

نقش رسانه‌ها بر فرهنگ کنترل موالید با رویکرد فقهی^۱

عطیه مقدم فر^۲

چکیده

عصر کنونی «عصر ارتباطات و رسانه» نام گرفته است، و رسانه‌ها نقش بسیار مؤثری در فرهنگ‌سازی و نهادینه ساختن ارزش‌ها در جامعه دارند. یکی از مباحث مهم و مطرح در جامعه کنونی، مسأله توالد و تناسل میان مسلمین از نظر کمی و کیفی است. با توجه به شرایط فعلی کشور و نیز مشاهده تبلیغات رسانه‌های غربی بر تحدید و کاهش جمعیت مسلمانان، تبیین نقش رسانه‌های اسلامی و مسؤولیت آن‌ها در آگاهی بخشی و اشاعه فرهنگ کثرت موالید در کشورمان ضروری است. از این رو مقاله حاضر، به دنبال یافتن جایگاه رسانه در فقه اسلامی است. تأسیس رسانه در اسلام جایز است، منتهی با عنایت به نقش مؤثر و ضروری رسانه در عصر حاضر و مذاقه در آیات و روایات و ادله‌ای مانند وجوب جهاد و دفاع از دین و وجوب اعتلای اسلام و با نظر به این‌که رسانه از مهم‌ترین ابزار اعتلای اسلام و نیز بارزترین ابزار جنگ نرم دشمن علیه اسلام است، از باب وجوب دفاع مقابل جنگ دشمن واجب است بتوانیم کثرت کمی و کیفی توالد را در جهت اعتلای اسلام میان افراد جامعه نهادینه سازیم.

واژگان کلیدی

رسانه، فقه، کنترل موالید، تربیت، علو اسلام

۱- تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۵/۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۲۵

۲- دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران - ایران
a.moghadam10@gmail.com

مقدمه

ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان‌هاست، بلکه هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است؛ زیرا بدون ارتباط، هرگز فرهنگ پدیدار نمی‌شود و ارتباط می‌تواند به شکل‌گیری و تغییر شناخت‌ها و عقاید و رفتارها منجر شود. لکن این ارتباط خود به خود صورت نمی‌گیرد، بلکه نیازمند ابزار است و رسانه‌ها مهم‌ترین و شاخص‌ترین ابزار ارتباط هستند. امروزه رسانه‌ها، با پیشرفت و توسعه تکنولوژی و فن‌آوری اطلاعات، در ابعاد مختلف زندگی بشر با اثرگذاری در فکر و اندیشه و عواطف انسان‌ها، از اصلی‌ترین عوامل تعیین‌کننده رفتار و عمل جوامع بشری به حساب می‌آیند.

هنگامی که با رویکرد فقهی به رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی می‌نگریم، کاملاً ضرورت وجود آن را در حکومت اسلامی درمی‌یابیم؛ زیرا قرآن و اخبار وارده از معصومین، به مبانی‌ای چون وجوب تبلیغ و دفاع از دین، وجوب اعتلا و برتری اسلام و همچنین لزوم اعداد ابزار مقابل اعداء، به عنوان یک ضرورت پرداخته‌اند. بنابراین با توجه به این‌که رسانه‌ها، شاخص‌ترین و اساسی‌ترین ابزار تبلیغ دین مبین اسلام و مصداق دفاع از مبانی و ارزش‌های دینی در برابر هجمه‌های ضداسلامی جوامع غربی هستند، تأسیس آن‌ها بر مسلمانان از باب وجوب دفاع و نیز تبلیغ دین، لازم و واجب است.

یکی از ارزش‌ها و مؤکدات متون دینی ما، بحث افزایش (کمی و کیفی) توالد میان مسلمانان است، تا جایی که پیامبر ۶ می‌فرماید: «فرزند خود را زیاد کنید تا من در روز قیامت به کثرت امتم بر دیگران مباحث کنم» (حرعاملی، ۱۴۱۴هـ ج ۲۱، ص ۲۵۸). اما متأسفانه در عصر حاضر، این ضرورت میان افراد جامعه بسیار کم رنگ شده است و غالباً افراد متمایل به تحدید نسل هستند و این تا حد زیادی متأثر از تبلیغات فرهنگی و رسانه‌ای غرب علیه ارزش‌های دینی ماست. به جهت این‌که دشمنان اسلام، همواره از کثرت مسلمانان هراسیده، می‌کوشند جامعه مسلمین را به اقلیتی در جهان تبدیل کنند و اکنون نیز با مهم‌ترین ابزاری که در دست دارند، یعنی همان رسانه‌ها، در صدد القای فرهنگ ضداسلامی تقلیل موالید، میان مسلمانان هستند. با بیان این مطلب، مسؤلیت و وظیفه رسانه‌های جوامع اسلامی بیش از پیش سنگین و خطیر خواهد بود.

در این مقاله، نقش و تکلیف رسانه‌ها را در نهادینه ساختن این ارزش والای اسلامی یعنی تکثیر نسل مسلمان تبیین نموده و بیان می‌داریم که رسانه‌ها باید هم در راستای فزونی کمی توالد و هم افزایش کیفی و تربیتی آن تلاش کنند.

علاوه بر این، با توجه به بیانات مقام معظم رهبری به عنوان ولی فقیه مسلمین، در فوریت و معتنم شمردن این فرصت و برهه زمانی برای تکثیر جمعیت، رسانه‌ها ملزم به اولویت دادن به اشاعه و تبلیغ این ارزش دینی در فعالیتهای خویش هستند؛ زیرا اگر زمان آن سپری شود، به قول رهبر معظم، هیچ علاجی نخواهد داشت.

مفهوم رسانه

رسانه‌های گروهی به معنای وسایلی که در ارتباطات جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرند، مانند رادیو، تلویزیون، مطبوعات و... (مشیری، ۱۳۷۸، ص ۵۰۲)، ترکیب جدیدی است که در ادوار اخیر و در پی تعامل و داد و ستد فرهنگی با غرب، به حوزه زبان و ادبیات فارسی راه یافته است. این ترکیب یکی از معادل‌هایی است که برای اصطلاح غربی «Mass media» و در کنار معادل‌های دیگری از قبیل وسایط توده‌ای (وینر، ۱۳۵۴، ص ۱۲۵)، رسانه‌های همگانی (کنستانتز، ۱۳۵۱، ص ۲۱۱)، وسایل ارتباط جمعی (رشید پور، ۱۳۴۱، ص ۱۷۳)، به کار گرفته شده است. پیش از آن در فارسی اصیل، واژه رسانه به معانی ستم، افسوس، اندوه و حسرت استعمال می‌شد (دهخدا، ۱۳۴۴، ذیل واژه: عمید، ۱۳۷۵، ص ۵۰۲). ولی امروزه عنوان رسانه‌های گروهی به وسایل ارتباط و عرضه فرهنگی و معلومات - که مخاطبین توده‌ای و غیرمعیّن دارند - اطلاق می‌شود.

در گذشته‌های دور، وسیله ارتباط فکری ابنای بشر با یکدیگر منحصر به نوشتارها و مکتوبات، آن هم فقط در قالب کتابها و رسالاتی بود که مؤلفین و مصنفین به رشته تحریر درمی‌آوردند. رسانه‌های گروهی امروزی را در یک دسته‌بندی می‌توان به دو نوع رسانه‌های صوتی و تصویری و رسانه‌های نوشتاری (مکتوب) تقسیم کرد.

روشن است که درجه تأثیر این رسانه‌ها و نیز استقبال همگانی از آنها شدت و ضعف داشته و تابع متغیر رشد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه است.

رسانه از انواع گسترده‌ای برخوردار است، امروزه با پیشرفت فن آوری همواره بر مصادیق و انواع آن افزوده می‌شود. مصادیق رسانه به جز کتاب، رادیو و تلویزیون (کابلی، آنتن معمولی، ماهواره‌ای)، اینترنت، اعم از وب سایت‌های شخصی، عمومی، شبکه‌های گسترده داخلی و خارجی، خبرگزاری، تلفن همراه با قابلیت پیام کوتاه، سینما، روزنامه‌ها که شامل هفته نامه، گاهنامه، ماهنامه، فصل نامه، سالنامه، خبرنامه هستند.

مفهوم کنترل موالید

«کنترل» واژه‌ای فرانسوی است که به معنای واری، بازرسی، بازدید و تفتیش آمده است (معین، ۱۳۸۲، ج ۳، ص ۲۱۱؛ دهخدا، ۱۳۴۴، ذیل واژه)، و کنترل کردن به معنای نظارت کردن، تفتیش کردن، خود را کنترل کردن و نظارت داشتن عقل شخص بر احساسات و اعمال وی است.

«موالید» هم جمع «مولود» و در لغت به معنی فرزندان، نبات و حیوانات است (همان، ج ۴، ص ۳۰۲؛ همان‌جا) و در اصطلاح، تولد و تکثیر نسل صالح است (صادقی، ۱۳۸۳، ش ۳۶، ص ۴). نکته مهم در معنای کنترل جمعیت این است که کلمه کنترل الزاماً به معنای کاهش نیست، همان طور که در لغت نیز به کاهش معنا نشده است. بنابراین مقصود از کنترل، ممکن است کاهش باشد یا افزایش، همچنین فرهنگ پزشکی دورلند، کنترل را «اداره یا زیر نظر داشتن یک عمل استاندارد» معنا کرده است^۱.

بنابراین کنترل موالید به معنای نظارت و سامان‌دهی و اداره توالد است. و این مسأله که در جامعه با بیان عبارت «کنترل جمعیت»، اذهان عمومی به سوی کاهش جمعیت متمایل می‌شود، کاملاً خطاست و نباید این عبارت را لزوماً به معنای «تقلیل» تلقی کرده؛ بلکه کنترل نگاه دو سویه دارد، یعنی هم افزایش و هم کاهش را در بر می‌گیرد.

حکم تکلیفی تأسیس رسانه در فقه

در ابتدا لازم است که بدانیم مقوله رسانه تحت کدام عنوان فقهی قرار دارد. همه مصادیقی که در مفهوم رسانه برشمردیم غیر از کتاب، امور مستحدثه و جدید هستند. یعنی هیچ کدام در زمان ائمه تا هنگام غیبت نبودند. در نتیجه برای به دست آوردن احکام آن‌ها باید ببینیم که زیر کدام عنوان فقهی قرار می‌گیرند.

رسانه در شریعت مقدس اسلام، مصداق ذاتی هیچ عنوانی که در زمان پیامبر 6 باشد، یافت نمی‌شود، چون رسانه از جمله رادیو و تلویزیون نه وسیله قتل است و نه وسیله تولید غنا تا بگوییم از باب ابزار غنا و یا قتل حرام است. بنابراین رسانه‌ها عنوان ثانوی پیدا می‌کنند و اولاً و بالذات از مباحات هستند، چون هیچ عنوان محرم و یا محلل اولیه‌ای در شرع مقدس ندارند. پس اصل اولیه «كُلُّ شَيْءٍ هُوَ لَكَ حَلَالٌ حَتَّى تَعْلَمَ أَنَّهُ حَرَامٌ بَعِينَهُ» (کلینی، ۱۴۰۷هـ.ج، ص ۳۱۳) جاری خواهد شد.

اکنون پس از یافتن جواز تأسیس رسانه در اسلام می‌خواهیم با استفاده از ادله پا فراتر نهاده و لزوم تأسیس رسانه را به اثبات برسانیم:

۱- وجوب دفاع

امروزه رسانه به ابزار تهاجم ضد اسلام تبدیل و با همه تنوعش در غرب پایه‌گذاری شده است. دشمن هیچ گاه عملیات نظامی را صورت نمی‌دهد، مگر زمانی که در عملیات روانی‌اش موفق شده باشد و تا زمانی که در عملیات روانی موفق نشود، عملیات فیزیکی را شروع نمی‌کند. عملیات روانی ابزاری جز رسانه ندارد، اکنون غرب تنها ابزارش برای ایجاد عملیات روانی در جهان اسلام، بهره‌گیری از رسانه‌هاست.

دفاع، از عناوین جهاد است و آیات زیادی بر وجوب جهاد دلالت دارند. از جمله «فَالْيَقَاتِلُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ...؛ مؤمنان باید در راه خدا جهاد کنند» (نساء، ۷۴) و «خُدُوا حُدْرَكُمْ فَاَنْفِرُوا ثَبَاتٍ اَوْ اَنْفِرُوا جَمِيعًا؛ برگزید و آن‌گاه دسته دسته یا همه به یک بار، متفق برای جهاد بیرون روید» (همان، ۷۱).

علمای شیعه از جمله شیخ طوسی در باب جهاد در کتاب «مبسوط» از آیات قرآن بهره

گرفته‌اند و جهاد را به «جنگیدن برای خدا» تعریف کرده‌اند (طوسی، بی‌تا، ج ۲، ص ۲) و شرایطی را نیز بر آن بیان کرده‌اند، از جمله آن‌که جهاد باید به فرماندهی و اذن امام یا منصوب از جانب امام باشد. بر این شرط اساسی یک استثناء زده‌اند، مبنی بر این‌که اگر این جهاد دفاع باشد، نیاز به اذن و حضور امام نیست (همان، ص ۱۷۲). همان طور که حضرت امام خمینی (ره) می‌فرماید: «اگر دشمن بر بلاد مسلمانان و سرحدات آن هجوم نماید، واجب است بر جمیع مسلمانان دفاع از آن به هر وسیله‌ای که امکان داشته باشد از بذل جان و مال. و در این امر احتیاج به اذن حاکم شرع نیست» (خمینی، ۱۴۲۴هـ ج ۲، ص ۱۷۲).

بنابراین اطلاق جهاد، دفاع را نیز در بر می‌گیرد. و دفاع به عنوان قسمتی از جهاد واجب است. همچنین مرحوم امام (ره) می‌فرماید: «اگر مسلمانان بترسند که اجانب نقشه استیلا بر بلاد مسلمین را کشیده‌اند، چه بدون واسطه یا به واسطه عمال خود از خارج یا داخل؛ چه به واسطه توسعه نفوذ سیاسی یا اقتصادی و تجاری، واجب است دفاع از ممالک اسلامی کنند به هر وسیله‌ای که امکان داشته باشد» (همانجا).

پس تأسیس رسانه از باب وجوب دفاع در برابر هجوم رسانه‌ای دشمن، بر مسلمین واجب است و رسانه مصداق دفاع است.

۲- وجوب برتری و علو اسلام

قال رسول الله 6: «الاسلام یعلو و لا یعلی علیه» (بجنوردی، ۱۴۱۹هـ ج ۱، ص ۱۹۰). این روایت مرسله و موثق الصدور است (قمی، ۱۴۱۳هـ ج ۴، ص ۳۳۴) و بسیاری از فقها و علما از جمله شیخ صدوق این روایت را بیان داشته‌اند.

از نظر دلالتی چنانچه روایت را خبر صرف بگیریم، دیگر نمی‌توان به عنوان حکم از آن استفاده کرد، چون می‌خواهد صرفاً از یک واقعه خبری دهد. اما عده‌ای از فقها آن را جمله خبری در مقام انشا دانسته‌اند، به این معنا که عبارت «یجب أن» در آغازش مستتر است.

«الاسلام یجب ان یعلو ویجب ان لا یعلی علیه؛ اسلام لازم است که برتر و والا قرار بگیرد و لازم است هیچ مکتب و حرفی بر او سلطه پیدا نکند». حال این واجب را چه کسی باید

انجام دهد؟ «من یجب علیه» بیان نشده است، بنابراین علی الاطلاق بر همه واجب است که نوعی عمل کنند که اسلام برتر قرار گیرد و چیزی برتر از اسلام قرار نگیرد و در این صورت دال بر وجوب تأسیس رسانه می‌شود. چون امروز رسانه، یکی از ابزار علو است و بدون رسانه نمی‌توان در دنیا اعلائی کلمه ایجاد کرد.

۳- لزوم اعداد و آماده‌سازی ابزار در برابر دشمن

خداوند متعال می‌فرماید: «و اعدوا لهم ما استطعتم من قوه...؛ و شما در راه مبارزه با آن‌ها خود را آماده سازید تا آن‌جا که می‌توانید از آذوقه و آلات جنگی و غیره» (انفال، ۶۰). امروزه، هیچ کس منکر توان رسانه در بحث مقابله با دشمن نیست. در این عصر، رسانه متمم جعل همه ابزارها است. حتی ابزارهای نظامی و اقتصادی بدون انضمام رسانه کارایی لازم را نخواهند داشت.

«اعدوا لهم» اشاره به لزوم اعداد و آماده‌سازی ابزار در برابر دشمن دارد، بنابراین تأسیس رسانه که از بهترین ابزار مقابله با دشمن است، در عصر حاضر وجوب پیدا می‌کند). بنابراین از این آیه قرآن می‌توان وجوب تأسیس رسانه را به اثبات رساند. پیش‌تر گفتیم از باب لزوم دفاع از اسلام تأسیس رسانه واجب است. حال یک نکته ظریفی وجود دارد و آن این‌که اعداد با دفاع چه تفاوتی دارد؟ ما وقتی دفاع را مطرح می‌کنیم که لازمه‌اش وجود هجوم بالفعل است. دفاع اساساً با مسأله هجوم شکل می‌گیرد. اگر هجومی نباشد، دفاع معنایی پیدا نمی‌کند. اما مسأله اعداد هیچ ربطی به هجوم بالفعل ندارد، بلکه اعداد، نیازمند هجوم بالقوه است. یعنی احتمال و امکان هجوم نه هجوم بالفعل. به تعبیر دیگر در آیه «و اعدوا لهم ما استطعتم من قوه» عدو، اطلاق دارد یعنی کسی که هجوم کرد یا هجوم نکرد. بنابراین دایره وجوب در آیه «اعدوا لهم ما استطعتم من قوه» اوسع است. چنانچه در ادامه این آیه می‌فرماید: «... آماده‌سازی ابزار کنید تا دشمن خدا و دشمن خودتان و دیگر دشمنانی که آن‌ها را نمی‌شناسید، بترسانید»^۱ (انفال، ۶۰).

۱- «... و من رباط الخیل ترهبون به عدو الله و عدوكم و آخرین من دونهم لا تعلمونهم».

از این‌که خداوند فرموده: «و آخرین من دونهم لا تعلمونهم» متوجه می‌شویم که ما دو گونه دشمن داریم؛ دشمنانی که آن‌ها را می‌شناسیم، اما فعلاً انگیزه هجوم ندارند و دشمنانی که از اصل نمی‌شناسیم و نمی‌دانیم و غافل هستیم. در برابر دشمن‌های موجود که بالفعل هم نشده، ممکن است عقل به ما بگوید که بازدارندگی کن، اما آن هنگامی که ما دشمن را نمی‌بینیم، بحث بازدارندگی هم برای ما مطرح نمی‌شود. ولی خداوند متعال در این آیه در صدد بیان این است که حتی در برابر دشمنانی که آن‌ها را نمی‌شناسی اعداد کن. به خاطر همین است که دایره اعداد اوسع از دفاع است.

در عصر حاضر از باب وجوب اعداد، تأسیس رسانه در برابر دشمنان بالقوه‌ای که می‌شناسیم، یا نمی‌شناسیم بر ما واجب می‌شود.

۴- اصل وجوب تبلیغ دین

لزوم تبلیغ و تعلیم دین از مسائل اساسی دین است. خداوند متعال در قرآن می‌فرماید: «و مؤمنان را نسزد که همگی بیرون روند؛ چرا از هر جمعیتی، گروهی (به سوی پیامبر) کوچ نمی‌کنند تا در دین آگاهی یابند و قوم خود را هنگامی که به سوی آنان بازگشتند، بیم دهند، باشد که (از مخالفت با خدا) بپرهیزند»^۱ (توبه، ۱۲۲).

عده‌ای از جمله طبرسی، این آیه را در زمره آیات جهاد دانسته‌اند (کمره‌ای، ۱۳۶۳، ج ۳، ص ۲۷۷) و این نفر را، کوچ جهادی می‌دانند، در حالی که هیچ لزومی ندارد که ما این نفر را کوچ جهادی بدانیم. کوچ یعنی حرکت به سمت انجام کاری. این وجوب کوچ منحصر در جهاد نمی‌شود بلکه کوچ (نفر) برای تفقه در دین نیز واجب است و در این‌جا منظور همان تفقه در دین است. و چون امکان کوچ همه مردم وجود ندارد، عده‌ای لزوماً باید به سوی پیامبر اکرم ﷺ کوچ می‌کردند تا دین را بیاموزند و بعد آن را میان اقوام اسلام تبلیغ کنند. پس این نفر، واجب کفایی است. در واقع این آیه برای آنان که فرا گرفته‌اند هم تعلم دین را واجب کرده است و هم تبلیغ و تعلیم را. و دایره حکم «لینفروا» به استطاعت محدود شده

۱- «و ما كان المؤمنون لينفروا كافة فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا في الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم لعلهم يحذرون».

است. «لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا أَلًّا وَوَسْعَهَا؛ ما هیچ نفسی را بیش از وسع و توانایی تکلیف نمی‌کنیم» (مؤمنون، ۶۲).

در عصر حاضر این ابزار رسانه آن دایره وجوب را از باب استطاعت امروز توسعه داده است. رسانه موضوعی است که در توسعه حکم دخالت کرده است. با گسترش رسانه، امکان تعلم و فراگیری دین برای همگان وجود دارد. همچنین در مورد امکان تعلیم و انذار هم با وجود رسانه دایره آن وسعت پیدا کرده است. اکنون با وجود رسانه می‌توان به تبلیغ و نشر دین در همه دنیا پرداخت. در حقیقت رسانه دو کار انجام می‌دهد: ۱- توسعه امکان تعلم و فراگیری؛ ۲- توسعه امکان تعلیم و انذار. همان طوری که نفر و کوچ عده‌ای برای تفقه در دین و سپس تبلیغ آن واجب است، تأسیس رسانه هم برای این امر، کاری ضروری و واجب است.

کلمه «قومهم» هم که در آیه شریف آمده است، منظور تبلیغ در میان همه افراد است، چون پیامبر تنها مبعوث به مسلمین نیست بلکه مبعوث به همه انسان‌هاست. در نتیجه دایره قوم توسعه دارد و شامل همه افراد است. همه انسانها را باید انذار نمود. بنابراین از این چهار دلیلی که عنوان شد می‌توان وجوب (کفایی) تأسیس رسانه را نتیجه گرفت.

توالد در نگاه اسلام

اسلام از دو منظر به توالد و رشد جمعیت نگریسته است و آیات قرآن کریم و روایات به هر دو وجه پرداخته‌اند و ما در این‌جا به بیان هر دو دسته خواهیم پرداخت.

الف - کثرت کلی موالید

فقه‌ای امامیه، هدف از ازدواج را تولید مثل و بقای نسل بر شمرده‌اند (جبلی عاملی، ۱۰۱۴هـ ج ۵، ص ۱۰۲) و احکام بسیاری از قبیل احکام طلاق، عده، اولاد، ارث و... هم بر اساس همین دیدگاه جعل شده است (طباطبایی، ۱۴۱۷هـ ج ۲، ص ۲۷۷). علاوه بر این، روایاتی از پیامبر بزرگوار اسلام ۶ و ائمه اطهار ۷ وارد شده است که به همین معنا اشاره دارد و تکثیر نسل را امری ممدوح دانسته و به آن ترغیب فراوان کرده است.

از جمله پیامبر ۶ فرموده است: «اکثروا الولد، أکثر بکم الامم غداً؛ فرزندان خود را زیاد کنید تا فردا به واسطه شما بر دیگر امم افتخار کنم» (حر عاملی، ۱۴۱۴هـ ج ۲، ص ۳۵۸). نیز در صحیفه عبدالله بن سنان آمده است که امام صادق ۷ فرمود: مردی نزد رسول خدا ۶ آمد و گفت: ای پیامبر خدا! من دختر عمویی دارم که زیبایی و حسن دین او را می‌پسندم ولی او نازا است. پیامبر ۶ فرمود: با او ازدواج نکن؛ زیرا حضرت یوسف هنگام ملاقات با برادرش از او پرسید: برادر، چگونه توانستی پس از من با زنان ازدواج کنی؟ پاسخ داد: پدرم به من فرمان داد که اگر می‌توانی فرزندی داشته باشی که زمین را از تسبیح سنگین نمایند، ازدواج کن. امام ۷ فرمود: فردای همان روز مردی نزد پیامبر ۶ آمد و همان پرسش را مطرح نمود. پیامبر ۶ فرمود: با زن سواء که فرزند زیاد می‌آورد، ازدواج کن؛ زیرا من در روز قیامت به فراوانی مسلمانان بر دیگر امت‌ها تفاخر می‌کنم. راوی می‌گوید: از امام ۷ سؤال کردم: «سواء» چیست؟ امام ۷ فرمود: زن زشت منظر (معزی ملایری، ۱۴۲۹هـ ج ۲۰، ص ۵۸).

همچنین در احادیث آمده است که: چه چیز مانع از آن است که فرد مؤمن، همسر اختیار کند؟ شاید خداوند از این راه فرزندی به او ببخشد که زمین را با گفتن «لا اله الا الله» سنگین نماید (حر عاملی، ۱۴۱۴هـ ج ۲۰، ص ۱۳). و نیز امام باقر ۷ از رسول اکرم ۶ نقل فرمودند: با دختر باکره‌ای که فرزند زیاد می‌آورد، ازدواج کنید و با زن نازای زیبا ازدواج نکنید، زیرا من به فرزونی جمعیت شما در روز قیامت بر امت‌ها مباحات می‌کنم (همان، ص ۵۴).

در این دسته از روایات، بر تکثیر کمی اولاد، تأکید و توصیه شده است و همچنین مباحات پیامبر ۶ بر سایر امم در روز قیامت به جهت کثرت افراد امت خود، از اموری است که دال بر تشویق دین میین اسلام بر کثرت اولاد است، حتی می‌توان گفت: تحدید نسل با فلسفه ازدواج مخالف و ناسازگار است.

ب - کثرت کیفی موالید

در تعابیر روایی ما مسأله تکثیر، بدون دغدغه دینی و تربیتی نیست، تا جایی که قبل از تشکیل خانواده می‌فرماید: «أنظر فی ای شیء تَضَعُ وَلَدَكَ فَإِنَّ العرق داس؛ بنگر فرزند خود را

کجا قرار می‌دهی، نطفه (عرق) دساس است» (حرعاملی، ۱۴۱۴هـ ج ۱، ص ۱۰۵). همچنین پیامبر ۶ فرمودند: ای مردم! از خضراء الدمن بپرهیزید. پرسیده شد یا رسول‌الله «خضراء الدمن» چه کسی است؟ فرمود: زن زیبایی که در جایگاه بد رشد کرده است (مجلسی، ۱۴۰۴هـ ج ۲۳، ص ۵۴).

چنان‌که در دسته اول دیدیم، به ازدواج با زنانی ترغیب شد که فرزند زیاد می‌آورند؛ لکن این بخش از روایات، به جنبه مهم دیگری پرداخته و آن عنایت به بحث تربیتی و پرورشی فرزند است، مسأله تولید نسل تمام مراتب زندگی زوجین را متأثر می‌سازد و از آن جمله اصالت و تربیت همسری است که انتخاب می‌شود؛ زیرا او مقدمه داشتن فرزند صالح است و نقش مادر در تربیت فرزندان غیرقابل انکار است. در واقع از پیش از ازدواج، باید ارزش‌مداری فرد برای تربیت فرزند صالح لحاظ شود. همان طور که مقام معظم رهبری فرمودند: «هر چه زن عاقل‌تر و هوشمندتر باشد، این تربیت بهتر خواهد شد»^۱.

همچنین در مورد فرزند صالح در روایات آمده است که فرزند صالح، نعمتی از نعمت‌های الهی و گلی از گل‌های بهشت است (کلینی، ۱۴۰۷هـ ج ۶، ص ۳). نیز قرآن کریم در سوره کهف می‌فرماید: «مال و فرزند، زینت زندگی دنیا است» (کهف، ۴۶).

از منظر متون دینی، به مسأله تربیت و پرورش فرزندان فراوان تأکید شده است. از این مطالب و روایاتی که در این قسمت عنوان شد، می‌توان نتیجه گرفت که اسلام گرچه توصیه و ترغیب بسیار بر کثرت کمی فرزندان کرده است و تداوم و استواری خانواده را متوقف بر فرزندداری می‌داند، لکن تنها تکثر عددی مدنظر نیست؛ بلکه فزونی کمی و کیفی هر دو با هم باید مورد توجه قرار گیرد و یکی بدون دیگری نظر اسلام نیست؛ نه صرفاً مسأله کمی و عددی بدون توجه به بحث تربیت محل توجه است و نه صرفاً مسأله کیفی. قرآن کریم در خصوص کاهش جمعیت از بیم فقر و گرسنگی می‌فرماید: «فرزندان خود را از ترس گرسنگی مکشید، ماییم که به آن‌ها روزی می‌بخشیم» (انعام، ۱۵۱). همچنین در جای دیگر می‌فرماید: «خداوند روزی هر کس از بندگانش را بخواهد، بسط می‌دهد و

تنظیم می‌کند» (عنکبوت، ۶۲).

با توجه به این دو آیه، می‌توان گفت: همان طور که داشتن امکانات و شرایط مناسب برای تربیت فرزند لازم است، ترس از فقر و گرسنگی و فقدان امکانات کافی هم توجیه‌کننده تحدید و تقلیل نسل نیست.

بنابراین نه کمیت را باید فدای کیفیت کرد و نه کیفیت را فدای کمیت؛ بلکه هر دو همراه با هم لازم و ضروری است. هم‌چنان که رهبر انقلاب در بیاناتشان با تکیه بر مسأله تربیت و پرورش فرزندان و اهتمام به حفظ محیط خانواده، «خانه‌داری و فرزندآوری» را مجاهدت بزرگ و هنر زنانه دانستند و فرمودند: «اگر توجه لازم به آن صورت پذیرد، پیشرفت یک جامعه تضمین خواهد شد». ایشان به دنبال همین فرمایش خود به کثرت جمعیت تأکید کردند و فرمودند: «پیر شدن کشور، کم شدن نسل جوان در چندین سال بعد، از همان چیزهایی است که اثرش بعداً ظاهر خواهد شد؛ وقتی هم اثرش ظاهر شد، آن روز دیگر قابل علاج نیست، اما امروز چرا، امروز قابل علاج است» (۹۲/۲/۱۱).

منافع و آسیب‌های متقابل کثرت و تحدید موالید

الف - کم جمعیت بودن خانواده و اکتفا کردن به فرزند کمتر، خانواده را از مزایا و امکاناتی محروم می‌کند؛ از جمله این محرومیت‌ها این است که در خانواده‌های کم جمعیت، فرزندان، استقلال کمتری دارند و به جهت وابستگی بیشتر به والدین، کمتر اهل خطر و ریسک بوده، در نتیجه از اعتماد به نفس کمتری هم برخوردارند؛ در حالی که در خانواده‌های پر اولاد، اتکا به نفس فرزندان و میزان همکاری و مشارکت آنان با همسالانشان بیشتر است و بیشتر به کارهای دشوار دست می‌زنند. و این‌ها همه به سبب آن است که در خانواده‌های پرجمعیت آزادی بیشتری به فرزندان داده می‌شود. بنابراین در میان این فرزندان، روحیه صبر و شهامت و از خود گذشتگی قوت بیشتری دارد و ما شاهد ایستادگی و مقاومت بیشتری از جانب آنان در برابر مصایب پیش رویشان هستیم. برخلاف باور غلط برخی افراد که گمان می‌کنند والدینی که تعداد اولادشان بیشتر

است، ناچارند بیشتر اوقات خود را صرف امور فرزندان و یاری آنان کنند، در خانواده‌های پر اولاد، غالباً بسیاری از زحمات و هزینه‌ها بین فرزندان سرشکن می‌شود، علاوه بر آن فرزندان بزرگ‌تر، والدین خود را در انجام امور مربوط به فرزندان کوچک‌تر یاری می‌دهند، در صورتی که در خانواده‌های کم‌فرزند، پدر و مادر علاوه بر ایفای نقش مربوط به خود ناچارند هم‌بازی فرزندانشان هم باشند و اوقات قابل توجهی را برای انجام امور مختلف ایشان صرف نمایند (رجبیان، ۱۳۸۶، ص ۱۶).

آیت‌الله جعفر سبحانی در مزایای کثرت مولید می‌فرماید: «وجود فرزندان زیاد، موجب شادابی خانه و خانواده است...» ایشان سپس در ادامه می‌فرماید: «نباید تصور شود افزایش جمعیت موجب بدبختی است. اگر افزایش جمعیت موجب بدبختی بود، باید چینی‌ها فقیر و بدبخت بودند اما با مدیریت درست منابع، به قدرت اقتصادی در دنیا تبدیل شده‌اند»^۱.

متأسفانه با کاهش فرزند و پدیده تک‌فرزندی در خانواده‌ها رفته رفته مفاهیمی همچون برادر، خواهر، عمه، خاله و... از بین خواهد رفت و نسل جدید در انزوای بیشتری رشد خواهد کرد. این مسأله مهارت‌های اجتماعی و فردی فرزند را مختل می‌کند و کاهش تعداد فرزندان به مرور پیوندهای اجتماعی و خویشاوندی جامعه را سست می‌سازد.

ب - رشد جمعیت در دهه‌های گذشته موجب شد جوامع و سازمان‌ها به جهت برخورداری از امکانات رفاهی و بهداشتی بیشتر و رسیدن به توسعه یافتگی به ترویج محدودیت در زاد و ولد بپردازند؛ لکن بعد از مدت زمانی اغلب کشورهای پیشرفته به تبع اعمال سیاست کاهش، دچار عواقب وخیمی شدند، به گونه‌ای که اکنون شاهد فزونی پیری و کهنسالی و سیر نزولی جوانی در جوامع خویش هستند. به همین منظور به دنبال چاره‌جویی و رفع این معضل بزرگ برآمده‌اند. در واقع این ضایعه در جوامع غربی، محصول توسعه و حاکمیت نگرش‌ها و اندیشه‌های فمینیستی، بی‌رغبتی زنان به مسؤولیت‌های مادری و همسری، کاهش میزان ازدواج و نیز توسعه افکاری است که فرزندآوری را منافی با آزادی‌های اجتماعی افراد می‌داند (محمدی، ۱۳۸۳، ص ۴۵).

تقریباً تمام کشورهای توسعه یافته، با این پیامد منفی مواجه‌اند، لکن توسعه یافتگی در جوامع اسلامی، نباید هرگز فرهنگ تحدید موالید را در پی داشته باشد؛ زیرا مکتب اسلامی از چنان غنای والایی برخوردار است که همواره مسأله خانواده و تداوم و اقتدار آن را اصل شمرده، رشد جامعه را در گرو توفیق خانواده می‌داند. هم‌چنان که مقام معظم رهبری نیز در بیاناتشان در روز میلاد حضرت صدیقه کبری (س) فرمودند: «وقتی در جامعه‌ای بنیان خانواده متزلزل شد، مشکلات آن جامعه نهادینه می‌شود و تمدن غرب با قوانین خیانت‌آمیز جنسی که اجرا کرده است، چه بخواهد و چه نخواهد محکوم به شکست و سقوط است» (۹۲/۲/۱۱).

ج - یکی از مشکلات حکومت با تقلیل جمعیت، پایین آمدن قدرت نظامی و سیاسی کشور است. در واقع، قوت نیروی نظامی یک کشور وابستگی زیادی به کثرت نفرات آن دارد. در نتیجه با کاهش جمعیت، تهدیدات دشمن شدت می‌گیرد و جامعه کم جمعیت، نه قدرت مقابله نظامی را خواهد داشت و نه به جهت اقلیت بودنش، حرفش شنیده خواهد شد. بسیاری از اندیشمندان غربی هم به این مطلب اذعان کرده‌اند، از آن جمله: «ژان بدن»، جامعه‌شناس و اقتصاددان فرانسوی قرن ۱۶ می‌گوید: «هرگز نباید از فراوانی و فزونی جمعیت بیم داشت، زیرا قدرت و ثروتی بالاتر از شمار بسیار جمعیت نیست». «وبان» دولتمرد و اقتصاددان فرانسوی قرن ۱۷ نیز اظهار می‌دارد: «این امر مسلم است که عظمت و قدرت شاهان و کشورشان با تعداد اتباع و جمعیت سنجیده می‌شود». باز هم در همین قرن، ویلیام تمپل معتقد است که افزایش جمعیت، سرچشمه نیروی سیاسی، اقتصادی و نظامی است (امانی، ۱۳۹۰، ص ۱۰).

از آنچه بیان شد، نتیجه می‌گیریم که ما با کاهش تعداد فرزندان هم شاهد کاهش استحکام ارتباطات اجتماعی و انزوای بیشتر فرزندانمان در درون خانواده و هم ناظر بر کاستی عظمت و قدرت نظامی و سیاسی اسلام خواهیم بود. در حالی که بنا به فرمایش پیامبر اعظم ص «الاسلام یعلو ولا یُعلى علیه» (بجنوردی، ۱۴۱۹هـ ج ۱، ص ۱۹۰) وظیفه مسلمین، اعتلای دین مبین اسلام است و نباید با تقلیل جمعیت مسلمانان، از علو و برتری اسلام، در سطح جهان کاسته شود. چون یکی از نتایج افزایش جمعیت مسلمانان، دیده شدن

بیشتر آنان در عرصه جهانی و افزایش قدرت نظامی آنهاست؛ تا حدی که این کثرت، خوف و نگرانی شدید اعدای دین را در پی خواهد داشت.

وظایف رسانه‌ها پیرامون کثرت موالید در جوامع اسلامی

اکنون که دیدگاه اسلام را با توجه به متون دینی و روایی شیعی تبیین کرده، آسیب‌ها و چالش‌های ناشی از تحدید جمعیت را برشمردیم، وظیفه رسانه‌ها، به عنوان مهم‌ترین و اساسی‌ترین ابزار تبلیغ دین مبین اسلام و همچنین ضرورت پرداختن به آن آشکار می‌شود.

مسئولیت رسانه‌ها در رشد کمی موالید

با توجه به شرایط فعلی جامعه دینی ما، که خطر نفوذ و هابیت در کشور بسیاری جدی است، مسأله کثرت موالید را نباید مورد غفلت قرار داد. مسلماً هیچ ابزاری مهم‌تر از رسانه نیست تا بتواند این ارزش اسلامی را در جامعه نهادینه سازد. تأثیر رسانه‌ها به حدی است که افرادی چون بروس کوئن، «رسانه‌های جمعی» را در ردیف «عوامل شخصیت‌ساز» قرار داده‌اند و بر این باورند که رسانه‌ها می‌توانند هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را تقویت یا تضعیف سازند (کوئن، ۱۳۷۲، ص ۱۱۲).

بنابراین رسانه‌ها که وجودشان از باب وسیله اعتلا و برتری دین اسلام ضرورت پیدا می‌کند، وظیفه سنگینی در گسترش فرهنگ کثرت موالید در جامعه اسلامی دارند. چون کثرت افراد جامعه اسلامی در شرایط کنونی، به منزله گسترش توان نظامی و اقتصادی و به تبع آن، توان سیاسی جامعه است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی) در دیدار با مسئولان نظام فرمودند: «بررسی‌های علمی و کارشناسی نشان می‌دهد که اگر سیاست کنترل جمعیت ادامه پیدا کند، به تدریج دچار پیری و در نهایت کاهش جمعیت خواهیم شد، بنابراین مسئولان باید با جدیت در سیاست کنترل جمعیت تجدیدنظر کنند و صاحبان رسانه‌ها و تریبون از جمله روحانیون در جهت فرهنگ‌سازی این موضوع اقدام کنند» (۹۰/۵/۱۶).

با عنایت به این‌که مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، صاحبان رسانه‌ها را موظف به فرهنگ‌سازی در زمینه ازدیاد جمعیت نمودند، رسانه‌ها بیش از دیگران در نهادینه ساختن این فرهنگ اسلامی مسؤلیت خواهند داشت.

وظیفه خطیر رسانه‌ها در جهت نهادینه ساختن مقوله کثرت نسل، یک اصل فوری است که باید در اولویت و صدر برنامه رسانه‌های جوامع اسلامی قرار گیرد.

مسأله مهمی که بر ضرورت گسترش فرهنگ ازدیاد جمعیت در جامعه اسلامی توسط رسانه‌ها می‌افزاید، این است که امروز، رسانه‌های غربی به ابزار تهاجم ضداسلام مبدل شده‌اند و پیوسته در صدد ایجاد عملیات روانی ضددینی و به تعبیری جنگ نرم در ایران هستند.

اکنون ضرورت وجود رسانه از باب وجوب دفاع از اسلام و ارزش‌های اسلامی در برابر حمله‌های فرهنگی دشمن، محسوس‌تر است. یکی از این حمله‌ها، القای تحدید نسل است. این بدان جهت است که غرب، افزایش نسل مسلمان را خطر و تهدیدی برای خود می‌پندارد. و به قول شهید مطهری: «تحدید موالید، نیرنگ استعماری غربیان است که به نفع ما نخواهد بود» (مطهری، ۱۳۷۰، ص ۱۸).

در واقع هدف رسانه‌های غربی از گسترش این فرهنگ، کاهش عده مسلمانان و باقی ماندن آن‌ها به صورت اقلیت در سطح جهانی است تا در نهایت شاهد تقلیل قدرت و توان نظامی و سیاسی مسلمانان به ویژه شیعیان باشند. بنابراین ما می‌توانیم جمعیت را در حدی قرار دهیم که تهدیدها توسط دشمنان، غیرممکن باشد و اقلیت قلیلی در جهان نباشیم. مقام معظم رهبری نیز در دیدار با مدیران صداوسیما به مسأله تهاجم فرهنگی و وظیفه رسانه‌ها در قبال آن اشاره کردند و فرمودند: «یکی از کارهای بسیار مهمی که امروز در دستور کار دشمنان است، تهاجم خبری، تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی به کشور ماست. امروز این تهاجم، اوج تهاجم فرهنگی است که ما آماج هدف آن‌ها هستیم... ما باید در مقابل این‌ها خود را مجهز کنیم. رسانه ما هم باید ناظر باشد به خنثی کردن کار دشمن در داخل، هم باید ناظر باشد به ضربه‌زدن در فضای عمومی» (۸۳/۹/۱۱).

بنابراین رسانه‌های جوامع اسلامی که مهم‌ترین ابزار دفاع از دین می‌باشند، مکلف هستند با جدیت، در مقابل این حملات فرهنگی رسانه‌ها بایستند و با اشاعه فرهنگ کثرت موالید که یکی از مؤکدات پیامبر اکرم ﷺ است، از ارزش‌های اسلامی دفاع کرده، اهداف رسانه‌های مهاجم را خنثی کنند. لازم است رسانه‌ها در جهت خنثی کردن عملیات فرهنگی دشمن، درباره فعالیت‌های ضداسلامی غرب و تبیین ارزش‌های اسلامی به مردم آگاهی دهند. همان طور که اندیشمندان معتقدند، یکی از عوامل نادیده گرفتن ارزش‌ها در جامعه و پیروی از دیدگاه‌های غربی، عامل عدم آگاهی و شناخت مردم است.

بنابراین، کارآمدترین شیوه پیش‌گیری یا حل این مسأله، آگاهی بخشی و روشنگری ارزش‌های دینی توسط رسانه‌هاست. این رسانه‌ها بنا به فرمایش امام خمینی (ره): «حامل پیام اسلام باید باشند» (صباغ‌پور، ۱۳۸۱، ص ۳۷).

مسئولیت رسانه‌ها در رشد کیفی موالید

آنچه از روایات و متون دینی درک می‌شود، آن است که کثرت اولادی نزد اسلام مطلوب است که به همراه تربیت نیکو باشد و اولاد متعهد و دیندار به جامعه عرضه شود. در نتیجه، رسانه‌ها علاوه بر اشاعه فرهنگ کثرت موالید در جامعه اسلامی، باید بحث تربیت را نیز سرلوحه کار خویش قرار دهند.

اگر فرهنگ را مجموعه‌ای منسجم از آراء، عقاید، ارزش‌ها، هنر، آداب و رسوم که توسط غالب افراد جامعه پذیرفته شده است و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود بدانیم، ارائه مباحث نظری درباره هر یک از موارد یاد شده را می‌توان کارکرد فرهنگی رسانه‌ها به حساب آورد (مریجی، ۱۳۸۴، ص ۲۱).

بنابراین رسانه‌ها به عنوان شاخص‌ترین مبلغ دین اسلام، باید اصول تربیتی دین را میان مسلمانان و حتی غیرمسلمانان انتشار دهند، تا ما شاهد گسترش موالید هم به لحاظ کیفی و هم به لحاظ کمی در جوامع اسلامی باشیم؛ همان طور که حضرت امام (ره) در مورد نقش تربیتی رسانه‌ها فرمودند: «تمام رسانه‌ها، مربی یک کشور هستند؛ باید تربیت کنند کشور را و افراد یک کشور را» (بیانات حضرت امام مورخ ۵۸/۲/۲۶) و همچنین در

موضوعی دیگر، فرمودند: «رسانه‌ها باید مبلغ احکام اسلام و مهذب جامعه باشند» (بیانات حضرت امام مورخ ۵۹/۶/۵) و مقام معظم رهبری فرمودند: «با توجه به جایگاه زن در تربیت فرزندان باید جهت بالا رفتن سطح ایمان، سواد و هوش بانوان در کشور برنامه‌ریزی شود» (۹۲/۲/۱۱).

در نتیجه یکی از وظایف رسانه‌ها در راستای تربیت صحیح افراد جامعه، ارتقای سطح فرهنگی بانوان آن جامعه است. متأسفانه، جوامع غربی با اشاعه مبانی نادرست تربیتی، سعی در خنثی کردن فرهنگ تربیتی و پرورشی اسلام دارند. بنابراین باید توجه داشت که امروزه رسانه‌ها، مهم‌ترین ابزار اعتلا و برتری دین اسلام در جهان هستند، تا جایی که اسلام بدون رسانه، نمی‌تواند در دنیا شناسانده شود و علو یابد. در واقع یکی از راه‌های مهم برای کشف میزان حضور دین در جامعه اطلاعاتی، فرآیند انعکاس مطالب دینی در رسانه‌هاست (خان محمسی، ۱۳۸۴، ص ۱۹۲). ترنر در سال ۱۹۹۴ در آمریکا می‌نویسد: «امروزه، مرور سریع صفحه اول یک روزنامه، ما را آگاه می‌کند که دین، یک نیروی بسیار عمده و پر جنب و جوش است. نیرویی که بسیاری از جمله خود من (ترنر، ۱۹۷۲م) در همین چند دهه قبل پیش‌بینی کردند از بین نمی‌رود» (همو، ۱۳۸۷، ص ۳۰۳).

با عنایت به این‌که دشمنان اسلام، تبلیغات علیه فرهنگ تربیتی اسلامی را در رسانه‌های خود توسعه می‌دهند، باید نقش رسانه‌های اسلامی در اشاعه ارزش‌ها و هنجارهای تربیتی دین، بیش از پیش پررنگ شود و فرهنگ والای تربیتی مکتب اسلام را در میان مسلمانان نهادینه سازد. هم‌چنان که رهبر انقلاب خطاب به رسانه‌ها می‌فرماید: «شما باید در مقابل این حرکت موزیانه رسانه‌ها، واقعاً سینه سپر کنید، هر جا رسانه‌ها روی نقطه‌ای تکیه می‌کنند، شما اگر قبلاً پادزهرش را نداده‌اید، بعداً بدهید، تبلیغات دروغین که آن‌ها الآن می‌کنند، رسانه‌های ما باید در مقابلش خیلی قوی بایستند» (۶۹/۵/۷).

به بیان دیگر، وظیفه رسانه‌ها که مؤثرترین مبلغ دین در جامعه اسلامی هستند، ترویج، تثبیت و تعمیق ارزش‌ها و باورهای دینی، و تبدیل آن‌ها به هنجارهای عمومی، ترسیم جامعه آرمانی اسلامی و زمینه‌سازی برای هر چه نزدیک‌تر شدن به آن‌هاست. در این میان ژرف‌نگری در ارزش‌های تربیتی اسلام از اهمیت بیشتری برخوردار است، تا حدی که با

فرهنگ‌سازی و نهادینه ساختن مبانی تربیت اسلامی، می‌توان به آن کثرت کمی مولید نیز در جامعه دست پیدا کرد. در واقع یکی از عواملی که خانواده‌ها را به تحدید مولید ترغیب می‌کند، همین مسائل سوء تربیتی فرزندان است. بنابراین رسانه‌ها با شناساندن و ترویج مبانی پرورشی و تربیتی فرزند صالح، می‌توانند در کثرت عددی و کمی جمعیت در جامعه نیز موفق باشند.

یافته‌های پژوهش

- ۱- عنوان «رسانه» از امور مستحدثه است و تأسیس آن از باب وجوب دفاع و علو اسلام و لزوم اعداد ابزار در برابر دشمن است، همچنین به جهت ضرورت و لزوم تبلیغ و تعلیم دین اسلام، امری واجب بر مسلمانان است.
- ۲- در متون دینی ما، مسأله کثرت توالد و تناسل بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. با واکاوی روایات می‌یابیم که هم کثرت کمی مولید، مد نظر اسلام است و هم کثرت کیفی و مباحث تربیتی فرزندان.
- ۳- رسانه‌های اسلامی، با توجه به نقش تبلیغی که دارند و همچنین با عنایت به ضرورت و لزوم وجود آن‌ها، در جهت دفاع از ارزش‌های اسلامی و زمینه‌سازی برای اعتلای دین مبین اسلام، باید ارزش «تکثیر مولید» را در جوامع اسلامی، نهادینه سازند.
- ۴- با مشاهده گسترش تبلیغات رسانه‌های استکبار و همه‌های فرهنگی آن‌ها در راستای القای فرهنگ تحدید مولید در میان مسلمانان، مسؤولیت سنگین رسانه‌های اسلامی که مهم‌ترین ابزار در مقابل دشمن هستند، در جهت خنثی نمودن حربه‌های رسانه‌های غربی و نیز آگاه ساختن مردم از این ارزش والای اسلامی، بیشتر احساس می‌شود.
- ۵- از آسیب‌های تقلیل مولید، می‌توان به کاهش استحکام ارتباطات اجتماعی و انزوای بیشتر فرزندان و مهم‌تر از آن، کاهش قدرت نظامی و سیاسی یک جامعه اشاره کرد. بارزترین آسیبی هم که اعدای دین، با گسترش فرهنگ تحدید مولید خواهان آنند، همین کاهش قدرت نظامی و سیاسی کشور اسلامی ماست.

۶- عبارت «کنترل موالید» لزوماً به معنای کاهش و تقلیل جمعیت نیست؛ همان طور که در لغت هم به کاستی معنا نشده است، بنابراین کنترل، نگاه دو سویه دارد که هم کاهش و هم افزایش را شامل می‌شود.

۷- همان طور که تأکید روایات ما بر کثرت کمی و هم کیفی نسل است، رسانه‌ها نیز باید در هر دو بُعد تلاش کنند تا این فرهنگ را میان افراد جامعه اسلامی اشاعه دهند، البته یک نکته حائز اهمیت آنست که چنانچه رسانه‌ها بتوانند در نهادینه ساختن مبانی تربیتی مکتب اسلام موفق شوند، بدون شک، در کثرت عددی و کمی هم به نتیجه مطلوب خواهند رسید.

۸- با وجود تأکید فراوان مقام معظم رهبری (مدظله العالی) بر فوریت مسأله «افزایش جمعیت»، بدین گونه که با از دست رفتن زمان دیگر قابل علاج نخواهد بود، رسانه‌ها باید اشاعه این فرهنگ اسلامی را در صدر فعالیت‌های خویش قرار دهند تا فرصت موجود برای رشد نسل مسلمان شیعی که توسعه و عظمت اسلام منوط به آن است، از میان نرود.

منابع و مآخذ

- قرآن کریم
- امانی، مهدی، *مبانی جمعیت‌شناسی*، تهران، سمت، ۱۳۹۰
- بجنوردی، محمدحسن، *القواعد الفقهیه*، قم، نشر الهادی، ۱۴۱۹هـ چاپ اول
- ترنر، جاناتان اچ.، *مفاهیم و کاربردهای جامعه‌شناسی*، ترجمه محمد فولادی، قم، مؤسسه امام خمینی (ره)، ۱۳۷۸، چاپ اول
- جبعی عاملی، زین‌الدین بن علی (شهیدثانی)، *الروضه البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة*، تهران، المكتبة العلمیه الاسلامیه، ۱۴۱۰هـ
- حر عاملی، محمد بن حسن، *وسایل الشیعه*، قم، مؤسسه آل‌البیت، ۱۴۱۴هـ چاپ اول
- خان محمدی، کریم، «*جامعه اطلاعاتی و دین*»، فصلنامه رسانه، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ۱۳۸۴، ش ۶۲
- دهخدا، علی‌اکبر، *لغت‌نامه*، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۴۴، چاپ اول
- رجبیان، زهره، «*کنترل موالید از دیدگاه اسلام*»، مجله حوراء، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، ۱۳۸۶، ش ۲۴
- رشید پور، ابراهیم، *ارتباط جمعی و رشد ملی*، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، ۱۳۴۸، چاپ اول
- صادقی، زهرا، «*تنظیم خانواده*»، دوفصلنامه فقه و حقوق خانواده (ندای صادق)، دانشگاه امام صادق پردیس خواهران، ۱۳۸۳، ش ۳۶
- صباغ‌پور، علی‌اصغر، *تبلیغات (هنر و رسانه) از دیدگاه امام خمینی*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، ۱۳۸۱، چاپ اول
- طباطبایی، محمدحسین، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۷هـ چاپ پنجم
- طوسی، ابو جعفر محمد بن علی، *المبسوط فی الفقه الامامیه*، تصحیح و تعلیق سید محمد تقی کشفی، بی‌جا، المكتبة المرتضویه، بی‌تا

- قائمی، علی، *نظام حیات خانواده در اسلام*، تهران، انتشارات انجمن اولیا و مربیان، ۱۳۶۹
- قمی، محمد بن علی بن بابویه، *من لا یحضره الفقیه*، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۳هـ چاپ دوم
- کلینی، محمد بن یعقوب، *الکافی*، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷هـ چاپ چهارم
- کمره‌ای، محمد باقر، *ترجمه اصول کافی*، تهران، اسوه، ۱۳۶۳، چاپ ششم
- کنستاندز، ا.ک.، *جامعه‌شناسی روستایی*، ترجمه فریدون بدره‌ای، تهران، امیر کبیر، ۱۳۵۱
- کوئن، بروس، *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه و اقتباس فاضل توسلی، تهران، سمت، ۱۳۷۲
- مجلسی، محمدباقر، *بحار الانوار*، بیروت، مؤسسه الوفاء، ۱۴۰۴هـ
- محمدی، معصومه، «*خانواده و ملت*»، مجله حوراء، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، ۱۳۸۳، ش ۶
- مریجی، شمس‌الله، «*رسانه‌های جمعی و نقش آن‌ها در تحکیم و یا تضعیف ارزش*»، مجله معرفت، وابسته به مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۴، ش ۹۱
- مشیری، مهشید، *فرهنگ زبان فارسی*، تهران، نشر آسیم، ۱۳۷۸، چاپ دوم
- مطهری، مرتضی، *خاتمیت*، تهران، صدرا، ۱۳۷۰، چاپ پنجم
- معزی ملایری، اسماعیل، جامع الاحادیث، قم، فرهنگ سبز، ۱۴۲۹هـ
- معین، محمد، *فرهنگ فارسی معین*، تهران، سی‌گل، ۱۳۸۲
- موسوی خمینی، روح‌الله، *توضیح المسائل (المحشی)*، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۲۴هـ
- وینر، مایرون، *نوسازی جامعه*، ترجمه رحمت‌الله مقدم مراغه‌ای، تهران، شرکت سهامی کتب جیبی، ۱۳۵۴

- ✓ www.daynews.ir
- ✓ www.leader.ir
- ✓ www.aftabir.com