

بررسی چستی و چالش‌های سوگیری مردانه فعالیت‌های مراکز فرهنگی - مذهبی از منظر مدیران فرهنگی

چکیده

نگاهی اجمالی به ویژگی‌های فرهنگی قشر مذهبی نشان می‌دهد که فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی این قشر، بیشتر سویه مردانه پیدا کرده و اغلب مراکز فرهنگی یا اختصاص به مردان دارند و یا به صورت حاشیه‌ای به زنان می‌پردازند. این مسئله در درازمدت جامعه مذهبی را دچار آسیب کرده و موجب شکاف فرهنگی بین بانوان و همسرانشان شده است. پژوهش پیشرو که به روش دلفی انجام شده است با هدف دستیابی به الگوی مطلوب حضور بانوان در فعالیت‌های فرهنگی به‌عنوان کنشگر و یا مخاطب عام در جامعه‌ی اسلامی، بر آن است تا در گام نخست، وضعیت کنونی را از منظر مدیران مراکز فرهنگی - مذهبی شناسایی و معرفی کند. برای این منظور، نشانگاه‌های اصلی پژوهش، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم و حوزه علمیه خاوران در نظر گرفته شد و با بیست مدیر فرهنگی در سطوح کلان و میانی مصاحبه‌ی عمیق به عمل آمد. برخی از مدیران بروز چنین مسئله‌ای را حاصل تصورات ذهنی و کلیشه‌های مرسوم در باب زنان می‌دانستند اما عده‌ای، مشکلات عملی این مسیر را، عامل کاهش تمایل به کار با بانوان و برای بانوان تلقی می‌کردند. برای این پژوهش چهار خرده‌گفتمان، ذیل گفتمان اصلی جامعه مذهبی تعریف شدند: گفتمان تفاوت، گفتمان برابری مجموعی، گفتمان برابری گزاره‌ای، گفتمان اتحاد.

■ واژگان کلیدی

فعالیت فرهنگی، بانوان، قشر مذهبی، مدیران فرهنگی، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، حوزه علمیه خاوران، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه قم.

نعمت الله کرم‌اللهی

دانشیار دانشگاه باقرالعلوم (ع)

n.karamollahi@gmail.com.

کریم خانمحمدی

دانشیار دانشگاه باقرالعلوم (ع)

khanmohammadi49@yahoo.com .

حسین سوزنچی

دانشیار دانشگاه باقرالعلوم (ع)

souzanchi@gmail.com .

فاطمه ملک‌خانی (نویسنده مسئول)

دانشجوی دکتری از تباطات دانشگاه تهران و طلبه سطح سوم مطالعات زنان جامعه الزهرا (ع)

f.malekkhani@ut.ac.ir.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۳/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۲۵

۱. مقدمه

نگاهی اجمالی به مختصات فرهنگی جامعه مذهبی نشان‌گر جهت‌گیری مردانه‌ی فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی آنان است، به گونه‌ای که اغلب مراکز فرهنگی این قشر یا اختصاص به مردان دارند و یا به صورت حاشیه‌ای به زنان می‌پردازند. این وضعیت، هم در شهرهای کوچک و هم شهرهای بزرگ و حتی مذهبی مانند قم وجود دارد. تنوع و فراوانی مراکز فرهنگی زنان نسبت به مراکز فرهنگی مردانه کمتر است. در بسیاری از مراکز فرهنگی، یا مکانی برای حضور و فعالیت بانوان در نظر گرفته نشده و ورود آنان غیرمجاز است و یا نیاز به هماهنگی‌های خاص دارد. زمان‌بندی فضاهایی مانند کتابخانه‌ها به گونه‌ای است که امکان استفاده بانوان را محدود کرده است و... این در حالی است که نسبت جمعیتی زنان در مراکز فرهنگی غیرمذهبی مانند فرهنگ‌سراها، برخی مؤسسات رسانه‌ای، کلاس‌های زبان، موسیقی و غیره این‌گونه نیست. عوامل مختلفی مانند فرهنگ جامعه، نگرش خود بانوان و نگرش سیاست‌گذاران، نخبگان و مدیران فرهنگی فعال در این عرصه، می‌توانند در شکل‌گیری چنین فضایی در میان قشر مذهبی دخیل باشند. این پژوهش با هدف دستیابی به الگوی مطلوب حضور بانوان در فعالیت‌های فرهنگی به‌عنوان کنشگر و یا مخاطب، بر آن است تا چپستی، چرایی و نیز چالش‌های وضعیت موجود را از منظر مدیران فرهنگی بررسی و فهم نماید.

بنابراین مقاله حاضر در پی پاسخگویی به سؤالات زیر است: ذهنیت مدیران فرهنگی در باب کار برای بانوان چیست؟ موانع و مشکلات فعالیت فرهنگی برای بانوان از دید مدیران کدامند؟ راهکارهای ارتقاء فعالیت‌های فرهنگی حوزه بانوان از دید مدیران این عرصه چیست؟

با گسترش گفتمان توسعه و افزایش نقش بانوان در فرایند توسعه، تحقیقات بسیاری پیرامون مشارکت بانوان در توسعه پایدار کشور صورت گرفته است. در این فضا، عده‌ای بر اشتغال بانوان و برخی بر فعالیت‌های اجتماعی آنان تأکید دارند. گروهی نیز به طور خاص به فعالیت‌های فرهنگی و بررسی سهم بانوان از این عرصه پرداخته‌اند. اکثر مقالات موجود از منظر فوق به مسئله پرداخته‌اند و همین امر، یکی از نقاط افتراق این پژوهش با پژوهش‌های موجود است. این پژوهش در عوض مبنا قرار دادن الگوی توسعه غربی و سنجش رفتار جامعه با الگوی مذکور، بر آن است تا با توصیف

فعالیت‌های فرهنگی قشر مذهبی جامعه از منظر مدیران فرهنگی به یک نقد درون گفتمانی دست یابد. با در نظر گرفتن این ملاحظات، نزدیک‌ترین پژوهش به نوشتار حاضر، مقاله «موانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی» نوشته محسن عامری و همکاران است. نویسندگان مقاله، عوامل اصلی عدم مشارکت فرهنگی زنان را مواردی چون مردسالاری، بی‌سوادی زنان، نقش رسانه‌ها در انگاره‌سازی از نقش زن و کلیشه‌های موجود در مورد بانوان دانسته و به طور خاص بر فرهنگ مردسالاری و بازنمایی رسانه‌ها از زن متمرکز شده‌اند. آنان در تبیین مردسالاری به مؤلفه‌هایی مانند جلوگیری از اختلاط یا خروج بانوان از منزل بدون اذن همسر اشاره کرده و در بحث نقش رسانه نیز بازنمایی مداوم زن در کسوت خانه‌داری و یا برجسته ساختن نقش مادری و همسری توسط رسانه‌ها را مانع مشارکت فرهنگی آنان برمی‌شمارند! (عامری، ۱۳۹۳).

۹

حبیب‌پور گتایی در مقاله خود با عنوان «انگاره‌های مصرف فرهنگی در بین زنان استان قم» گونه‌شناسی خاصی از فعالیت فرهنگی ارائه کرده است. وی فعالیت‌هایی مانند کنسرت و تئاتر را فعالیت‌های فرهنگی سطح بالا! بازدید موزه را سطح متوسط و بازدید از اماکن تاریخی را فعالیت فرهنگی سطح پایین می‌داند. دیگر فعالیت‌های فرهنگی نیز شامل پیاده‌روی و ورزش است (حبیب‌پور گتایی، ۱۳۹۴).

رجب‌زاده در مقاله خود با عنوان «مقایسه فعالیت فرهنگی زنان و مردان در ایران» ضمن اشاره به مصرف فرهنگی متفاوت دو جنس، قائل به وجود پیوند عمیق میان مصرف فرهنگی و انگاره‌های موجود از دو جنس در جامعه است. او اصلاح مصرف فرهنگی را محصول اصلاح انگاره‌های جنسیتی موجود می‌داند. رجب‌زاده در نهایت دو نوع مصرف فرهنگی را تعریف می‌کند. از دید او استفاده از رسانه‌ها به نوعی مصرف منفعل و شرکت در فعالیت‌های هنری دستی، ورزش و بازی مصرف فعال هستند (رجب‌زاده ۱۳۸۱).

ملا ابراهیمی و روشنفکر نیز گرچه در عنوان مقاله «نگرشی بر حضور زنان لبنانی در عرصه‌های فرهنگی» و بخشی از محتوای مقاله به فعالیت فرهنگی اشاره می‌کنند، اما ناخواسته در دام مسئله اشتغال بانوان و سهم‌خواهی در مناصب اجرایی و مدیریتی می‌افتند (ملا ابراهیمی و روشنفکر، ۱۳۸۸).

از دیگر نقاط افتراق این پژوهش با غالب پژوهش‌های مشابه، عدم اتخاذ موضع برابری طلبی و یا سهم خواهی در مسئله زنان و در مقابل، اتخاذ نگاه اصولی و منطقی در قبال فعالیت فرهنگی بانوان است. نگاهی که پذیرای هر نتیجه‌ای است که با استدلال و منطوق و اصول اسلامی سازگاری بیشتری داشته باشد. در این میان توجه به دو نکته لازم است: ۱. آیا فعالیت فرهنگی بانوان در این نگاه باید به دیده حق فردی نگریسته شود یا تکلیف انسانی و دینی آن‌ها؟ ۲. فعالیت فرهنگی بانوان با حضور اجتماعی آنان چه نسبتی دارد؟

۲. چارچوب مفهومی

۲-۱. فرهنگ

علامه جعفری در کتاب «فرهنگ پیرو، فرهنگ پیشرو» آورده است که در هیچ‌یک از دایره‌المعارف‌ها و فرهنگ لغات نمی‌توان تعریفی مشخص از فرهنگ یافت و این به دلیل بی‌اهمیتی به مفهوم فرهنگ نیست، بلکه بیشتر ناشی از تنوع بسیار عناصر و پدیده‌های فرهنگ است. در بخشی دیگر از همین کتاب، علامه چنین می‌نویسد: «فرهنگ از یک مقوله متجانس نیست و بر یک واقعیت مفرد دلالت نمی‌کند، بلکه تعداد زیادی از عناصر را در سطوح مختلف در برمی‌گیرد؛ از جمله عقاید، عواطف، ارزش‌ها، هدف‌ها، کردارها، تمایلات و اندوخته‌ها، بنابراین تعاریف متعددی برای آن نقل شده است.» (نائینی، ۱۳۸۹: ۲۶). ایشان با جدا کردن تعاریف فرهنگ پیرو^۱ و پیشرو، فرهنگ پیشرو را چنین تعریف می‌کنند: «فرهنگ عبارت است کیفیت یا شیوه بایسته و یا شایسته برای آن دسته از فعالیت‌های حیات مادی و معنوی انسان‌ها که مستند به طرز تعقل سلیم و احساسات تصعید شده‌ی آنان در حیات معقول تکاملی باشد.» (جعفری، ۱۳۹۵: ۲).

چنین تعاریفی در آثار سایر اندیشمندان عرصه فرهنگ نیز مشاهده می‌شود، به طور مثال از دید ماتئو آرنولد فرهنگ، عبارت است از: «جستجوی کمال مطلق، به یاری گرفتن بهترین اندیشه‌ها و گفته‌ها در باب مطالبی که بیشترین ارتباط را با ما دارد.» (جانسون، ۱۳۷۸: ۱۲).

۱. از دید علامه، فرهنگ پیرو تکامل و ترقی را هدف‌گیری نمی‌کند و با این تعریف سازگار نیست.

۲-۲. فعالیت فرهنگی

مفهوم فعالیت فرهنگی در مکاتب مختلف و از دید نظریه‌پردازان گوناگون یکسان نیست؛ به عنوان مثال تعریف مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام از فعالیت فرهنگی ممکن است در مکتب دیگر ضد فرهنگ محسوب شود یا بیان مصادیق فعالیت فرهنگی مانند رقص، خوانندگی و نوازندگی موسیقی توسط بودریو، در فرهنگ دینی ما وجه دیگری بیابد.

در ادامه به برخی از این تعاریف که عمومیت بیشتری دارند اشاره می‌شود:

۱. مجموعه‌ای از تجارب، اتفاقات، مراسم و غیره که دانش افراد یا علاقه آن‌ها را نسبت به خود و یا دیگر گروه‌های فرهنگی، اجتماعی، فکری و یا میراث فرهنگی افزایش می‌دهد.

۲. کار(فعالیت) فرهنگی، فعالیتی است که تمام شئون زندگی فردی و اجتماعی بشر را دربر می‌گیرد. کاری است که همه افراد جامعه را متأثر می‌سازد و این با نفوذ در ارتباطات و روابط علت و معلولی و تأثیر و تأثرات افراد جامعه بر یکدیگر، شدنی خواهد بود.

۳. فعالیت فرهنگی، فعالیتی است که باعث می‌شود افراد بتوانند در تمام ابعاد زندگی روزانه خویش، اعم از فردی یا جمعی، خود را به دیگران بفهمانند.

۴. فعالیت فرهنگی عبارت است از مجموعه اقداماتی که برای تغییر در مجموعه توان انسانی یک جامعه صورت می‌گیرد.

۵. فعالیت فرهنگی به آن دسته از فعالیت‌هایی گفته می‌شود که اعضای یک جامعه در آن شرکت داشته و به وسیله آن، شخصیت و توانایی‌های خود را بسط و گسترش می‌دهند(حقیقی کفاش و همکاران، ۱۳۹۱).

یونسکو در جزوه‌ای با عنوان «توصیه‌نامه‌ای در مورد استاندارد کردن آمار هزینه‌های دولتی فعالیت‌های فرهنگی» ضمن گونه‌شناسی فعالیت‌های فرهنگی به مقولات زیر اشاره کرده است.

میراث فرهنگی / مواد چاپی و ادبیات / موسیقی / هنرهای نمایشی / هنرهای تجسمی / سینما و عکاسی / رادیو و تلویزیون / فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی / ورزش و بازی‌ها / طبیعت و محیط زیست / مدیریت عمومی فرهنگ (حقیقی کفاش و همکاران، ۱۳۹۱).

نکنه درخور توجه این که در پژوهش حاضر، فعالیت فرهنگی جنبه‌ی اعتلایی دارد و هر نوع آموزش و مشارکت‌جویی در راستای ارتقاء فرهنگ ایرانی و اسلامی با لحاظ مؤلفه‌های بومی را شامل می‌شود.

۲-۳. سازمان فرهنگی

بر اساس مصادیق متنوع و متعدد فعالیت‌های فرهنگی، چنین برداشت می‌شود که سازمان فرهنگی سازمانی است که مأموریت و یا وظایف اصلی خود را از میان فعالیت‌های فرهنگی انتخاب کرده است (شورای عالی انقلاب فرهنگی، طراحی مبانی نظام ارزیابی عملکرد سازمان‌های فرهنگی، ۱۳۸۵).

۳. روش تحقیق

داده‌های این تحقیق با روش دلفی جمع‌آوری و سپس با رویکرد تحلیل گفتمان تحلیل شده است. دلفی رویکرد یا روشی سامانمند (سیستماتیک) است که در تحقیق برای استخراج نظرات یک گروه از متخصصان در مورد یک موضوع یا یک مسئله به کار می‌رود. اجزای اصلی این روش، تکرار یا بازگویی، پرسشنامه، متخصصین، بازخورد کنترل شده، گمنامی، آنالیز نتایج، اجماع، زمان و تیم هماهنگ‌کننده است (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷۶-۱۷۵). مزیت این روش، قابلیت اطمینان و کشف خلاقانه‌ی ایده‌ها یا تولید اطلاعات مناسب برای تصمیم‌گیری است. اساس روش دلفی یک فرآیند ساخت‌مند برای جمع‌آوری و مختصرسازی دانش به دست آمده از گروه خبرگان است که این دانش از راه توزیع دسته‌های سؤال، با بازخورد نظری کنترل شده به دست آمده است (نقیب السادات و جواد، ۱۳۹۰: ۷۲).

نشانه‌گاه اصلی این تحقیق دفتر تبلیغات اسلامی حوزه، حوزه علمیه خواهران و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی است و با بیست مدیر میانی و ارشد این سازمان‌ها مصاحبه عمیق به عمل آمده است. در مرحله اول با مصاحبه‌ی باز، تعدادی سؤال به دست آمد. در ادامه کار، سؤالات تکمیل و نتایج طبقه‌بندی و مقابله شدند. سپس دلایل به دست آمده به سایر مدیران عرضه شد و نظرات آن‌ها حول پاسخ‌های موجود ثبت گردید. نقدهای مدیران به نظرات یکدیگر و پیشنهاد‌های آن‌ها

برای رفع مشکلات و موانع نیز پس از طبقه‌بندی دلایل، به تحقیق اضافه شدند. این کار تا مرحله اشباع داده‌ای^۱ و کفایت نظری^۲ ادامه یافت.

گرچه دغدغه‌ی اصلی پژوهش در نظر نگرفتن بانوان به عنوان مخاطب برنامه‌های فرهنگی بود، اما مشاهده شد در پاسخ‌ها گاهی میان دو مقوله زیر خلط شده است:

۱. عدم تمایل به کار فرهنگی برای بانوان (به عنوان مخاطب عام)؛

۲. عدم تمایل به به‌کارگیری بانوان در برنامه‌های فرهنگی (به عنوان کنشگر فرهنگی).

البته به نظر می‌رسد که یکی از این دو، می‌تواند مسبب دیگری شود و رابطه معناداری بین آن‌ها وجود داشته باشد. یعنی عدم تمایل به کار فرهنگی برای بانوان (به عنوان مخاطب عام) ناشی از عدم به‌کارگیری بانوان در امور فرهنگی و عدم حضور بانوان متخصص در این زمینه است.

۴. یافته‌ها

تحلیل داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که برحسب نوع نگاه مدیران مراکز فرهنگی مذهبی، در خصوص فعالیت فرهنگی برای بانوان، چهار رویکرد اصلی قابل تشخیص است. در پژوهش حاضر از این رویکردها به گفتمان تعبیر و ضمن ترسیم مفصل‌بندی هر کدام از این گفتمان‌ها، نوع نگاه آن‌ها به مسئله و نیز موانع و راهکارهای آن‌ها در این خصوص ارائه شده است. این گفتمان‌ها عبارتند از: گفتمان تفاوت، گفتمان برابری مجموعی، گفتمان تساوی گزاره‌ای و گفتمان اتحاد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که گرچه نوع نگرش گفتمان‌ها به فعالیت برای بانوان در طرح مشکلات و موانع تأثیرگذار بوده است، اما در سطح کلان، برخی از چالش‌های پیش روی فعالیت‌های فرهنگی جامعه مذهبی، مشترک بودند. پاره‌ای از این چالش‌ها از نبود مهارت‌ها و خلأهای مدیریتی سرچشمه می‌گیرد و برخی ناشی از دشواری‌های کار برای بانوان و تجربه‌های شکست خورده مدیران است. در ادامه ابتدا گفتمان‌ها معرفی و مقایسه شده و سپس تصویری تفصیلی از چالش‌های موجود، مطرح و در پایان در ذیل نتیجه‌گیری، فهرستی از راهکارهای پیشنهادی برای بهبود وضعیت کنونی ارائه شده است.

1. Data Saturation

2. Theoretical Sufficiency

۵. معرفی گفتمان‌های رایج در مورد فعالیت فرهنگی بانوان

۵-۱. گفتمان تفاوت

مدیران قائل به این دیدگاه که کم‌تعداد هم نیستند، معتقدند تفاوت‌های تکوینی زن و مرد ایجاب می‌کند که علاوه بر محتوای متفاوت، وزن متفاوتی نیز برای برنامه‌ریزی فرهنگی این دو جنس در نظر گرفته شود. این گفتمان به نوبه خود، شامل دو رویکرد «اولویت کار فرهنگی برای مردان» و «اولویت کار فرهنگی برای بانوان» است.

۵-۱-۱. اولویت مردان

دسته اول که بر برنامه‌ریزی فرهنگی برای آقایان تأکید می‌کنند، خود به چند گروه تقسیم می‌شوند:

گروه اول، بر این نظرند که مردان به دلیل حضور در اجتماع، مواجهه مستقیم‌تری با آسیب‌های اجتماعی دارند و از این رو ضرورت برنامه‌ریزی فرهنگی برای آنان بیشتر است.

گروه دوم، با اذعان به قابلیت بالاتر مردان در درک مفاهیم فرهنگی، زنان را سطحی‌نگر دانسته و معتقدند که حضور پرشور بانوان در برنامه‌های فرهنگی مشابه و تکراری، حکایت از آستانه پایین رضایتمندی آنان دارد.

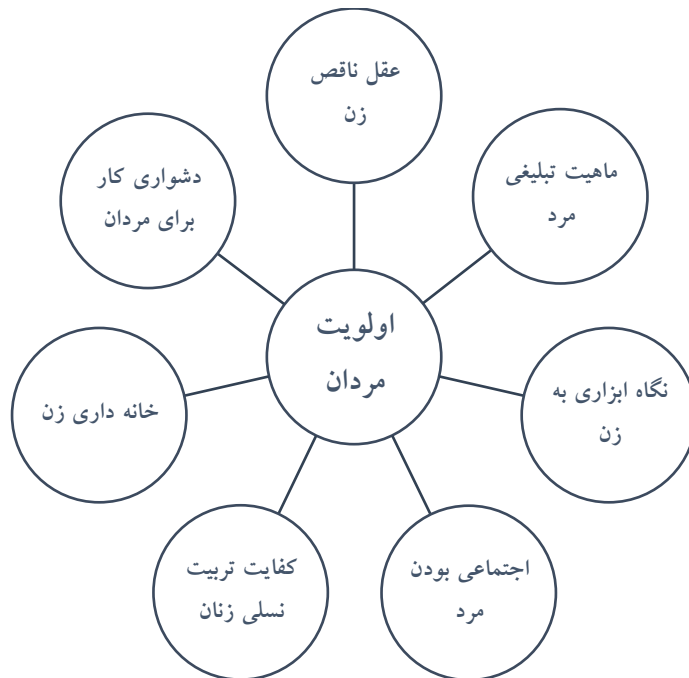
گروه سوم، تأثیرگذاری مردان را بر زنان بیشتر از تأثیرگذاری زنان بر مردان می‌دانند. این گروه نیز به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ برخی به ذاتی بودن تأثیرگذاری بیشتر مرد بر زن اشاره دارند و برخی دیگر، آن را ناشی از ماهیت تبلیغی - اجتماعی و بالاتر بودن تنوع و فراوانی مخاطبان مرد می‌دانند.

گروه چهارم، به این دلیل که اثرگذاری بر آقایان را پیچیده‌تر و دشوارتر از بانوان می‌دانند، خواستار سرمایه‌گذاری بیشتر بر روی مردان هستند.

گروه پنجم، غایت یک زن خوب را پرداختن به امور منزل دانسته و برای رشد فرهنگی وی برنامه ندارند. آن‌ها زن را ابزار رشد و تعالی مرد می‌دانند.

گروه ششم، در عین باور به لزوم رشد فرهنگی بانوان و تأثیرگذاری بر سایر اعضای خانواده، از این بیم دارند که با افزایش فعالیت‌های فرهنگی زنان در عرصه‌های بیرون از منزل، نقش مادری و همسری آن‌ها کم‌رنگ شود.

گروه هفتم، به‌رغم اهمیت دادن به رشد فرهنگی بانوان، خانه را تنها محل مناسب آموزش دانسته و انتقال بینانسی تجربیات و نیز مطالعات شخصی را برای این منظور کافی می‌دانند.



۵-۱-۲. اولویت بانوان

دسته دوم خواهان اولویت‌بخشی به کار فرهنگی برای بانوان هستند. این عده به دلیل محوریت و ماهیت تربیتی مادر در خانواده، تأثیرگذاری اجتماعی زن را به مراتب بیشتر از مرد دانسته و معتقدند بانوان، عامل پیشرو در تغییرات فرهنگی جامعه بوده و به همین دلیل با اصلاح آنان، بستر لازم برای اصلاح مردان نیز فراهم می‌شود.

این دسته در مجموع، اثرپذیری و اثرگذاری بانوان در عرصه اجتماع را کم‌هزینه‌تر، آسان‌تر و ماندگارتر از مردان می‌دانند. این بخش از مدیران با اشاره به کلیشه‌های موجود در فرهنگ عمومی

جامعه و نیز غلبه تفکر اولویت‌بخشی به مردان در بین قشر مذهبی - سنتی، کمبود بودجه و امکانات و عدم همکاری مدیران ارشد و فعالین فرهنگی را مانع اصلی پیشبرد فعالیتشان می‌دانند. برای غلبه بر موانع فوق، تأسیس مراکز زنانه با در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص بانوان، از پیشنهاد‌های این گروه است. مهم‌ترین کارکرد این مراکز، ایجاد محیط امن، بدون دغدغه و به دور از اختلاط، برای فعالیت بانوان است. بحث مدیریت زنان برای زنان هم در این گفتمان مطرح می‌شود. این مدیران توجه ویژه به محیط خانواده و استحکام آن داشته و اغلب از دیدگاه‌های فمینیستی دوری می‌کنند.

در این بین، بحث امکان مدیریت زنان در عرصه‌های زنانه، موافقان و مخالفان سرسختی داشت که در ادامه این نظرات بیان خواهد شد:

الف) موافقان

موافقان با اشاره به مدیریت فرهنگی و مدیریت بحران حضرت زینب (علیها السلام)، مدیریت اقتصادی حضرت خدیجه (علیها السلام) و مدیریت کلان ملکه سبا، مدیریت زنان در عرصه‌های زنانه را ممکن و مفید می‌دانستند. عده‌ای هم با استناد به مدیریت زنان در مدارس دخترانه و مؤسسات زنانه این امر را ممکن و مفید می‌دانستند.^۱

برخی با اشاره به آمار و ارقام آسیب‌های اختلاط در فضاهای فرهنگی، محیط مطلوب برای فعالیت‌های فرهنگی بانوان را جایی می‌دانستند که تمام عوامل آن زن باشند.

عده‌ای با جداسازی ساحت مدیریت از ساحت امامت، قائل به امکان مدیریت زنان بودند. از دید آنان، حضرت زینب (علیها السلام) در حماسه‌ی عاشورا مدیریت می‌کند، اما امامت بر عهده امام سجاد (علیه السلام) است. این عده مدیریت و رهبری را نیز از یکدیگر جدا کرده و برآنند که رهبری عام جامعه با مرد است؛ البته رهبر معنوی کل جامعه می‌تواند با زن هم باشد، اما لازم است رهبر

۱. یکی از مصاحبه‌شوندگان که از مدیران جامعه الزهرا (علیها السلام) بود در مدیریت خود، با هدف سپردن کار زنان به خودشان فرصت چنین تجربه‌ای را به آن‌ها داده است: با این کار یک انرژی خاص در مجموعه ایجاد شد، یک نوع خودباوری به وجود آمد. وقتی خانم‌ها احساس کردند می‌توانند اظهار نظر کنند و مؤثر باشند مسئولانه‌تر وارد میدان شدند. وقتی عملاً بودجه‌نویسی به آن‌ها سپرده شد قدرت برنامه‌ریزی و مدیریت منابع را پیدا کردند و... اعتقاد حاج آقا این بود که این مجموعه زنانه است؛ ما آقایان از این در که آمده‌ایم باید از آن در برویم. کارها را باید بر عهده خود خانم‌ها بگذاریم. زنان باید امور زنانه را تمشیت کنند. در حال حاضر بسیاری از مدیریت‌های کلان در جامعه الزهرا (علیها السلام) به دست زنان سپرده شده است.

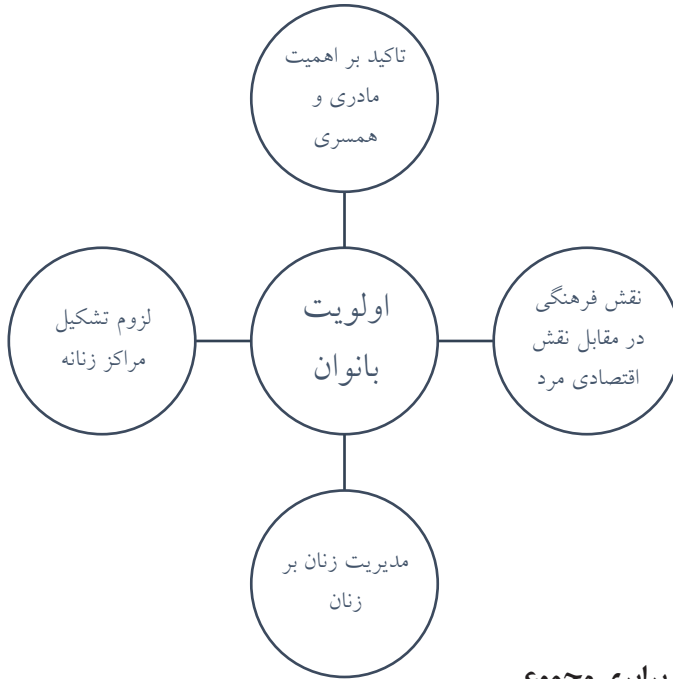
سیاسی مرد باشد. همچنین از دید این عده، مدیر زنان می‌تواند زن باشد. از نظر آنان مدیریت زنان در بعضی مکان‌ها واجب و در مکانهای دیگر، مستحب است. «باید در محیط‌ها یا مراکز زنانه، مدیریت خانم‌ها دست خودشان باشد، الا ما خَرَجَ بِالذَّلِيلِ نه بالعكسش»^۱. از دید موافقان، یکی از چالش‌های سپردن مدیریت به زنان، فقدان فرصت آزمون و خطا برای رشد زنان است. بانوان با کوچک‌ترین خطایی کنار گذاشته می‌شوند، اما برای آقایان، خطا یک امر طبیعی تلقی می‌شود.

ب) مخالفان

این گروه، مدیریت کردن را برای شخصیت زن، مانند سم آسیب‌زا می‌دانند. آنان از یک سو مدیریت زنان را زمینه‌ساز خشونت و زمختی طبع لطیف آنان می‌دانند و از سوی دیگر احراز منصب مدیریتی توسط زنان را باعث عدول از تکالیف و شأنیت همسری می‌دانند.

برخی از این افراد معتقدند که وجود حسادت‌های زنانه یکی از موانع جدی پذیرش مدیریت یک زن از سوی سایر زنان است.

برخی نیز به دلیل ضرورت روابط برون‌سازمانی در مدیریت‌های کلان، با مدیریت زنان در سطح کلان مخالفاند، اگرچه با سپردن مناصب مدیریتی سطوح خرد به زنان مخالفتی ندارند. برخی از مخالفان، با یاد کردن از تجربه شکست‌خورده مدیریت زنان در بیمارستان‌ها یا دانشگاه‌های زنانه، نظر مخالف خود با مدیریت زنان را ابراز می‌کنند. و سرانجام، برخی با محدود دانستن دایره انتخاب از میان زنان دارای تجربه مدیریت، نسبت به مردان، انتخاب مدیر زن را دشوارتر از مدیر مرد می‌دانند.



۲-۵. گفتمان برابری مجموعی

قائلین به این تفکر، با اشاره به تفاوت‌های تکوینی زن و مرد یکی از عرصه‌های مهم بروز این تفاوت‌ها را عرصه فرهنگ می‌دانند. از دید این عده، به‌رغم تأثیر این تفاوت‌ها در ساختار و محتوای برنامه‌ریزی فرهنگی متناسب با هر جنس، در نهایت وجود گوهر انسانیت ایجاب می‌کند وزن یکسانی برای فعالیت فرهنگی بانوان و آقایان در نظر گرفته شود. آن‌ها ضمن توجه ویژه به نقش مادری و همسری بانوان، برآنند که برنامه‌ریزی فرهنگی باید به گونه‌ای باشد که خود، بستر آسیب‌های جدید نشود. طرفداران این نگاه، حضور بانوان را در مرحله تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی فرهنگی ضروری می‌دانند، اگرچه در مراحل اجرا و یا نظارت قائل به این ضرورت نیستند. برخی از آنان مدیریت ارشد را کار آقایان و مدیریت سطوح بعدی را قابل واگذاری به بانوان می‌دانند.

یکی از مهم‌ترین راه‌کارهای این گروه از مدیران فرهنگی، گسترش آموزش‌های غیرحضوری و الکترونیک یا آموزش‌های محله محور و مسجد محور به منظور کمینه‌سازی آسیب بانوان در

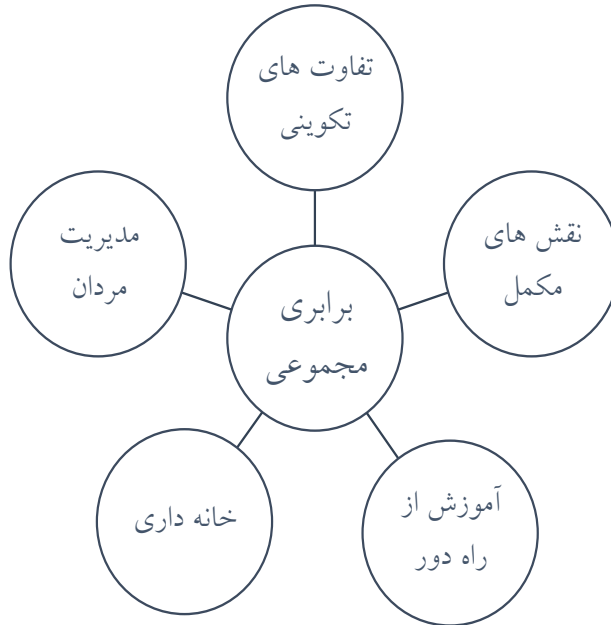
دوری از محیط خانه است.^۱ حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد در اجرای برنامه‌های فرهنگی از دیگر راه‌کارهای این قبیل مدیران است.

با توجه به نوع نگرش این طیف و توجهشان به وجود تناسب فعالیت فرهنگی با ویژگی‌های زنانه، از برخی محدودیت‌های ساختاری کاسته و به برخی از آن‌ها افزوده می‌شود و به این دلیل که اصرار بر ساختارهای مشابه نیست آزادی عمل در انتخاب مکان و زمان بیشتر می‌شود؛ اما فراهم آوردن شرایطی که بیشترین سازگاری را با محدودیت‌های بانوان داشته باشد گاهی منجر به افزایش حجم نیروی اجرایی و افزایش هزینه‌ها می‌گردد. همین مسئله در طولانی مدت محدودیت‌هایی در کار برای بانوان ایجاد کرده و موجب گرایش مدیران به سپردن بخشی از کار به سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؛ اما از سوی دیگر به دلیل فقدان ساختارهای نظارتی قوی بر این سازمان‌ها آسیب‌های فرهنگی بالا می‌رود.

۱۹

علاوه بر این در راهکارهایی مانند آموزش از راه دور نیز هرچند سازگاری با محیط بالا می‌رود اما کم‌رنگ شدن شبکه‌سازی و تعامل اجتماعی و حذف برخی مؤلفه‌ها، موجب کاهش کیفیت و اثرگذاری برنامه‌های فرهنگی شده و حتی گاهی موجب بی‌انگیزگی و رها کردن برنامه توسط مخاطب می‌گردد. تعامل اجتماعی در بانوان هم یک نیاز اساسی و هم یک بستر رشد است اگر این جنبه در فعالیت‌های فرهنگی دیده نشود آسیب‌زا خواهد بود.

۱. برخی مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که بهتر است فعالیت فرهنگی برای بانوان با محوریت مسجد محل صورت بگیرد؛ چرا که دسترسی آسان آن به نفع خانم‌های خانه‌دار است؛ به راحتی می‌تواند به کارهای خانه‌اش سامان دهد، نظارت کافی بر فرزندان داشته باشد و به فعالیت هم برسد و حتی فرزندان را با خود همراه سازد. از سوی دیگر مسجد حریم دارد و حرمت‌ها رعایت می‌شود، آسیب‌های اختلاط را در این محیط‌ها نمی‌بینیم یا به حداقل می‌رسد.

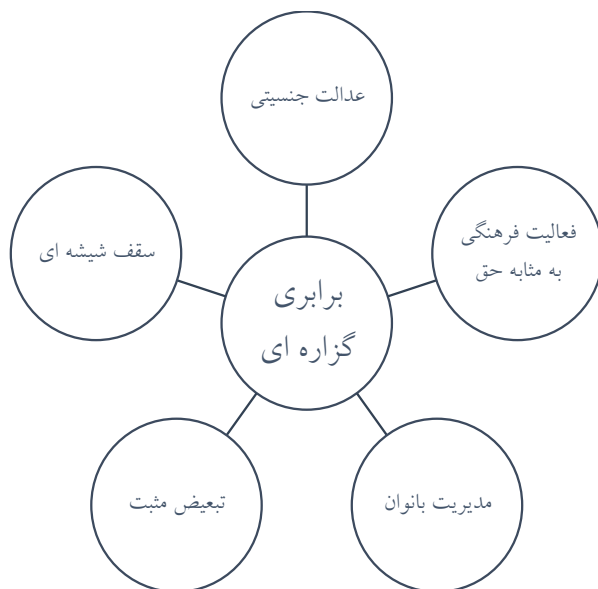


۳-۵. گفتمان برابری گزاره‌ای

از دید قائلین به این تفکر، به‌رغم تفاوت تکوینی زن و مرد در بسیاری از امور، این تفاوت‌ها در عرصه فرهنگ به حداقل می‌رسد و فضائل و رذائل اخلاقی و وظایف انسانی در بسیاری از موارد مشترک هستند. مدیران حامی این تفکر در برنامه‌ریزی فرهنگی گرچه به تفاوت محتوای فرهنگی قائلند، اما قائل به تفاوت وزن، ماهیت و ساختار برنامه‌های فرهنگی میان دو جنس نیستند و برای رفع موانع ایجاد برابری در برنامه‌های فرهنگی تلاش می‌کنند. از دید این عده، مدیران مرد قادر به درک اهمیت کار فرهنگی برای بانوان، شناخت نیازهای بانوان و به تبع برنامه‌ریزی صحیح برای آن‌ها نیستند و یکی از دلایل نپرداختن به فعالیت برای بانوان همین مسئله است. این افراد حضور زنان را در تمام فرآیند فعالیت فرهنگی از برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری تا مدیریت و اجرا به نسبت برابر ضروری می‌بینند. البته تفکر این گروه با قائلین مدیریت زنان برای زنان تفاوت دارد، به این معنا که بانوان علاوه بر مدیریت حوزه بانوان می‌توانند در مواردی مدیریت بخش عمومی فرهنگ را هم در دست بگیرند. آن‌ها با طرح بحث شایسته‌سالاری، معیار سپردن مناصب مدیریتی را نه جنسیت که شایستگی می‌دانند. یکی از پیشنهادهای قائلین به این تفکر در نظر گرفتن تبعیض مثبت به نفع بانوان است.

باتوجه به این که مخاطب برنامه‌های فرهنگی مذهبی اغلب بانوانی هستند که اولویت نخست‌شان خانواده است، بنابراین طراحی سازوکاری جامع که بتواند در کنار ارتقاء مهارت‌های فرهنگی و خانوادگی به وظایف همسری و مادری این قبیل بانوان خدشه‌ای وارد نکند، یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین پیش‌شرط‌هایی است که مدیران طرفدار این نگاه را در عمل دچار مشکل می‌سازد. فقدان یا کمبود زیرساخت‌های مناسب فرهنگی در مکان‌های مذهبی برای حضور بانوان، از دیگر موانع تحقق خواست این قبیل از مدیران فرهنگی است.

از نقدهایی که بر طرفداران این تفکر وارد می‌شود به محاق بردن نیازها و ویژگی‌های زنانه در همسان‌انگاری دو جنس است. بنابراین می‌توان این تفکر را نوعی فمینیسم اسلامی و تقویت‌کننده روحیه فردگرایانه در میان بانوان محسوب کرد. تفکری که می‌تواند بسترساز تأخیر سن ازدواج و نیز بروز چالش‌های هویتی در زنان شود. مخالفان این تفکر، برآنند که در عوض تأکید بر ضرورت واگذاری مناصب مدیریتی و سیاست‌گذاری امور فرهنگی زنان به خودشان، باید مطالبه‌گری زنان برای دریافت خدمات فرهنگی را افزایش داد، اما مسؤولیت این امور را باید به مردان سپرد.^۱



۱. همه پیامبران و امامان مرد هستند، حضرت زینب (علیها السلام) مدیریت می‌کند ولی امامت نمی‌کند، امامت بر عهده حضرت سجاد (علیه السلام) است. ما در مجمع تشخیص مصلحت خانم نداریم، این هم یک سؤال است و چون رهبر انتخاب می‌کنند جای مذاقه دارد. در مجلس شورای اسلامی بانوان هستند اما جایی که اوج سیاست‌گذاری است خیر، منعی ندارد ولی نیستند، منع نیست اما الزام هم نیست.

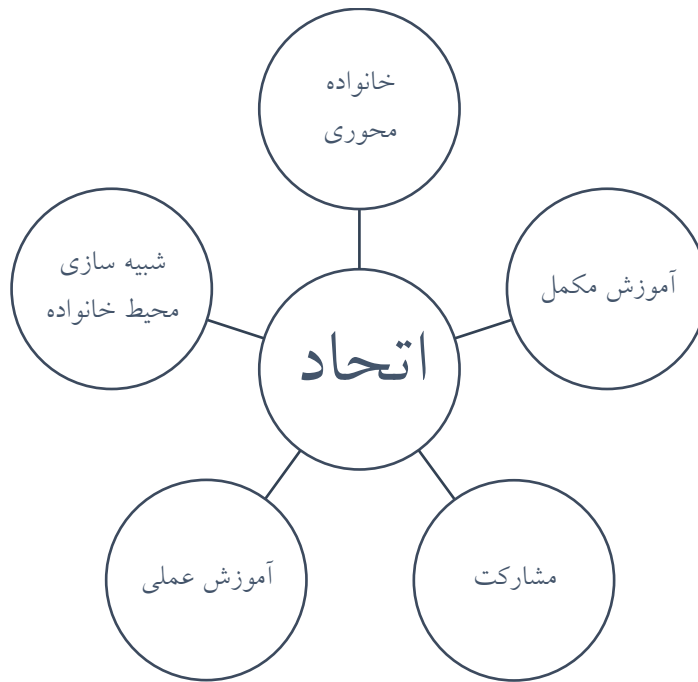
۴-۵. گفتمان اتحاد

این گفتمان با اتخاذ نگاهی نسبتاً نو به برنامه‌ریزی فرهنگی، خانواده را محور برنامه‌های فرهنگی برای بانوان می‌داند. قائلین به این دیدگاه خانواده را هویتی مستقل و متفاوت از زن و مرد دانسته و آن را بسترساز تربیت فرهنگی افراد می‌دانند، بنابراین برای موفقیت در عرصه فعالیت و برنامه‌ریزی فرهنگی، باید نوعی شبیه‌سازی، میان محیط فرهنگی و خانواده صورت گیرد و آموزش‌های فرهنگی باید در بستر خانواده صورت گیرد. این رویکرد خود شامل دو نوع اولیه «برنامه‌ریزی مکمل» و نوع پیشرفته «برنامه‌ریزی در یک بستر واحد» است. در برنامه‌ریزی مکمل محتواهای مکمل در بسترها و فضاهای متفاوت و متناسب با جنسیت افراد عرضه خواهد شد؛ اما در نوع دوم برنامه‌های مکمل در مکان و زمان واحد به افراد عرضه خواهد شد.

از پیشنهادهاى این گروه از مدیران، طراحی برنامه‌های فرهنگی خانوادگی (چیزی شبیه مسابقه‌های تلویزیونی خانواده محور) و تأسیس نهادهای مدنی تنگ‌دامنه با گستره فعالیت محله‌ای و یا نهایتاً شهری برای بانوان است. گرچه این عده مسجد را محیط مناسبی برای این قبیل فعالیت‌ها می‌دانند، اما مناسب‌ترین بستر فعالیت فرهنگی و اجتماعی زنان را خانواده گسترده - مجموعه‌ای از خاله‌ها، دایی‌ها، بچه‌ها و... با تعداد بالای محارم - می‌دانند.

از مهم‌ترین موانع تحقق این نگاه، می‌توان به بداعت و در نتیجه ناشناختگی آن به ویژه در مقام اجرا و نیز ضرورت امکانات گسترده برای عملی شدن آن اشاره کرد.

افزون بر موانع، نقدهایی نیز نسبت به این نگاه وارد است، نخست کم‌توجهی به تفاوت‌های سنی و جنسی در طراحی برنامه‌های فرهنگی و دوم امکان بروز میزانی از اختلاط در مقام اجرا.



۵-۵. تفاوت گفتمان‌های چهارگانه

در یک نگاه اجمالی به هریک از این گفتمان‌ها می‌توان بیان داشت، گفتمان «تفاوت» بر اولویت‌گذاری وزنی فعالیت‌های فرهنگی برای یک گروه خاص تأکید دارد. برخی از مدیران به دلیل ویژگی‌های فردی و اجتماعی آقایان کفه سنگین برنامه‌ریزی فرهنگی را متوجه آنان می‌دانند و برخی باتوجه به قابلیت‌ها و ویژگی‌های فردی و اجتماعی بانوان، قائل به سرمایه‌گذاری فرهنگی بیشتر بر روی این قشر هستند. در مقابل، گفتمان «برابری مجموعی»، با عنایت به تفاوت‌های تکوینی زن و مرد و به تبع آن تفاوت‌های محتوایی، ساختاری و ماهوی برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی برای بانوان، در نهایت معتقد است باید مجموعاً وزن یکسانی برای فعالیت‌های فرهنگی این دو قشر در نظر گرفت. تفاوت گفتمان «برابری مجموعی» و «برابری گزاره‌ای»، تأکید گفتمان برابری گزاره‌ای بر ساختارها و ماهیت یکسان برنامه‌ریزی و مدیریت عرصه فعالیت فرهنگی بانوان و آقایان است. به عبارتی این برابری باید در تک‌تک گزاره‌ها مشخص باشد. آن‌ها تنها تفاوت پذیرفته شده در این ساحت را تفاوت در محتوای فرهنگی عرضه شده به دو جنس می‌دانند. در

نهایت گفتمان «اتحاد» به برنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی برای بانوان و آقایان ذیل عنوان کلی خانواده معتقد است. این برنامه‌ریزی در سطوح اولیه می‌تواند به صورت یک بسته مکمل فرهنگی در بستر مکانی متفاوت به اعضای خانواده عرضه شود ولی در سطوح بالاتر در بستر مکانی-زمانی واحد، با تمام اعضای خانواده درگیر می‌شود؛ چیزی شبیه مسابقات تلویزیونی خانواده محور.

۶. چالش‌های برنامه‌ریزی فرهنگی برای بانوان

بعد از معرفی اجمالی هر کدام از گفتمان‌های چهارگانه، در ادامه فهرستی از چالش‌های برنامه‌ریزی فرهنگی برای بانوان که وضعیت کنونی را رقم زده است ارائه می‌شود. این چالش‌ها به نوعی در میان همه گفتمان‌ها مشترک بوده و ریشه در کلان گفتمان قشر مذهبی جامعه دارند.

۶-۱. وجود خلأهای مدیریتی

برخی از خلأهای مدیریتی در شکل‌گیری وضعیت کنونی تأثیرگذار بوده است. از جمله این خلأها که گاه از کمبود آگاهی و گاه از نبود مهارت‌های خاص نشأت می‌گیرند، می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- ناآشنایی مدیران نسبت به مسائل و چالش‌های فرهنگی زنان؛ این ناآشنایی هم در اولویت‌بخشی و هم در بسترسازی و فضاسازی برای فعالیت بانوان مؤثر است.
- ناآشنایی مدیران نسبت به میزان تأثیرگذاری زنان؛ در حالی که در فرهنگ ما این جمله زیاد تکرار می‌شود که از دامن زن مرد به معراج می‌رود، اما نه باور قلبی به آن وجود دارد و نه سازوکار تحقق لوازم این امر مشخص است.
- نبود الگوی متناسب برای مدیریت امور زنان؛ برخی از مدیران مذهبی با الگوی مردانه کار زنانه می‌کنند، اما در عمل با شکست مواجه می‌شوند. نبود الگو از یک سو موجبات اقبال به الگوهای غربی در زمینه فعالیت بانوان را فراهم آورده و از سوی دیگر هدر رفتن سرمایه‌های مالی و انسانی را در پی داشته است^۱. البته در پاسخ به این سؤال که ترسیم این الگو وظیفه چه نهادی است،

۱. مثلاً در جامعه الزهرا (علیها السلام)، توجه نکردند که الگوی حوزه علمیه‌ای که مربوط به زنان هست چگونه می‌تواند باشد. افراد را ناظر به اجتهاد پرورش می‌دهند؛ خیلی از درس‌هایی که لازم نیست و به دردشان نمی‌خورد را می‌خوانند. همین عدم تناسب کارایی زن را کم می‌کند و توانمندی برای کار در محیط‌های زنانه را نخواهد داشت.

برخی خود زنان و برخی نیز مردان متولی فرهنگ کشور را پیشنهاد می‌دهند. برخی نیز بر آن بودند که طراحی و پیشنهاد طرح باید از جانب پارک‌های علم و فناوری و بررسی و تصویب آن هم توسط مجلس باشد. برخی معتقد بودند که سیاست‌گذاران فرهنگ بیش از آنکه دل‌مشغول کار فرهنگی باشند، دغدغه کار سیاسی دارند و این عرصه بدون متولی باقی مانده است. عده‌ای هم چنین کاری را وظیفه‌ی مردان می‌دانستند اما معتقد بودند بانوان هم باید در طراحی الگو وارد عمل شوند و هم مطالبه‌گری خود را بالا ببرند.^۱

● فقدان مهارت مدیریت فضای فرهنگی در محیط‌های مختلط؛ این قضیه موجب انحراف فعالیت فرهنگی و در دراز مدت تعطیلی کار برای بانوان می‌شود.

۶-۲. چالش‌های کار با خانم‌ها به‌عنوان کنشگر فرهنگی

برخی از مدیران تجربه فعالیت برای بانوان را داشته و در عمل شاهد مشکلاتی بوده‌اند که همین امر سبب فاصله گرفتن آن‌ها از فعالیت فرهنگی برای بانوان شده است. در ادامه به برخی از چالش‌هایی که این قبیل مدیران بیان کرده‌اند اشاره می‌شود.

● ضعف جدی خانم‌ها در برقراری ارتباط با دیگران و در نتیجه القای حس ناتوانی در طرف مقابل؛ در مورد زنان مذهبی دو نحوه رفتار اتفاق می‌افتد: ۱. برخی متعصب می‌شوند. ۲. عده‌ی دیگر به یک‌باره وارد فضای بازی شده و نظارت لازم را بر رفتار خود اعمال نمی‌کنند. این دو گروه نیازمند آموزش نوع صحیح ارتباط هستند.

● در معرض تهمت قرار گرفتن مدیران؛ مدیران در بافت‌های سنتی و مذهبی، در صورت به‌کارگیری زنان یا تأکید بر برنامه‌های فرهنگی این قشر مورد سوءظن قرار می‌گیرند.

● تفاوت سنخ کار فرهنگی با کار اداری و بیشتر و عمیق‌تر بودن آسیب‌های اختلاط در آن؛ ریخته شدن حیای زن و دختر و عادی‌سازی روابط در طی فعالیت‌های فرهنگی یکی از مهم‌ترین عواملی است که مدیران به دلیل آن وارد فعالیت برای بانوان نمی‌شوند.

۱. بدون بانوان اصلاً امکان ندارد. نیمی از جمعیت بانوان باشند آن وقت در عرصه‌ی خودشان وارد نشوند؟ کلکم راع و کلکم مسئول. اینکه ما می‌شنویم حضرت زهرا (علیها السلام) در خانه هستند یک الگوی کلی است وقتی پای فقه وسط می‌آید در نماز و روزه خیلی دقیق کار می‌شود ولی در این مسائل الگو کلی ارائه می‌گردد.

- نکته‌ای که در اینجا مطرح است این که فعالیت زنان در محیط‌های مردمنهاد آسیب‌زاتر از محیط‌های سازمانی و اداری دولتی ارزیابی شده است؛ چرا که به دلیل پایین بودن نظارت در این قبیل سازمان‌ها، زن در معرض آسیب‌های بیشتری قرار دارد.
- عدم مفاهمه متقابل میان زنان و مردان؛ مردان و زنان ادبیات یکدیگر را نمی‌فهمند و همین امر سبب بروز سوءتفاهم‌های زیادی در روند کار می‌شود.
 - تأثیر منفی احساسات و عواطف زنانه بر روند کار فرهنگی؛ زنان به دلیل ویژگی‌های فطری‌شان به برنامه‌ها احساسی نگاه می‌کنند، در برخی موارد این نگاه با هدف، قرابت دارد اما اغلب در تصمیم‌گیری کلی تأثیر منفی برجای می‌گذارد.
 - کمبود زنان مذهبی متخصص در عرصه فرهنگ؛ میزان تخصص و علم خانم‌ها گاهی به دلایلی کمتر می‌شود و برای مخاطب قانع‌کننده نیست. بنابراین ترجیح بر استفاده از نیروی آقایان است.
 - نامطمئن بودن سرمایه‌گذاری بر روی زنان؛ چراکه ممکن است یک زن در حین یا پس از آموزش، به دلیل ازدواج یا فرزندآوری فعالیت را رها سازد.
 - دشواری همکاری با خانم‌ها به‌عنوان کنشگر فرهنگی (سخت‌افزاری نرم‌افزاری)؛ به این معنی که هم برنامه‌ریزی دقیق‌تر و پیچیده‌تر و هم امکانات بیشتری نیاز دارد.^۱
 - لزوم دقت، حساسیت و ملاحظات بیشتر در همکاری با زنان؛ جزئی‌نگری و ریزبینی زیاد زنان ممکن است باعث توقف یا کندی کار و یا بروز سوءتفاهم و اختلافات شود. همچنین کار در محیط‌های فرهنگی، مستلزم ظرفیت بالاتر و نیز ملاحظات نسبت به برخی بی‌مهری‌ها است، این در حالی است که آستانه تحمل خانم‌ها کمتر از آقایان هست.
 - عدم مراعات ارزش زن در فعالیت‌های فرهنگی از سوی برخی از مردان؛ این کار باعث از بین رفتن خودباوری بانوان و خدشه‌دار شدن عزت نفس آنان می‌شود. همچنین باعث دل‌زدگی زنان از محیط‌های مذهبی می‌شود. غرب از این خلأ استفاده می‌کند تا زنان را به سوی خود جذب کند. کم‌کم بانوان فعال جذب محیط‌های سکولار یا فمینیستی می‌شوند.

۱. مثلاً در اعزام مبلغ زن باید مواردی چون سرویس رفت و برگشت و ساعات مناسب در نظر گرفته شود. او نمی‌تواند تنها به تبلیغ برود، باید تمهیداتی برای نگهداری از فرزندش مهیا شود و .. اما برای آقایان چنین سختی‌هایی نیست.

۳-۶. چالش‌های فعالیت فرهنگی بانوان در مواجهه با یکدیگر

- ضعف خانم‌ها در کار تشکیلاتی؛ دلیل این امر می‌تواند فقر آموزش، عدم فرصت برای تجربه‌اندوزی و یا ساختمان فکری (احساس گرایی در مقابل عقلانیت گرایی) آنان باشد.
- بالاتر بودن امکان بروز اختلافات و سوءبرداشت‌ها در میان زنان؛ زن‌ها زیاد با هم صحبت می‌کنند و این امر باعث افزایش خطاهای کلامی و کاهش راندمان در کار می‌شود.
- وجود رودربایستی میان زنان که باعث کینه و کدورت می‌شود.
- وابستگی و عدم خودباوری بانوان در تصمیم‌گیری، قبول نداشتن کیفیت کار خود، قبول نداشتن کیفیت کار دیگر زنان و فقدان یا ضعف اعتماد به نفس، دسته‌ای دیگر از این موانع هستند.
- ضعف بانوان در گزارش‌دهی و در نتیجه مشخص نشدن بازده کار آن‌ها.
- بروز حسادت در روند اجرای کار و وجود نوعی حس هووگری در میان زنان؛ به عنوان مثال، در صورت تقسیم یک کار میان چند خانم، این شائبه بروز می‌کند که چرا کار بهتر را به من ندادید، حتماً به من اعتماد نداشتید. گاهی نیز عده‌ای به جای کار فرهنگی به دنبال نشان دادن خود هستند.
- پایین بودن میزان خلاقیت بانوان در کارهای فرهنگی؛ به‌رغم وجود زنان اندیشمند و اهل فکر نسبتاً قوی، اما در مقام اجرا شاهد به کار بستن خلاقیت از سوی زنان نیستیم.

۴-۶. چالش‌های کار برای بانوان به‌عنوان مخاطب عام

- پایین‌تر بودن بازدهی عینی کار فرهنگی برای زنان نسبت به کار فرهنگی برای مردان؛ زنان در نهایت به تربیت فرزند و خانه‌داری می‌پردازند و تأثیرگذاری آنان در طولانی مدت مشخص می‌شود اما مردان بازده عینی و کوتاه‌مدت‌تری در محیط‌های فرهنگی خواهند داشت.
- عدم احساس نیاز به مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در برخی بانوان مذهبی (غیر از دفاع مقدس و انقلاب)^۱.

۱. برخی از مدیران معتقد بودند این دیدگاه در بانوان مذهبی وجود دارد و تا حدی درست هم هست چراکه حضرت زهرا (علیها السلام) هم تا بحث دفاع از ولایت پیش نیامد از منزل بیرون نمی‌آمدند. پس تنها بعضی موارد خاص می‌تواند زن را به نقش‌آفرینی مستقیم در اجتماع بکشانند و فی نفسه به این حضور نیاز نیست. عده‌ای هم با استدلال بالا اتفاقاً حضور زنان مذهبی را در فعالیت‌های خاص مثل راهپیمایی‌ها پرشور می‌دانستند. برخی معتقد بودند گاهی به دلیل ضرورت‌هایی مانند فرزند داری و خانه‌داری فعالیت بانوان کم‌رنگ می‌شود که طبیعی هم هست.

- عدم کفایت منابع و امکانات به منظور برگزاری دوره‌ها به صورت تفکیک جنسیتی و یا برگزاری دوره‌های مخصوص بانوان.
- مناسب نبودن بسترهای فرهنگی جامعه ما برای حضور و فعالیت بانوان؛ چه سخت‌افزاری (در اکثر برنامه‌های مذهبی بهترین امکانات به قسمت مردانه تعلق دارد، همین امر موجب خدشه‌دار شدن هویت دخترانه و گرایش آنان به نوعی مردوارگی یا فمینیسم می‌شود) و چه نرم‌افزاری (ضعف برنامه، الگوی فعالیت برای بانوان و هویت بخشی به زنان وجود دارد).
- دشواری بیشتر کار برای خانم‌ها؛ اموری مانند سامان‌دهی سرویس رفت و برگشت، نگهداری از کودکان، ساعات مناسب، محل مناسب و
- عدم اطمینان خانواده‌های مذهبی از سلامت فضای جامعه و در نتیجه اجازه ندان به زنان و دختران برای حضور در مراکز فرهنگی و انجام فعالیت‌های فرهنگی.

۷. مزایای فعالیت فرهنگی توسط/برای بانوان

- در مقابل چالش‌های فوق، فعالیت فرهنگی برای بانوان یا توسط بانوان از دید مدیران، مزایای خاصی در مقایسه با فعالیت فرهنگی آقایان دارد که در ادامه به آن اشاره می‌شود.
- حضور زنان به دلیل احساسات و عواطف قوی، در فعالیت‌های فرهنگی پررنگ‌تر است. در نتیجه زنان نسبت به مردان،
- دغدغه‌مندترند؛
 - مدیریت‌پذیرترند؛
 - منظم‌تر و پیگیرترند؛
 - فعال‌ترند؛
- در کار گروهی موفق‌ترند و همیاری بالاتری دارند و همین ویژگی می‌تواند نقطه مثبتی در تشکیلات مؤسسات فرهنگی باشد؛

اما عده‌ای منشأ این امر را یک مسئله روان‌شناختی می‌دانستند و معتقد بودند این تعلق گاهی به دلیل این هست که روحیه بانوان مذهبی با نشاط نیست. فعال بودن نشاط می‌خواهد. مردهای مذهبی زیاد اهل ابراز احساسات نیستند و همین باعث دل‌مردگی خانم می‌شود. خانمی که تلاش می‌کند در بیرون از منزل خیلی چیزها را رعایت کند باید در منزل از لحاظ عاطفی تأمین شود.

- هنگامی که احساس کنند که کار در رشد ذهنی و شخصیتی‌شان اثرگذار است، نسبت وجودی قوی‌تری با کار برقرار می‌کند؛
- مخاطب شناسی بهتری دارند؛
- کار علمی بانوان در مبانی نظری در مقایسه با آقایان بهتر است (شاید به دلیل دقت نظر بالایشان).^۱

۸. پیامدها

زنان تأثیرگذارترین قشر بر تربیت فرزند و حتی جهت‌گیری‌ها و رفتارهای مردان جامعه هستند. آنان هم سریع‌تر و سهل‌تر تأثیر می‌پذیرند و هم تأثیرگذاری عمیق‌تر و گسترده‌تری بر سایر اعضای خانواده دارند. از دید شهید مطهری تأثیر زن در مرد از تأثیر مرد در زن بیشتر بوده و به اصطلاح زن مرد را می‌سازد و مرد جامعه را (مطهری، ۱۳۸۹). همین امر سبب شده که سیاست‌گذاری کلان رسانه‌های معاند در جهت تغییر فرهنگ جامعه و تهاجم فرهنگی، معطوف به این جنس باشد. لرنر در کتاب نوسازی خاورمیانه به بررسی میدانی چگونگی مدرن‌سازی جوامع سنتی مانند ایران و ترکیه می‌پردازد. وی کفه سنگین این برنامه‌ریزی فرهنگی را متوجه بانوان می‌داند و به مواردی همچون فرهنگ‌سازی برای تنظیم خانواده و گسیل بانوان به سالن‌های آرایش و مد اشاره می‌کند (لرنر، ۱۹۵۸). حال اگر جامعه اسلامی در برنامه‌های فرهنگی خود این جنس را نادیده بگیرد و صرفاً معطوف به تربیت فرهنگی مردان باشد، در آینده‌ای نه چندان دور - در بهترین حالت - شاهد شکاف فرهنگی بین همسران، فرزندان و پدران خواهیم بود. فرزندان که در نبود برنامه‌ریزی‌های صحیح فرهنگی مانند مادران خود منفعلانه با مصرف تولیدات رسانه‌ای (تلویزیون، سینما، ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی...) رشد پیدا کرده‌اند و هر دو گروه نمی‌توانند با پدران (و یا همسران) خود، که تحت آگاهی‌ها و تربیت‌های فرهنگی مذهبی - انقلابی قرار داشته‌اند، به درک متقابل برسند و ثمره چنین روندی اقتباس آموزه‌های اغلب نادرست و مخالف مبانی اسلامی، از رسانه‌ها و حتی محیط مدرسه و دانشگاه و ایستادن در مقابل جامعه مذهبی خواهد بود.

۱. البته عده‌ای معتقد بودند که این به جنس و موضوع کار برمی‌گردد در برخی موارد عملکرد بانوان بهتر است و در برخی آقایان.

علاوه بر نیاز به دریافت آموزش‌های فرهنگی و قرار گرفتن تحت تربیت دینی، چند عامل سبب می‌شود که بانوان افزون بر فعالیت‌های درون منزل به برنامه‌های فرهنگی بیرونی هم نیاز داشته باشند:

۱. نیازهای معاشرتی و نیاز به تعامل با هم‌جنسان در بانوان بیش از آقایان است. عدم پاسخ مناسب و به موقع به این نیاز، باعث ورود زنان به عرصه‌های آسیب‌زا خواهد شد؛ از جمله موجب افزایش مصرف رسانه‌ای و روی آوردن آنان به رفتارهایی چون پرسه‌زنی در بازار و خیابان می‌شود.

۲. افزون بر وظیفه‌ی انسانی بانوان یعنی امر به معروف و نهی از منکر که ایجاب می‌کند نسبت به وضعیت جامعه بی‌تفاوت نباشند، آن‌ها نیازمند هویت‌یابی^۱ و احساس مفید بودن برای اجتماع هستند. اگر هویت‌یابی بانوان در بستر فعالیت‌ها و برنامه‌های صحیح فرهنگی صورت نپذیرد، ممکن است باعث اقبال آنان به برنامه‌های فمینیستی و یا اشتغال بیرون از خانه شود که آن هم آسیب‌های خاص خود را دارد.

۳۰

۳. بانوان در برخی مقاطع زندگی مانند دوران میان‌سالی فراغ بال بیشتری دارند و تمایل دارند که حضور مؤثری در جامعه داشته باشند، اما بسترهای فرهنگی جامعه برای فعالیت آن‌ها مهیا نیست. همین امر سبب افسردگی و احساس غیر مفید بودن در آن‌ها می‌شود. برخی از آن‌ها در میان‌سالی به دلیل عدم اشتغال خود تأسف خورده و این تمایل به اشتغال را به فرزندان خود نیز منتقل می‌کنند. بانوان نسل بعد با واژه‌ها از چنین موقعیتی اشتغال را در اولویت اصلی خود قرار می‌دهند.

۴. کم‌توجهی به زنان در برنامه‌های مذهبی و یا نادیده گرفتن آن‌ها در برنامه‌ریزی فرهنگی یا سبب کاهش عزت نفس و خودباوری و در نتیجه کاهش سرمایه اجتماعی بانوان می‌شود و آن‌ها را در جامعه منفعل خواهد ساخت و یا آن‌ها را به طور خزنده به نوعی فمینیسم و مردوارگی سوق خواهد داد.

۱. با ظهور فناوری‌های جدید و تسهیل کار منزل، احساس هویت و مفید بودن زن در منزل پایین آمده است. به همین دلیل زن، با اشتغال بیرون از منزل به دنبال هویت‌سازی برای خود است. مقابله با این روند تنها با برنامه‌ریزی فرهنگی امکان‌پذیر است. از این منظر فعالیت فرهنگی نه تنها باعث دوری زن از محیط خانه نمی‌شود بلکه مقوم حضور او خواهد بود.

۹. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

سوگیری مردانه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی از عوامل مختلفی نشأت می‌گیرد. یکی از این عوامل، ذهنیت مدیران و بسترهای فرهنگی جامعه است. همچنین مشکلات و سختی‌های کار برای بانوان سبب شده که مدیران تمایل کمتری برای فعالیت در این عرصه داشته باشند. خلأهای مدیریتی مانند نبود برخی آگاهی‌ها و مهارت‌های خاص در مدیران، این روند را تقویت کرده است. در پایان شاید بتوان گفت تفاوت‌های روحی و روانی این دو جنس نیز به روند موجود کمک کرده و به مشکلات دامن زده است.

روشن است که اگر این روند اصلاح نشود پیامدهای نامطلوبی در جامعه برجای خواهد گذاشت. در نبود فعالیت‌های آگاهی‌بخش برای بانوان، ایجاد شکاف فرهنگی بین همسران یا حتی میان فرزندان با پدران، الگوگیری از غرب برای پر کردن خلأهای معاشرتی بانوان، تشدید مصرف رسانه‌ای، افزایش رفتارهایی مانند پاساژگردی، روی آوردن به فعالیت‌های فمینیستی و اولویت یافتن اشتغال زنان برای کسب هویت اجتماعی از جمله آسیب‌های مورد انتظار است. آسیب‌هایی که در نهایت منجر به کاهش سرمایه اجتماعی بانوی مذهبی شده و او را در اجتماع منفعل خواهد ساخت. اولین راه برای حل تعارضات، کسب شناخت از روحیه و استعداد‌های دو جنس است. گام بعدی طراحی فعالیت‌هایی است که بیشترین سازگاری را با روحیات بانوان داشته و آسیب‌زایی آن در حداقل میزان ممکن قرار دارد. اقدام بعدی، تغییر الگوی تحصیل بانوان از مدل اشتغال محور به مدل ارتقاء سرمایه اجتماعی است.

این مقاله با اتخاذ موضع توصیفی - تحلیلی تنها شرایط موجود را بررسی و گزارش کرده است، برای تکمیل این پژوهش لازم است هر کدام از سرفصل‌های تعریف شده در وضعیت آرمانی نیز تبیین و تشریح شوند و برای تک‌تک مؤلفه‌ها چاره‌اندیشی شود.

در پایان فهرستی از پیشنهاد‌های مدیران فرهنگی برای بهبود وضعیت کنونی فعالیت فرهنگی بانوان ارائه می‌شود:

۱. لزوم گونه‌شناسی زنان مذهبی - انقلابی و میزان فعالیت مطلوب هر یک با توجه به امکانات و محدودیت‌های هر گونه؛ مثلاً نوع و میزان فعالیت یک خانم مجرد ۳۰ تا ۴۰ ساله با یک خانم

دارای پنج فرزند متفاوت خواهد بود. همچنین نوع و میزان فعالیت فرهنگی یک بانو در برهه‌های مختلف زندگی‌اش متفاوت خواهد بود.

۲. لزوم تبدیل موقعیت زنان از موضع مقاومت فرهنگی به شأن کنشگر فرهنگی مولد و خلاق؛ زنان باید رویکرد مقاومت یا مصرف را کنار بگذارند و به حوزه‌ی تولید فرهنگی وارد شوند.

۳. لزوم آموزش مهارت‌های اجتماعی؛ تجمیع خانواده و فعالیت‌های مدنی. باید این حوزه را تقویت کرد و زیرساخت آن را فراهم نمود. لازم است این حس به جامعه تزریق شود که فعالیت‌های اجتماعی مانع خانه‌داری نیست تا زن مجبور به گزینش یکی از این دو نشود. در این زمینه استفاده از ظرفیت گفتمان‌سازی رسانه ضرورت دارد؛ ظرفیتی که تا کنون خوب استفاده نشده است.

۴. برقراری پیوند میان حلقات مختلف و سطوح مختلف فعالین فرهنگی بانوان؛ در شرایط کنونی بانوان فعال در عرصه نظریه‌پردازی و سیاست‌گذاری با سایر زنان فعال در عرصه عمل رابطه منسجمی ندارند.

۵. فعال‌سازی و سازمان‌دهی ظرفیت‌های بالقوه در میان بانوان؛ لازم است این ظرفیت‌ها را شناسایی و به یکدیگر متصل کرد.

۶. لزوم بالا بردن مطالبه‌گری زنان در کار فرهنگی، از طریق گفتمان‌سازی برای مطالبه‌گری.

۷. لزوم آماده‌سازی زیرساخت‌ها برای فعالیت فرهنگی بانوان؛ مثلاً تربیت متخصصین زن برای آموزش به زنان.

۸. سپردن مدیریت بخش بانوان به زنان متأهل و مسن‌تر به منظور کاهش آسیب‌های اختلاط بانوان؛ لازم است در حد امکان محیط تفکیک شده برای کار خانم‌ها و آقایان در نظر گرفته شود و زوج‌های فعال متولی کارها شوند.

۹. تکریم شخصیت و دادن اعتماد به نفس به مجموعه‌های زنانه.

۱۰. آماده‌سازی مقدمات سه‌گانه قبل از آغاز فعالیت فرهنگی برای زنان:

۱. مثلاً در تجربه یک موسسه، با ایجاد اتاق‌های شیشه‌ای، مشکل جلسات خصوصی بانوان با اساتید مرد را حل کرده‌اند.

الف. فرهنگ‌سازی در محیط کار به معنی مشخص کردن حدود و ثغور ارتباطات و توجیه افراد؛

ب. آگاه‌سازی افراد و فرهنگ‌سازی برای بانوانی که وارد محیط می‌شوند؛

ج. افزایش نظارت بر فعالیت سازمان‌ها (بحث حاکمیتی).

۱۱. برگزاری دوره‌هایی برای شناساندن هویت بانوان به خودشان؛ زنان نیاز به احساس مفید بودن برای جامعه و همچنین این‌که جامعه به دلیل زن بودن مانع تحقق مفید بودن یا مفیدتر شدن آنان نمی‌شود، دارند. دستیابی به این احساس در زنان به آنان آرامش می‌دهد.

۱۲. شناساندن هویت زن به مردان و بالعکس؛ باید مردان - اعم از مدیر و غیرمدیر - در خصوص ویژگی‌های زنان و تفاوت آن‌ها با مردان آموزش ببینند.

۱۳. توسعه الگوی آموزش معطوف به ارتقای سرمایه اجتماعی در بین زنان؛ در برخی از کشورهای غربی دو نوع الگوی آموزشی وجود دارد؛ یکی ناظر به اشتغال و دیگری ناظر به ارتقاء سرمایه اجتماعی فرد. در الگوی نخست فرد به دنبال کسب درآمد است و چندان در فعالیت‌های فرهنگی وارد نمی‌شود، اما در الگوی دوم می‌توان زنی را پرورش داد که اگرچه خانه‌دار است، سرمایه اجتماعی بالایی دارد، رشد و اعتماد به نفس بالایی دارد، به تمامی حقوق و تکالیف خود آگاه است، فعالیت‌های اثربخشی دارد اما در عین حال استقلال اقتصادی ندارد!

۱۴. تعریف آزادی‌های مورد قبول شرع و عرف برای زنان، مانند پارک بانوان.

منابع:

۱. احمدی، فضل‌الله و نصیریانی، خدیجه و اباذری، پروانه (۱۳۸۷)، «تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق»، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، بهار و تابستان.
۲. جانسون، لزی (۱۳۷۸)، *منتقدان فرهنگ*، ترجمه ضیاء موحد، طرح نو.
۳. جعفری، محمدتقی (۱۳۹۵)، *فرهنگ پیرو، فرهنگ پیشرو*، مؤسسه تدوین و نشر آثار، علامه جعفری.
۴. حبیب پور گتایی، کرم (۱۳۹۴)، «انگاره‌های مصرف فرهنگی در بین زنان» *مطالعات راهبردی زنان*، استان قم، س ۱۸، ش ۶۹، پاییز.
۵. حقیقی کفاش، مهدی، اسماعیلی، محمدرضا، اکبری، مسعود (۱۳۹۱)، *ارزیابی عملکرد در سازمان‌های فرهنگی*، تهران: امیرکبیر.
۶. رجب‌زاده، احمد (۱۳۸۱)، «مقایسه فعالیت فرهنگی زنان و مردان در ایران»، *نامه پژوهش فرهنگی*، س ۷، دوره جدید، ش ۳.
۷. عامری، محسن و همکاران (۱۳۹۳)، «موانع مشارکت زنان در فعالیت‌های فرهنگی»، *مجله مدیریت فرهنگی*، شماره تابستان.
۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، *نظام حقوق زن در اسلام*، تهران: صدرا.
۹. ملا ابراهیمی، عزت‌روشنفر، اکرم (۱۳۸۸)، *نگرشی بر حضور زنان لبنانی در عرصه‌های فرهنگی، پژوهش زنان*، شماره زمستان.
۱۰. نائینی، علی محمد (۱۳۸۹)، *درآمدی بر مدیریت فرهنگی*، انتشارات ساقی.
۱۱. نقیب‌السادات، سید رضا و جوادی، عباس (۱۳۹۰)، «روش دلفی»، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، ش ۳۷.
۱۲. وب‌سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی، طراحی مبانی نظام ارزیابی عملکرد سازمان‌های فرهنگی، تاریخ: ۱۳۸۵، آدرس:

www.sccr.ir

1. Lerner, D. (1958). *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. New York, NY, US: Free Press.

پیوست: اسامی مصاحبه شونده ها

در این قسمت به برخی از تجربیات مدیریتی مصاحبه شوندهگان اشاره شده است.

جناب آقای سید مجید امامی	مسئول میز سبک زندگی قطب های علمی دفتر تبلیغات / معاون پژوهش دانشکده فرهنگ و ارتباطات امام صادق (ع) و مشاور تولیت مسجد جمکران / مدیر گروه هنر و ادبیات مرکز اسناد انقلاب اسلامی
جناب آقای شمس الله مریجی	رئیس دانشگاه باقرالعلوم (ع) / مدیر گروه اندیشه معاصر مسلمین / معاونت آموزش دفتر تبلیغات / مدیر گروه جامعه شناسی مرکز پژوهش های صداوسیما / مدیر گروه جامعه شناسی پژوهشگاه جامعه المصطفی (ع) / معاون پژوهش دانشگاه باقرالعلوم (ع)
آیت الله سید صمصام الدین قوامی	امام جمعه پردیسان / مدیر و مدرس حوزه علمیه محمودیه کرمان / مدیریت مدرسه علمیه بعثت / مدیریت مدارس علمیه رسول اکرم (ص)، امام محمدباقر (ع)، معصومیه / مدیر بنیاد فقهی مدیریت اسلامی
سرکار خانم زهیری	مدیر کل تربیتی فرهنگی جامعه الزهرا (ع) و معاون امور بانوان استانداری قم
جناب آقای علی جعفری	مدیر گروه مطالعات هنر و رسانه و گردشگری مرکز پژوهش های مجلس، مدیرکل پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع) / معاون آموزشی دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)
جناب آقای محمد حسنی	مدیر مرکز فرهنگی هنری دفتر تبلیغات، مدیرکل منابع کتابخانه های عمومی، عضو و نائب رئیس هیئت انبای خانه کتاب، مدیر عامل بنیاد ادبیات داستانی.
جناب آقای رفیع الدین اسماعیلی	مسئول بخش سواد رسانه ای مرکز فرهنگی هنری دفتر تبلیغات، مدیر گروه فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام حسین (ع)
جناب آقای هاشمی	جانشین ریس بسیج هنرمندان تهران و معاون بنیاد فرهنگی قرارگاه خاتم الاوصیا و معاون سازمان هنری اوج
سرکار خانم خزانلی	مدیرکل رفاه طلاب جامعه الزهرا (ع)، مدیر رسانه جامعه، مدیر کانون قلم و اندیشه.
حجه الاسلام حسن صادقی نسب	امام جمعه گناباد
سرکار خانم صفاری	مدیر بخش بانوان هیئت رزمندگان اسلام، فرمانده گردان الزهرا (ع)، مسئول خواهران شورای نگهبان شهرستان گناباد.
سرکار خانم حسینی الهاشمی	عضو مرکز مدیریت حوزه بانوان و مدیر فرهنگی دانشگاه قم / مسئول کمیته بانوان حجاب و عفاف اداره ارشاد / مسئول کمیته بانوان حجاب و عفاف استانداری

دبیر کمیسیون تعلیم و تربیت شورای عالی انقلاب فرهنگی	جناب آقای سید مقداد حسینی
مدیریت حوزه علمیه بانوان شهرستان گناباد	سرکار خانم آشوری
مدیر علمی شرکت فرهنگی رسانه‌ای صبا/ مسئول مرکز تحقیقات و مطالعات راهبردی موطن/مدیریت معاونت امور نخبگان خواهران در استانداری قم/ مدیر مرکز مطالعات اسلامی فضای مجازی سپاه	جناب آقای محمدرضا دیلمقانی
مدیر فرهنگی بسیج دانشجویی، سپاه شهرستان گناباد	جناب آقای محمد ملایی
رئیس دفتر قم اتحادیه بین‌المللی امت واحده، مسئول عملیات ملی وحدت در قرارگاه خاتم، تأسیس مجموعه مذهبی آل طه وال یاسین	جناب آقای علیرضا کمیلی
مدیر خواهران مرکز تبلیغی آینده‌سازان / جامعه الزهراء (علیها السلام)	سرکار خانم نصیری
مدیر کانون فرهنگی شهید آوینی	جناب آقای ولی‌الله ردایی
مدیر بخش بانوان ستاد نماز جمعه گناباد و بخش خواهران کانون فرهنگی شهید آوینی	سرکار خانم محتشمی پور