

نگاه ویژه به حوزه بانوان در گام دوم انقلاب

مدیرکل امور فرهنگی و تبلیغی سازمان با تأکید بر رسیدگی به حوزه بانوان در گام دوم انقلاب می‌گوید: «گرچه در گام اول انقلاب و در ۴ دهه قبل به سبب وجود بحران‌های مختلف، فرصت‌چندانی برای برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در عرصه بانوان وجود نداشت، امروز در گام دوم انقلاب به لطف ایجاد امنیت و ثبات در کشور می‌توان به شکوفایی ظرفیت‌ها به خصوص در قشر بانوان امیدوار بود؛ بنابراین باید به حوزه زنان به‌عنوان مسئله‌ای مهم نگاه کرد و از اقداماتی سازنده برای تحقق این امر بهره برد».

کنشگری؛ اولویت اصلی اداره بانوان

مدیرکل امور فرهنگی و تبلیغی بانوان، پرداختن به بحث کنشگری بانوان را از مهم‌ترین اولویت‌های این اداره می‌داند و می‌گوید: «یکی از نکته‌های اصلی ما همواره این است که بانوان را نیز مانند مخاطب، هم موضوع و هم کنشگر (فعال) در عرصه‌های مختلف ببینیم که البته کنشگری بیش از همه اهمیت دارد؛ پس باید در زمینه ایجاد عرصه کنشگری بانوان ورود کنیم تا به دستاوردهای مدنظرمان برسیم. البته این مهم، به فرایندهایی نیاز دارد و عملاً حوزه بانوان باید در اولویت مجموعه باشد تا بتوان این کارها را به انجام رساند که در حال حاضر، این اتفاق افتاده و بانوان جایگاه خود را پیدا کرده‌اند».

اتفاقاتی را در استان‌هایشان پیش ببرند؛ بنابراین در راستای عملیات حرف آورد، شبکه مردمی نهضت پیشرفت بانوان متشکل از حدود هزار نفر شکل گرفت که این افراد داوطلبانه با ما مشارکت کرده و پای کار خواهند آمد. راه‌اندازی این شبکه مردمی، جریانات خاص خودش را داشت، اما در نهایت به نتیجه رسید و الان در مرحله توجیه هستیم تا در اقدام بعد بتوانیم آن را تثبیت کنیم و همواره از آن حمایت کنیم». همچنین سعیدی‌نژاد به برنامه‌های عملی این اداره کل اشاره می‌کند: «امسال کلاً ۴ پروژه کلان نظام تدوین (حرف آورد)، رفیقانه، شکوه مادری، طراحی ایران ۱۴۴۰ و نقش بانوان در این طرح را مدنظر داشته‌ایم که در حال حاضر دو پروژه به انجام رسیده و دو پروژه دیگر نیز در دستور کار قرار دارد».



بحث فهمیدن و باور کردن ظرفیت‌ها و پیشرفت‌ها شروع می‌شود و به مباحثی چون سبک زندگی دینی، استقلال در فضای منطقه‌ای و... می‌رسد. یکی از بحث‌های کلانی که وجود دارد، این است که اگر می‌خواهیم پیشرفت اسلامی ایرانی را محقق کنیم، باید مسائل جامعه انقلابی در رابطه با زنان را به شکلی ویژه مدنظر قرار دهیم؛ زیرا اگر این مسائل مادر حل شود، می‌توانیم به حل بقیه مسائل امیدوار باشیم». سعیدی‌نژاد با بیان مثالی ساده در این زمینه توضیح می‌دهد: «برای مثال یکی از مسائلی که باید در گفتمان‌سازی به آن پرداخته شود، بحث مدیریت انرژی و منابع طبیعی در یک جامعه اسلامی است. اینکه ما امروزه در مصرف سوخت و انرژی به شکلی کاملاً افراطی عمل می‌کنیم، قطعاً مبتنی بر آن نگاه ایرانی - اسلامی نیست و باید ببینیم دلیل این همه افراط در کشور چیست؟ شاید پس از بررسی‌های لازم، نرخ ارزان سوخت و در نتیجه بحث گرانی سوخت به میان آید که قاعدتاً جامعه به راحتی این موضوع را نمی‌پذیرد، اما اگر این موضوع به‌عنوان یک مؤلفه پیشرفت گفتمان شده و ضروریات این کار به باور مردم برسد؛ در این صورت همراهی آن‌ها اتفاق خواهد افتاد». او ادامه می‌دهد: «به‌واقع اینجاست که ظرفیت‌های بانوان برای یکسری فرهنگ‌سازی‌ها در خانواده و جامعه خودنمایی می‌کند؛ بنابراین باید این ظرفیت‌ها را به شکلی ویژه تقویت کرد تا در همه عرصه‌ها به توفیقات مهمی دست یابیم».

به‌کارگیری ظرفیت بانوان داوطلب با راه‌اندازی شبکه مردمی

اگرچه اداره کل بانوان برای شروع فعالیت در سازمان تبلیغات اسلامی، کار خود را از صفر شروع کرده است، اما در این مسیر کار گسترده‌ای انجام داده که سعیدی‌نژاد درباره آن می‌گوید: «یکی از ضروریات ما برای پیشبرد اهدافمان، داشتن شبکه مردمی متصل به خودمان بود که حرف ما را بفهمند و بخواهند



امسال ۴ پروژه کلان نظام تدوین (حرف آورد)، رفیقانه، شکوه مادری، طراحی ایران ۱۴۴۰ را مدنظر داشته‌ایم که دو پروژه دیگر نیز در دستور کار قرار دارد



گفتمان‌سازی بانوان (جهت‌گیری فکری بانوان) است که تمام مباحث و نقش زنان در خانواده و جامعه مانند سبک زندگی، تولید داخل و همه نیازهای پیشرفت ایرانی اسلامی را شامل می‌شود».

گفتمان‌سازی بانوان، گامی اساسی در تحقق اهداف اسلامی- ایرانی

مدیرکل امور فرهنگی و تبلیغی بانوان در بحث گفتمان‌سازی به تأکیدات رهبر معظم انقلاب در بحث تبیین و روشن‌گری اشاره می‌کند و در توضیح می‌گوید: «حضرت آقا به‌تازگی تأکید زیادی در بحث تبیین و روشن‌گری داشتند؛ زیرا دشمن به شیوه‌ای روی آورده که به‌واسطه آن می‌خواهد اصل موجودیت نظام را زیر سؤال ببرد و تصویری مخدوش از واقعیت جامعه و ظرفیت‌های موجود نشان دهد؛ یعنی در واقع پیشرفت‌های ما را به‌نوعی انکار و پیروزی‌هایمان را به شکست ترجمه می‌کند که این تصویر مخدوش سبب می‌شود موتور محرکه جامعه، یعنی اراده مردم در مسیر پیشرفت شکل نگیرد. بنابراین وقتی ما از گفتمان‌سازی پیشرفت در جامعه زنان حرف می‌زنیم؛ یعنی کارمان از همین