابل لمس این مطلب را بیان کنیم.

راه مهم برای بیدارسازی فطرت هم عقل است، براهین زیادی برای اثبات حقیقت احکام اسلام می‌توان بیان کرد. همه امور دینی از تعبداتی نیستند که نتوان به فلسفه یا فایده آنها اشاره کرد.

آیا سخن از زبان فطرت، به رغم اینکه تمام نهادهای فرهنگی - اجتماعی و ساختارهای ما به سمت مسیر دیگری حرکت می‌کنند، می‌تواند تأثیرگذار باشد؟

طبیعتاً نباید نهادهای تبلیغی را به شیوه‌های سنتی محدود کنیم؛ و باید از ابزار نوین هم برای روشنگری استفاد نماییم. مثلاً اگر بخواهیم تجربه شکست خورده خانواده فرهنگ غرب را تبیین کنیم، این امر بیشتر در سریال‌ها و فیلم‌ها قابل نمایش است تا در یک سخنرانی. امروزه برای فرهنگ‌سازی بیشتر باید از ابزارهای رسانه‌ای بهره گرفت. متأسفانه میان

آیا نهاد تبلیغ نسبت به موضوع خانواده احساس مسئولیت می‌کند و به این مسئله توجه دارد؟

جریان تبلیغ هنوز در جامعه ما به نهادی منسجم تبدیل نشده است. بنابراین نمی‌توانیم نسبت به وضعیت این نهاد به صورت روشن سخن بگوییم. هر چند اخیراً حوزه علمیه، انسجام جریان‌های تبلیغ دینی در کشور را در دستور کار خود قرار داده است، اما هنوز زود است که بپرسیم این نهاد تبلیغی به صورت سازمان‌یافته چقدر، نسبت به کدام موضوع حساسیت دارد. البته نهاد تبلیغ به عنوان نهاد فرهنگی، به طور معمول نسبت به خانواده احساس مسئولیت مناسبی دارد، زیرا طبیعت دستورات اخلاقی و احکام دینی اقتضا می‌کند به موضوع خانواده به طور جدی پرداخته شود. اما با توجه به نیاز جامعه و آنچه از مهارت‌های زندگی مشترک و بسته‌های معرفتی که برای استحکام و تعالی خانواده لازم است، نقص‌های فراوانی وجود دارد؛ حتی کاستی‌ها بیش از دارایی‌هاست.

لازم است نهاد تبلیغ با تمام توان، در خصوص موضوع خانواده بیش از آنچه عموم مبلغان به آن توجه دارند، حساس باشد. در اهمیت خانواده همین بس که در قرآن کریم چهار مرتبه بعد از توصیه به توحید، تأکید بر احسان به والدین بیان شده است. و شما می‌دانید طبیعتاً یک سفارش فرعی در موضوع خانواده نیست. طبیعی است وقتی بخواهیم احسان به والدین را محقق کنیم باید روابط پدر و مادر با یکدیگر نیز محترمانه و با محبت باشد.

بسیاری از دستورات اخلاقی ما هم زمینه خانوادگی دارد و به اهمیت موضوع خانواده می‌پردازد. چه مقولاتی از موضوع خانواده بیشتر مورد توجه

این ابزارها و مفاهیم دین و عالمان دینی، ارتباط خوبی برقرار نشده است تا بتوانیم از آنها در مقابل تهاجم فرهنگی مخرب و مؤثر بر خانواده‌ها استفاده کنیم. شما در برخی از موضوعات کلیدی در زمینه خانواده هیچ کار درخور و شایسته‌ای در محصولات هنری و فرهنگی نمی‌بینید. در حالی که برعکس آن فراوان است.

وقتی در جلسات زنانه و تبلیغی در خصوص حقوق زوجین صحبت می‌شود، بعد از آن جریانی از مطالبه حقوق شکل می‌گیرد. در خصوص بیان حقوق همسران چه تدابیری باید اندیشید که جریان منفی مطالبه حقوق شکل نگیرد؟

به عنوان مثال روشی که در نحوه برخورد حضرت آیت‌الله العظمی بهجت دیده شده خیلی درس‌آموز است؛ که باید از آن در موقعیت‌های گوناگون به گونه‌های مختلف استفاده کرد. بنده در مجلسی مشاهده کردم ایشان در مقام نصیحت یک زوج جوان وقتی هر یک از دو نفر را می‌خواستند نصیحت کنند به دیگری توصیه می‌کردند گوش خود را بگیرد یعنی نشنیده بگیرد. و به زن حقوق مرد را و به مرد حقوق زن را گوشزد می‌کردند. وقتی مجله‌ای، حقوق زن بر مرد را به زنان گوشزد می‌کند، آنها هم با آن روش‌های قمیمیستی، قطعاً بستر جنجال در خانواده‌ها فراهم خواهد شد. اما اگر در مجلات خانوادگی، حقوق طرف مقابل نیز گوشزد شود، همسران، حقوق یکدیگر را رعایت خواهند کرد و فضای جامعه فضای بهتری خواهد شد.

تحلیل شما از عملکرد زنان مبلغ چیست و نقش آنان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اساساً کار تبلیغ‌سنجیت با ویژگی‌های بانوان سنخیت زیادی دارد. به شرطی که ابتدا به کسب مهارت و از آن مهم‌تر معارف مورد نیاز یک مبلغ اقدام نمایند و سپس با تمرین و ممارست طی روندی به انجام تجربه تبلیغی بپردازند و به رفع ضعف‌ها و کاستی‌های خود اقدام نمایند تا مبلغ محرب و موفق، بتواند نقش خود را ایفا کند. تبلیغ هم انواعی دارد؛ وقتی تبلیغ را به معنای اعم بگیریم، آموزش و پرورش، نویسندگی و کارگردانی را شامل می‌شود. یکی از انواع آن هم سخنرانی و یا تبلیغ چهره به چهره است. اگر زنان مبلغ در این زمینه فعال شوند، در آینده‌ای نه چندان دور الگوهای خوبی خواهیم داشت. هنوز در جامعه ما این مسئله آن‌طور که باید و شاید باب نشده است تا زنان، توانایی‌های تبلیغی خود را درک کرده و مهارت‌هایشان را افزایش دهند و از این مهارت‌ها بهره گیرند. اگر این اتفاق بیفتد، قطعاً وضعیت فرهنگی و فکر جامعه به فطرت بسیار نزدیک خواهد شد و دین در سطح جامعه رشد خواهد کرد. اما این مسئله تا این حد هم، به تدبیر و رسیدگی، هدایت و ارتقاء نیاز دارد.

برداشتی وجود دارد مبنی بر اینکه تبلیغ دینی به سوی زنانه شدن حرکت می‌کند و مخاطبان این جریان

و حتی فاعلان آن، زنان هستند. نظر شما، به جهت پدیده‌شناسی و آسیب‌شناسی چیست؟

مخاطبان تبلیغات دینی، بیشتر بانوان هستند، که امری بسیار طبیعی است؛ زیرا فراغت بانوان در جامعه شهری ما بیش از مردان است. پیش از این زنان موارد مورد نیاز خانه را تولید می‌کردند و در عین حال وظیفه بچه‌داری و خانه‌داری را نیز بر عهده داشتند، اما اکنون جامعه ما به گونه‌ای نیست که زنان وقت زیادی برای خانه صرف کنند. از طرف دیگر، گرایش فطری و معنوی در نهاد زنان وجود دارد و این امر مایه حفظ معنویت و سلامت جامعه است. وقتی زنانی که هم به معنویت نیاز دارند و هم کشش بیشتری نسبت به آن احساس می‌کنند، به موضوعات معنوی بیشتر بپردازند، به نفع جامعه خواهد بود.

همچنین زنان به لحاظ معنوی و تأثیرگذاری در اطرافیان، از مردان قوی‌تر هستند. بنابراین تأثیر آنان بر فرزندان و همسرانشان بسیار بیشتر است. بیشتر بودن مخاطب زن، مثبت است و اگر فعالیت تبلیغی در بین بانوان رواج یابد، مزده خوبی است. اما باید بتوانیم این نهاد را آسیب‌شناسی و آسیب‌زدایی کنیم.

جلسات مذهبی زنانه یکی از محافل مهم معنوی و تبلیغی باید به حساب بیاید که به دلیل نیاز بانوان به این گونه جلسات، برگزار می‌شود. بنابراین برگزاری این جلسات فی‌حدنفسه خوب است؛ و حتی نیاز ما به مبلغان موفق زن بیش از نیازمان به مبلغان مرد است تا بتوانند با ادبیاتی شیوا و رسا جلسات را اداره کنند و به تبیین معارف دینی بپردازند.

یکی از آسیب‌هایی که در این زمینه وجود دارد، پایین بودن سطح معارف کسانی است که در این سطوح فعالیت تبلیغی می‌کنند. ممکن است یک مبلغ بسیار قوی باشد، اما همین که یک سخن نابه‌جا بزند، تأثیری منفی در جامعه خواهد گذاشت. و گاهی نیز دیده می‌شود برخی مبلغان به دلیل نداشتن مهارت کافی و ناتوانایی در ارتباط با مخاطب، تأثیر معکوسی بر مخاطب می‌گذارند. نباید به رضایت نسبی مخاطبان از یک مبلغ بسنده کرد همچنان که عدم رضایت مخاطبان را هم نباید دست کم گرفت. تبلیغات دینی در میان بانوان هم از نظر محتوایی و هم از جهت مهارتی به یک خانه تکانی گسترده و بی‌ریزی اساسی نیاز دارد.

اصلاح محتوای برنامه‌های تبلیغی، را چگونه می‌توان برنامه‌ریزی کرد؟ با توجه به ضعف اطلاعات و ضعف روشی، آسیب‌های زیادی وجود دارد. برای مثال ممکن است نوع ارتباطات خاصی که وجود دارد و یا جهت خاصی که برخی از این جلسات پیدا می‌کنند، کارکرد اصلی آنها را تحت تأثیر قرار دهد. چه اقداماتی می‌توان در خصوص این مسئله انجام داد؟

مهم‌ترین اقدام بعد از بی‌ریزی یک برنامه اساسی، در این شرایط، الگوسازی است. رشد مبلغان در جامعه باید هدایت بشود. بعضی افراد استعدادهایی دارند و برخی هم ممکن است زمینه‌های اجتماعی مناسبی داشته باشند و بتوانند

مخاطبانی جذب کنند. نمی‌توان با جامعه مانند یک پادگان نظامی تحت کنترل برخورد کرد و با چند امر ونهی و بخشنامه به حل مشکلات امید داشت. به‌خصوص در موضوعاتی که به هنر، ذوق و زمینه‌های استعدادهاى شخصی بسیار وابسته است. ما باید با نشان دادن الگوهای مناسب و تقویت عناصر قوی و متناسب، کار را برای انتخاب بهتر مردم آسان کنیم. اگر مردم نمونه‌های خوب و افتخارکننده بیابند، به دنبال نمونه‌های ضعیف نخواهند رفت.

در کنار اقدام برای الگوسازی، روشنگری نیز لازم است. باید برای افراد جامعه، به‌خصوص کسانی که به درک معارف دینی گرایش دارند، روشنگری‌هایی وجود داشته باشد و آدرس‌ها و ملاک‌هایی به ایشان داده شود تا بدانند از چه کسانی و با چه محتوایی بهره‌برداری کنند و چگونه مخاطب یک فعالیت تبلیغی قرار گیرند؛ که متأسفانه در جامعه کمتر به آن پرداخته می‌شود. حتی باید بیش از ماه‌های محرم و رمضان برای مردم توضیح داده شود که پای چه منبرهایی بروند و از آن چه انتظاراتی داشته باشند. اگر سطح هشجاری مردم بالا برود، انتخاب‌های بهتری خواهند داشت و آسیب‌ها کمتر خواهند شد و اگر کاستی هم در جایی ببینند، خودشان تذکر می‌دهند.

در سطح شهر تهران دیده می‌شود جلسات زنانه لزوماً تعلیمی و سنتی نیستند. یعنی در برخی از این جلسات نه احکام وجود دارد نه تفسیر و نه اصول عقاید و مباحثی مانند مثنوی خوانی و یوگا مطرح می‌شود. شاید دیدن چنین جلساتی، این ذهنیت را ایجاد کند که کارکرد جلسات زنانه فقط دریافت بسته‌های دینی و معنوی نیست کارکردهای دیگری نیز می‌تواند داشته باشد. نظر شما در این خصوص چیست؟ آیا این جلسات می‌تواند کارکرد دیگری هم داشته باشد و اگر دارد به چه شکلی است؟

اگر ما معنویت را به معنای اعم در نظر بگیریم، کارکردهای چنین جلساتی، ارضاء نیاز معرفتی و روحی هر دو خواهد بود. اگر بتوانیم در این جلسات با بهره‌گیری از معنویت ناب اسلامی و ولایی، روح تشنه مخاطبان را سیراب کنیم و سلاقی آنان را در روند جذب و رشد در نظر بگیریم، طبیعتاً بسیاری از آسیب‌ها در این زمینه کاسته خواهد شد. نباید فقط به بیان احکام اکتفا نمود و یا تنها به مباحث اخلاقی توجه داشت و شرکت کنندگان چنین جلساتی را از شنیدن تحلیل تاریخ و سیره سیاسی معصومین محروم نگاه داشت. و حتی باید توجه داشت مبدا به تبلیغ اخلاق بدون خدا و اومانستی بپردازیم و انواع آسیب‌های دیگر.

ابتدا باید توان مبلغان را افزایش داد و بعد به افزایش آگاهی مخاطبان اقدام نمود تا دچار آسیب‌های این جلسات نشوند.

آیا شما هیچ کارکرد دیگری غیر از دریافت بسته‌های معنوی برای این جلسات قائل نیستید؟

عرض کردم اگر کارکرد معنوی این جلسات را به معنای اعم

در نظر بگیریم، زیرمجموعه‌های متفاوتی می‌یابند. برای مثال گاهی این جلسات کارکرد آموزشی پیدا می‌کنند، گاهی کارکرد تذکری و موعظه‌ای می‌یابند؛ و تفرجگاه روح هستند. پیامبر اکرم (ص) فرمودند: ارتعوا فی ریاض الجنه یعنی در باغ‌های بهشت مشغول بهره‌برداری شوید. پرسیدند در این دنیا باغ‌های بهشت کجاست فرمودند مجالس الذکر.

ممکن است فردی معرفتی از دین داشته باشد، اما تنها برای لذت معنوی در جلسه‌ای حاضر شود. نباید بگوییم حتماً باید دوره آموزش را نیز بگذرانی. او می‌گوید من می‌خواهم لذت معنوی ببرم. وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبِيبُ الْإِيمَانِ وَزَيْنَةُ فِي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّةُ إِلَيْكُمْ الْكُفْرُ وَالْفُسُوقُ وَالْعِصْيَانُ أُولَئِكَ هُمُ الرَّاشِدُونَ.

ما يعلمهم الكتاب والحكمة داریم و حبیب الیکم الایمان را نیز داریم. ای بسا بتوان به بهانه سلسله جلساتی که نقد شعر یا شرح اشعار عرفانیست، حرف‌های خوبی زد؛ این هم یک قالب است. حتی می‌توان با هدف لذت بردن از مفاهیم معنوی، به خوبی از این مفاهیم بهره‌گرفت. این جلسات هم کم‌کم آثار انسان‌سازانه خود را خواهند داشت. مهم این است که شعر جای قرآن را نگیرد همچنان که این هم مهم است که با وجود قرآن نباید روایات فراموش شوند. در مجالس معنوی جهت‌گیری و جامعیت خیلی مهم است.

عده‌ای قائلند که زنانه شدن این جلسات، به دلیل نیازی است که زنان به برقراری ارتباط دارند؛ به نظر شما آیا اصالت با این مسئله است یا بحث معنویت اصیل است؟ اگر اصالت مشخص شود وظیفه دشوارتر نهاد تبلیغ آشکار خواهد شد.

امام حسن مجتبی (ع) می‌فرمایند یکی از برکات حضور در مسجد، پیدا کردن رفیق خوب است. این هم جزء معنویت ماست. اگر زنان بتوانند با زنان مذهبی دیگر ارتباط برقرار کنند، یکی از برکات معنوی این جلسات به‌شمار می‌آید. ما دیگر نمی‌توانیم به سهولت وزن‌کشی کنیم که کدام یک از فوائد این جلسات برای چه کسی از اصالت بیشتری برخوردار است.

اما گاهی مشاهده می‌کنیم شبکه‌هایی که از این طریق پدید می‌آید، چه آسیب‌هایی برای نهاد خانواده به دنبال دارند. گاهی همین شبکه‌های اجتماعی زن را به یک معنا از خانه و خانواده جدا می‌کنند و او در خانه احساس غربت می‌کند.

مسلمان باید جلوی این آسیب‌ها را گرفت. رفیق‌یابی صحیح در این‌گونه مجالس باید موجب تحکیم بنیان خانواده بشود. البته بنده آگاهی از جریان تبلیغی در کشور ندارم و نهاد یا سازمانی هم برای رصد این جلسات وجود ندارد. اما می‌بینیم بیشتر خون‌گرمی‌ها و مهربانی‌ها را خانواده‌هایی دارند که به هیئات و مساجد می‌روند.

آیا منظورتان همه خانواده است یا زنانی که در این

۴۰

جلسات شرکت می‌کنند؟ در تبلیغات سنتی، همه اعضاء خانواده با هم در این جلسات شرکت می‌کردند، اما اکنون مردان شرکت نمی‌کنند و بیشتر جلسات، حالت زنانه پیدا کرده است. یعنی زنان هم در نقش مخاطب فعالیت بیشتری دارند و هم در نقش فاعل.

من فی نفسہ این را آسیب نمی‌بینم. باید این جلسات را مایه تحکیم خانواده قرار داد. بسیاری اوقات تا زنان از خانواده جدا نشوند و به محیط مستقل دیگری نروند و حرفی متناسب برای تحکیم خانواده نشنوند، نمی‌توانند در همان فضای خانواده رفتار خود را اصلاح کنند. وقتی بچه‌ها مدرسه هستند و همسر هم سرکار، اوقات فراغت زن باید به گونه‌ای پر شود. طبیعتاً ارتباطات این چنینی شکل می‌گیرند. مربیانی که در این جلسات هستند، باید جلسات را مدیریت کنند و زنان را به خانواده دلگرم کنند. نمی‌توان به نفس این جلسات ابرادری گرفت، ممکن است گاهی جلساتی هم باشند که بر خلاف جریان اصلی تبلیغ حرکت کنند، اما نفس این جلسات، بر مبنای آموزش‌های دینی است.

آیا می‌توان این جلسات را در سطح کلان مدیریت کرد؟

علاً می‌توان آن را جهت داد، اما هیچ نهاد رسمی در این زمینه فعالیت سازماندهی شده‌ای ندارد. نهادی که تشکیل می‌شود باید نیازشناسی و استعدادشناسی کرده باشد و فعالیت‌ها را ارزیابی کند. این نهاد به تدریج مرجعیت خواهد یافت. یکی از فراوان‌ترین سؤال‌ها این است که ما از چه کسی استفاده کنیم. مردم خودشان محافل ضعیف را نمی‌پسندند. اما میزان نیاز بالاست و لازم است نهادهای تدبیرکننده و تأثیرگذار تشکیل شوند. البته به طور طبیعی همیشه آسیب‌ها وجود دارند.

جنابعالی به عنوان یک مبلغ موفق، چقدر دغدغه خانواده و زنان را داشته و دارید و چقدر در منبرهایتان این مباحث را مطرح کنید و در این زمینه بیشتر به چه مباحثی می‌پردازید؟

اساساً به تربیت فردی بیرون از خانواده برای جوانان چندان اعتقادی ندارم. می‌گویم در هر موضوعی، به نحوی از خانواده سخن بگویم و نقش مادر و پدر را در رابطه با آن موضوع، و همچنین بهبود وضع معنوی جامعه، تبیین کنم. حتی به تربیت زن مستقل از همسرش و یا بالعکس هم زیاد اعتقاد ندارم. معمولاً افراد در میان خانواده خود مخاطب بنده هستند.

دو موضوع کلیدی وجود دارد که اگر به این دو موضوع خوب بپردازیم، افراد جامعه را به سمت خدا و خوبی سوق داده‌ایم. در این حالت هم فرد خوب تربیت می‌شود و هم جامعه. هیچ موضوع دیگری نیز هم‌تراز این دو موضوع اهمیت ندارد؛ یکی ولایت و دیگری خانواده. همیشه سعی می‌کنم به این مطلب اشاره کنم و راه‌کارهای عملی برای ارتقاء در این دو زمینه را به اندازه وسع خودم به مخاطب نشان دهم. مخاطب

اصلی رسانه‌ها هم باید خانواده باشد و طبیعتاً افراد نیز در میان خانواده از برنامه‌ها استفاده می‌کنند.

نسبت به چه بخشی از خانواده، احساس نگرانی می‌کنید؟

رابطه زوجین در درجه اول اهمیت قرار دارد و رابطه زن و شوهر به شدت مورد تهاجم و آسیب است. رابطه زن و مرد نامحرم در جامعه به اندازه این زن و مرد محرم اهمیت ندارد. تربیت فرزند هم مهم‌ترین نتیجه نحوه رابطه زن و شوهر به‌شمار می‌آید.

به‌واسطه فرهنگ منحط غرب و جریان صهیونیستی قمیمیسم، یک نوع فمینیسم مرمز در جامعه ما که گاهی اسلامیزه می‌شود، رواج پیدا کرده است و برخی ابعاد آن آنچنان در فرهنگ جامعه رسوخ کرده که به کسی هم اجازه اظهار نظر مخالف نمی‌دهد.

پیامبر گرامی اسلام (ص) صریحاً می‌فرماید: «حقوق شوهر بر زن بیش از حقوقی است که زن بر شوهر دارد». کما اینکه سفارش‌های مربوط به مهریانی کردن به زنان بیشتر به مردان شده است. بنابراین زن باید مراقب باشد که مبادا از حقوق مرد خود کم بگذارد. و مرد هم باید نسبت به زن مهربان و دل‌رحم باشد. زن و مرد در نوع خوبی کردن به یکدیگر مساوی نیستند و این به دلیل تفاوت‌های روحی زن و مرد است.

اگر این تفاوت‌ها و حقوق متناسب با آن در خانواده به خوبی رعایت شود، و جامعه هم بطور کلی نگاه این چنینی داشته باشد و زن و مرد هر یک در جای خود قرار بگیرند، هم تربیت فرزندان به خوبی صورت خواهد گرفت و هم زن در جامعه محترم خواهد بود و فساد هم کاهش خواهد یافت.

مهم‌ترین وظیفه مرد نسبت به زن مهریانی و محبت است و مهم‌ترین وظیفه زن نسبت به مرد متواضع بودن است. ما نباید وظایف را یکسان تلقی کنیم، زیرا شرایط، اقتضانات و نیازها یکسان نیستند. هر کس وظیفه‌ای دارد. هر کدام از ما در برخی وظائف مسئول تربیت، فرزندان و پدر و مادر هر کدام وظیفه‌ای در خانواده دارند.

بسیاری از مشکلات موجود ناشی از تأثیر فرهنگ رسانه‌ای و سینمایی بر خانواده‌ها است. سریال‌هایی که در مغرب زمین تولید می‌شوند حتی موارد به ظاهر خوبی که صدا و سیما پخش می‌کند، بدون تردید مخرب هستند؛ صدمات زیاد و ارائه الگوی‌های بد از نتایج این برنامه‌ها به شمار می‌آید. در تولیدات داخلی هم ایرادهای فراوانی هست. ممکن است تخلف آشکاری نباشد، اما آسیب‌های ظریفی وجود دارد که از چشم ارزیابان مخفی می‌ماند. امیدواریم روزی برسد که بتوانیم برای تربیت آحاد جامعه و تحکیم خانواده به رسانه‌های جمعی تکیه کنیم که برای رسیدن به این هدف یا باید در علوم انسانی دانشگاه‌ها تحولی پدید بیاید و یا باید حوزه به تولید علم و تبیین دقیق بپردازد و یا رسانه باید با دست‌یابی به بعضی نخبگان راه میانبری را انتخاب نماید.