

# زنان

## زن، حاضر غایب در مطبوعات

بررسی سیر طرح مسائل زنان در مطبوعات

یادداشت

غیاب بینش زنانه  
و ایده‌هایی که هدر  
می‌رود

نگاهی به دیوار نگاره  
اخیر میدان ولیعصر (عج)

فاطمه سعیدی

جامعه‌شناس و پژوهشگر



چندی پیش دیوارنگاره‌ای در میدان ولیعصر (عج) به نمایش درآمد که در حوزه زنان بود. کم‌نظیری در حوزه زنان بود. نمایشی از زنان سرزمین ایران با تمام تکرارها و مبتنی بر سیاست تفاوت، رنگارنگ و چشم‌نواز. این تصویر فقط یک ایراد داشت: آن هم زمان و تاریخی بود که به آن اختصاص داده شد. این تصویر که برخلاف گذشته، از هر طیف و تفکری عکس زنی در آن برگزیده شده بود، در پی اعتراض برخی چهره‌ها به طور کامل برچیده شد. فاصله میان این دو اتفاق یعنی بالا رفتن دیوارنگاره و پایین آمدن آن، روایتی است از بی‌درایتی مدیریت فرهنگی و فراتر از آن بی‌درایتی در مدیریت بحران، که مشابه گذشته هر وقت نیاز به حل مسأله‌ای بوده، در ساده‌ترین شکل ممکن کل صورت مسأله پاک شده است.

اما این بدزمانی دلالتی دارد که اتفاقاً مسأله بنیادین حوزه زنان و خانواده است: عدم به رسمیت شناختن عاملیت زنان در ساحت مختلف سیاستگذاری‌های فرهنگی و بی‌توجهی به خوانش و دریافت زنانه از اتفاقات و مسائلی که اساساً مشکلات حوزه زنان هستند. ورود به حوزه زنان-هر چند با نیت‌های خیر و نیک- تا زمانی که از دریچه دیدگاه و تجربه زنانه نباشد و عاملیت آنان را در سطوح فردی و جمعی مورد پذیرش قرار ندهد، رویکردی است قیم‌مآبانه که خروجی‌اش چیزی شبیه قمار است: طرح و برنامه سیاستگذار و مدیر و مسئول فرهنگی یا بواسطه بخت و شانس، مورد اقبال زنان قرار می‌گیرد و حداقلی از همراهی جمعی را دریافت می‌کند، یا مانند دیوارنگاره مذکور به کلی طرد می‌شود. در واقع نتیجه حذف زنان متخصص از لایه‌های تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در چنین امری که جامعه هدفشان زنان هستند، چنین می‌شود که نه تنها در سطح جمعی به «معنا»ی چنین تصویری در این زمان و موقعیت توجه نمی‌شود، بلکه حتی در سطح فردی از زانی که قرار است تصویرشان روی این دیوارنگاره قرار بگیرد، اجازه گرفته نمی‌شود. پدیده‌ای نمادین از آنچه عملاً در رابطه با حوزه زنان با آن مواجهیم. درنهایت آنکه پدیده‌های اجتماعی زمانمند و مکانمند هستند و در هر موقعیت و فضایی به گونه‌ای متفاوت خوانده می‌شوند. دیوارنگاره میدان ولیعصر اگر در میانه داستان پارک پردیسان یا مشاجره اتوبوس در اوایل تابستان برپا می‌شد، قطعاً نه تنها مورد استقبال عموم مردم قرار می‌گرفت، بلکه می‌توانست به مثابه دستاوردی هویت‌بخش و افتخارآفرین در حافظه جمعی زنان ایرانی ثبت شود، چه بسا در آن شرایط خالق این ایده، قهرمان ملی هم نام می‌گرفت.

محدث تک‌فلاح

خبرنگار و پژوهشگر



طرح مسائل زنان در مطبوعات اگرچه موضوعی تاریخی و ریشه‌دار در جامعه ماست و پس از انقلاب اسلامی نیز کم‌نبوده‌اند مطبوعاتی که به این حوزه بپردازند اما بررسی دقیق این سیر آسیب‌هایی جدی را به ما نشان می‌دهد. به‌طورکلی در ایران نقش و زبان مطبوعات تحت تأثیر دو متغیر «قدرت سیاسی» و «جامعه‌مدنی» بوده است که خود متأثر از «فرهنگ سیاسی فئودالی» و «سازکارهای حل اختلاف در جامعه جدید» است. این چهارچوب برای مطالعه مطبوعات زنان در ادوار مختلف نیز می‌تواند به کار گرفته شود.

نویسندگان زن ایرانی نخستین تجربه‌های داستان‌نویسی خود را از روزنامه‌ها و مطبوعات آغاز کردند. این پیش‌قراولان داستان مدرن فارسی در زمانه‌ای زندگی می‌کردند که فرهنگ در حال عبور از وضعیت سنتی به مدرن بود. درست به همین علت داستان‌های آنان ریشه‌ای در حکایت‌پردازی سنتی و شاخه‌ای در داستان‌نویسی مدرن دارد و آثار آنان از بهترین نمونه‌ها برای نشان دادن تحول نظام‌مند ژانرهاست.

با پیروزی انقلاب اسلامی در بهمن ۱۳۵۷ چاپ نشریات ویژه زنان اوج می‌گیرد و طی سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۰ بیشتر نشریات محور سیاسی به خود می‌گیرند و از طول عمرکمتری برخوردارند. نشریات مذهبی در همین سال‌ها مثل «زن» مسلمان»، «الثائره»، «نهضت زنان مسلمان»، «ترجس» و «راه زینب» برای نخستین بار چاپ شدند.

پس از انقلاب اسلامی حدود ۱۲۰ عنوان مطبوعات با عنوان زنان منتشر شده است. از این مقدار ۷۵ درصد آن توسط این نشریات در حوزه‌های موضوعی زن و خانواده، زن و انقلاب اسلامی، زن و حقوق و آموزش، زن و هنر، زن و بهداشت، زن و سیاست، زن و اقتصاد، زن و دفاع مقدس، زن و اسلام طبقه‌بندی و مستندسازی شده‌اند. قابل ذکر است که ۸۰ درصد این نشریات در تهران و در دهه‌های بعد مشهد، قم، اهواز و ویز به چاپ رسیده است.

اما با همه این اوصاف مطبوعات و مکتوبات زن محور که به قول آقای سید فرید قاسمی مؤلف فرهنگنامه مطبوعات زنان می‌توان به سه بخش تقسیم‌شان کرد: «۱- درباره زنان، ۲- برای زنان، ۳- زن‌نویسانه، که البته

نگارش‌های زن‌نویسانه ممکن است برای خانم‌ها باشد یا کل انسان‌ها را در بر گیرد.» در این ۴۳ سال انقلاب اسلامی نقش پررنگی را در مطبوعات کلی کشورمان نداشته است. متأسفانه با پرداخت‌های سیاسی و نگاه‌های امنیتی در حوزه زن و خانواده به مفهوم اصلی مسائل این حوزه پرداخته نشده است و این خلأ تا حدی است که حتی می‌توان گفت در طیف متمایل به فمینیسم تلاش برای ارائه الگوهای مغایر با الگوی ایرانی-اسلامی به اقشار مختلف مخاطب مطبوعات دیده شده اما کار خوب و محتوای غنی برای مقابله با این جریان ارائه نشده است.

با مطالعه چهل و سه سال گذر از انقلاب اسلامی ایران این حقیقت دریافت می‌شود که نیاز به پرداخت دقیق به موضوع «زن و خانواده»، در مطبوعات و مکتوبات را باید جدی بگیریم. من به دلایلی که مجال ذکر آن در این مقاله نمی‌گنجد پردازش روی مسائل حوزه زن و خانواده در مطبوعات ایران در دوره‌های مختلف اصولگرایی و اصلاح‌طلبی مورد غفلت بوده است. لذا در دوران مختلف روی کار بودن دولت اصلاح‌طلبان کار رسانه‌های مکتوب روی این موضوع با نگرش‌های فمینیستی همراه شده است و در همین راستا محتوای خاصی از اصولگرایان در مطبوعات این دوره‌ها دیده نمی‌شود تا حدی که کار سرویس‌های زن و خانواده در رسانه‌های اصولگرایی منحصر به پوشش اخبار اقدامات معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، فراکسیون زنان و خانواده مجلس شورای اسلامی و برخی از چالش‌ها و اقدام‌های اجتماعی که به‌صورت پاسخ به شبهات نفوذ یافته در جوامع سیاسی و اجتماعی جمهوری اسلامی وارد شده است، می‌شود. به همین دلیل بر آن شدیم که مروری داشته باشیم بر اقدام‌هایی که یک رسانه و بخصوص رسانه مکتوب باید در سرویس زن و خانواده خود سرلوحه کار قرار دهد. تبیین نظام مسائل «زن و رسانه» و آنچه باید یک خبرنگار این حوزه بدانند و روش‌های راه خود قرار دهد در ادامه خواهد آمد.

نظام‌مندی

مسأله زنان امری است که به نوعی زنان از جهت فکری یا عملی با آن درگیرند و به عنایتی مانند مسائل حقوقی، فقهی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و خانوادگی قابل تقسیم است. با وجود این، می‌توان آنها را در اغلب موارد در یک نگاه جامع جهت‌دهی کرد. به عبارت روشن‌تر، مسائل مورد نظر به گونه‌ای با هم در ارتباط هستند. ما اگر چه در

بیشتر موارد آنها را در جریان‌های موازی ارزیابی می‌کنیم و هر کدام را به بخشی ارتباط می‌دهیم ولی در واقع، بین آنها رابطه سببیت برقرار است و دسته‌ای از این مسائل، معلول دسته‌های دیگرند، چنانکه در بعضی موارد هم دسته‌ای از آنها در عرض هم، معلول علت واحد هستند. طبعاً کشف این ویژگی‌ها، ما را به سمت دست‌یابی به راهکارهای مناسب رهنمون می‌سازد. این نظام‌مند بودن ساختار کار زنان و خانواده در رسانه کمک شایانی به ادامه مسیر رسانه در این حوزه خواهد کرد.

سیر مسائل

نکته دیگر آنکه مسائل مزبور گاه آن‌چنان در ذات خود دارای طبقه‌بندی هستند که اگر در مقام تشخیص اولویت‌ها و مقام برنامه‌ریزی رعایت شوند، خود به خود بخش عظیمی از موارد جانبی و حاشیه‌های راجح خواهند کرد. بنابراین، در باب مسأله شناسی زنان، سه محور اصلی باید مورد تدقیق قرار گیرد:

۱. تشخیص مسأله  
۲. کشف و تعیین روابط بین مسائل  
۳. تعیین اولویت‌ها که دارای دو محور خرد است:  
الف) تعیین اولویت‌های پژوهشی  
ب) تعیین اولویت‌های مسأله‌شناسی  
برای حل مشکلات روزمره و فوری به منظور اقدام رسانه‌های مکتوب و مصور و چندرسانه‌ای و ارائه مسیرهای ارتباطی.

عدم فرد محوری

نظام خبرنویسی محتوا را شامل بر جامعه می‌داند. درست است اخبار و گزارش‌ها در دنیای خبر از یک فرد یا مصاحبه با یک یا چند نفر انجام می‌پذیرد اما مهم آن است که صحبت‌های ارائه شده در گزارش یا موارد سؤال شده از مصاحبه‌شونده



نقش آفرینی کردند؛ اما تصویر حضور خبرنگاران زن در مناطق جنگی تصویر غریب و البته پربرکتی است. آنچه حساب کار آنها را از بقیه سوا می‌کند نحوه پرداخت آنها به سوژه است. نگاه زنانه آنها می‌تواند عنصر اصلی در خلق یک اثر درام باشد. ما از زنان خبرنگاری که در زمان جنگ قلم از دستشان نیفتاد و برای ثبت آنچه در آن روزها رقم می‌خورد شجاعانه خطر‌ها، خستگی‌ها و دوری راه را به جان خریدند و راهی مناطق جنگی شدند کم شنیده‌ایم. مینوبیگی

نقش آفرینی کردند؛ اما تصویر حضور خبرنگاران زن در مناطق جنگی تصویر غریب و البته پربرکتی است. آنچه حساب کار آنها را از بقیه سوا می‌کند نحوه پرداخت آنها به سوژه است. نگاه زنانه آنها می‌تواند عنصر اصلی در خلق یک اثر درام باشد. ما از زنان خبرنگاری که در زمان جنگ قلم از دستشان نیفتاد و برای ثبت آنچه در آن روزها رقم می‌خورد شجاعانه خطر‌ها، خستگی‌ها و دوری راه را به جان خریدند و راهی مناطق جنگی شدند کم شنیده‌ایم. مینوبیگی

فاطمه محمودی

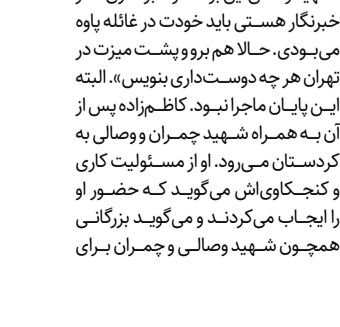
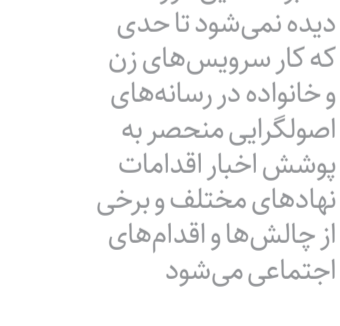
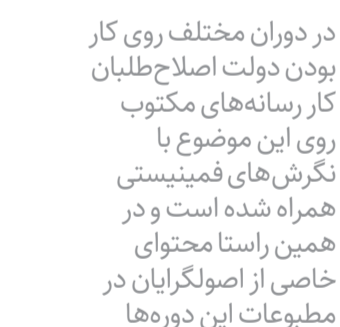
خبرنگار



همیشه بحران‌ها نیاز به روایتی دارند که آنها را بازگو کنند؛ حقیقی و درست. در دوران دفاع مقدس نیز خبرنگارهای زیادی با این باور که «سلاح فقط تفنگ نیست»؛ پیشان به میدان باز شد و همچون رزمندگان

معرفی

همیشه بحران‌ها نیاز به روایتی دارند که آنها را بازگو کنند؛ حقیقی و درست. در دوران دفاع مقدس نیز خبرنگارهای زیادی با این باور که «سلاح فقط تفنگ نیست»؛ پیشان به میدان باز شد و همچون رزمندگان



او مصاحبه نمی‌کند و صراحت لهجه‌اش خانم کاظم‌زاده را می‌خکوب می‌کند. جمله شهید وصالی این بود: «تو خبرنگاری؟ اگر خبرنگار هستی باید خودت در غائله پناه می‌بودی. حالا هم برو پشت میز در تهران هر چه دوست‌داری بنویس». البته این پایان ماجرا نبود. کاظم‌زاده پس از آن به همراه شهید چمران و وصالی به کردستان می‌رود. او از مسئولیت‌کاری در مریوان به دیدار شهید چمران می‌رود و کنج‌کاویش می‌گوید که حضور او را ایجاب می‌کردند و می‌گویند بزرگانی همچون شهید وصالی و چمران برای



پدیده‌های  
اجتماعی زمانمند  
و مکانمند  
هستند و در  
هر موقعیت و  
فضایی به گونه‌ای  
متفاوت خوانده  
می‌شوند

