«فرهیختگان» گزارش می‌دهد

تاثیر نامناظره بر کمپین‌های انتخاباتی

علی ملکی
خبرنگار گروه نقد روز

طولانی بودن مقدمات و تشریفات مناظرات، کم و کیف سوالات مطرح‌شده توسط کارشناسان، طرح مباحث کلی‌گویانه توسط نامزدها و حتی دکور محل برگزاری مناظره از جمله انتقاداتی بود که به اولین برنامه مناظرات وارد شد. اهمیت این برنامه‌های مناظراتی از آنجاست که به شناخت مزیت‌ها و محدودیت‌های نامزدها سرعت می‌بخشد. نامزدها در یک روند اصولی، برنامه‌ها و ایده‌های خود درخصوص رسیدگی به مباحث مختلف کشور را نقد و بررسی می‌کنند. البته در این دور از مناظرات سه برنامه به طرح مباحث اقتصادی اختصاص یافته تا شش نامزد در یک چهارچوب مشخص به بحث در این رابطه بپردازند. از سوی دیگر این مناظرات می‌توانند با ایجاد هیجان انتخاباتی در افزایش آمار مشارکت نیز اثرگذاری ویژه‌ای داشته باشند. بلافاصله پس از پایان مناظره اول، در گفت‌وگوی «فرهیختگان» با پرویز امینی، تحلیلگر سیاسی به تحلیل محتوایی این مناظرات پرداختیم که در ادامه می‌خوانید.

برای شروع شاید بد نباشد به کارکرد مناظره بپردازیم. این مناظرات چه کارکردها و آثاری در فرآیند انتخابات دارند و آیا می‌توانند باعث جذابیت آن شود؟

جایی که انتخابات به صورت مکرر برگزار می‌شود به تدریج دانشی تحت عنوان بازاریابی سیاسی یا شکل‌دادن به کمپین‌های سیاسی شکل می‌گیرد که از طریق آن کمپین‌های سیاسی بشود مبارزات انتخاباتی را پیش برد. هر کمپین انتخاباتی سه فاز اصلی دارد؛ فاز اول آن تشخیص تقاضاست. چون ما براساس بازاریابی سیاسی عمل می‌کنیم محصولی که می‌خواهیم در بازار سیاست عرضه کنیم اول این محصول را آماده نمی‌کنیم و بعد به سراغ تقاضا یا رای بگردیم، بلکه اول تقاضا را سنجش می‌کنیم و سپس متناسب با تقاضا تلاش می‌کنیم محصول را ارائه کنیم. فاز دوم تعیین تکلیف کردن مشخصات محصول یا ساختن برندی است که می‌خواهیم در انتخابات با آن وارد رقابت شویم؛ اعم از وعده‌هایی که می‌خواهیم بدهیم و کاراکتری که می‌خواهیم از نامزدمان متناسب با تقاضا ارائه کنیم.

مرحله سوم عرضه این برند در فضای اجتماعی و افکار عمومی چه از طریق گفتار چه از طریق برنامه‌های تلویزیونی، عکس، پوستر نوع ظهور و روابط اجتماعی که می‌سازیم است.

این سه مرحله به هم پیوسته است. مناظرات الان در مرحله سوم است. جایی که ما باید تقاضا را درک کرده باشیم. مشخصات برند و نامزدی که در نظر داریم اعم از وعده‌ها و کاراکترش ساخته باشیم و حالا مناظرات جایی است که ما این برند و محصول‌مان را برای حوزه سیاست عرضه می‌کنیم تا تقاضای جامعه را به نفع خودمان شکل بدهیم. مناظرات از این جهت مهم است که قوی‌ترین عرصه ظهور این برند ماست. یعنی نسبت به امکان‌های دیگری که ما برای ظهور برندمان داریم مناظره از همه آنها کیفی‌تر است، چون با نوع فرمی که مناظرات دارد و اینکه نامزدها در آنجا حاضر هستند به تبادل نظر و چالش با یکدیگر بپردازند و مخاطبان فراوانی نسبت به برنامه‌های دیگر دارد، عملا بخش مهمی از آن کارمان در پیشبرد کمپین را باید در مناظره‌ها شکل دهیم.

در مناظرات باید توجه داشته باشید که هر نامزدی به صحنه انتخابات می‌آید واجد یک سری امتیازات و محدودیت‌هاست. کاری که کمپین شما در مناظرات باید انجام دهد این است که بتواند به منازعات اصلی در انتخابات شکل دهد. یعنی مردم بین همه مشخصات نامزدها با همدیگر دست به انتخاب نمی‌زنند؛ بلکه هر انتخابات یک نقطه نزاع دارد و براساس آن نقطه نزاع ترجیحات‌شان را شکل می‌دهند. مناظرات جایی است که ما باید بتوانیم نقطه نزاع را بسازیم. مثلا در سال ۸۴ وقتی آقای احمدی‌نژاد وارد رقابت‌های انتخاباتی شد تلاش کرد که نزاع انتخابات را براساس عدالت در برابر اقتصاد شکل دهد، که جزء امتیازات خودش و محدودیت‌های طرف مقابلش بود. وقتی شما بتوانید نزاع را در مناظرات و در کل کمپین شکل دهید -مناظرات به عنوان محلی که بیشترین ظرفیت برای آن وجود دارد- اگر بتوانید محدوده نزاع را در امتیازات خود و محدودیت‌های طرف مقابل شکل دهید، عملا قاعده رقابت انتخاباتی را شکل داده‌اید و توانسته‌اید خود را در مناظرات انتخاباتی پیش ببرید. مثلا در سال ۹۲ مناظرات انتخابی حول و حوش چالشی بود که بین قالب روحانی شکل گرفت و بعد از آن روحانی به یک طرف نزاع تبدیل شد و مزیت‌های او و محدودیت‌های طرف مقابل برجسته شد. در ۹۶ هم همین اتفاق رخ داد. با مرور مناظره اول بینیم که عملا هیچ‌کدام از نامزدها نتوانستند نقطه نزاعی را در رقابت‌های انتخاباتی از طریق این مناظره شکل دهند و بتوانند به جامعه بگویند شما بین چه چیزهایی قرار است انتخاب کنید و چه کسی در این نزاع و انتخاب دست برتر را دارد. عملا یک روند کسل‌کننده، گفتارهای کلی‌گویانه غیر از رانده‌های اول و دوم دیگر تکراری بود و مناظرات از آن وضعیت قابل انتظار که قرار است تضادها، شکاف‌ها و چالش‌ها را رفع بکند و فضای انتخاباتی را پیش ببرد دور شده بود؛ بنابراین نتوانست آن انتظاری که از مناظره داریم برای هیچ یک از نامزدهایی که در انتخابات حاضر هستند فراهم کند.

پیرو نکته اولی که اشاره کردید، خود کاراکتر و ظرفیت‌ها و اندوخته‌هایی که دارد چه از نظر سیاسی و چه از لحاظ دانشی تعیین‌کننده است. اما قبل از اینکه سراغ خود کاراکترها برویم به مدل خود صداوسیما بپردازیم. ابتدا از لحاظ فرمی بررسی کنیم در این مناظره چه رخ داد. مقداری حوصله‌سر بر و کسل‌کننده بود. بخشی از این کسلی هم که مخاطبان بعد از تماشای مناظره داشتند به خاطر مطول‌شدن ماجرای مناظرات بود. فکر می‌کنم چند ساعت قبل از ساعت ۸ نامزدها آمدند و یک مقدماتی شکل گرفت که شاید برخی از آن خوب و بخش دیگری هم حتما اضافی بود. اتفاقاتی هم در خود مناظره رقم خورد. اگر بخواهیم از لحاظ فرمی مدل مناظره اول را مورد انتقاد قرار دهیم و آن را بررسی کنیم، در آن مدل مناظره و کارکردی که تعریف کردید چه مواردی قابل اشاره است؟

تشریفات قبل از مناظره خیلی طولانی، مفصل و زائد بود. رئیس سازمان صداوسیما برای نامزدها سخنرانی کرد و به صورت زنده از تلویزیون پخش شد. غیر از آن اشخاص دیگر هم صحبت کردند و نماز جماعت را پخش کردند و تشریفات دیگر. اینها بخش‌هایی است که ضربه می‌زند. چون یک کارکرد مناظره‌ها ایجاد هیجان است و چیزی که به وسیله آن بشود یک بسیج اجتماعی ایجاد کرد و بتوان رقابت و مشارکت در انتخابات را پیش برد. بنابراین مناظره‌ها بیش از سایر فرم‌های شکل‌دهنده رقابت‌های انتخاباتی متکلف این کار هستند. تشریفات مفصل داشتم و طولانی شدن مقدمات و طرح سوالات کلی و متعدد بدون آنکه نقطه نزاع در آن مشخص باشد و در ادامه کلی‌گویی‌هایی که توسط نامزدها انجام شد، دو نکته داشت؛ ۱- هیجان لازم برای انتخابات را نتوانست شکل دهد، ۲- امکان تشخیص و تمایز و ظرفیت‌هایی که نظام انتخاباتی را شکل دهند در آن ظهور پیدا نکرده بود. غیر از راند اول تقریبا همه بحث‌ها به تکرار، کلی‌گویی، وعظ و خطابه گذشت. به نظر من یکی از کارهایی که در مناظرات بعدی باید انجام شود، این است که ساحت مناظره محدود شود. این زمان مفصل در حالی که نامزدها چیز زیادی برای گفتن نداشتند و هر نامزد حدود ۳۰ دقیقه برای جمع‌بندی فرصت داشت. به نظر من از چهار پنج دقیقه تکراری و قابل قبول این بحث‌ها فراتر نمی‌رفت، بنابراین دامنه مناظره از نظر زمان باید فشرده‌تر شود، مثلا شما فرم دیگری در انتخابات داشتید که کارشناس‌ها سوال می‌کردند. آن فرم خیلی فعال‌تر و مفیدتر از این یکی بود، علاوه بر این زمانش هم کمتر بود و امکان پیشبرد خواسته‌هایی که مخاطب از مناظرات داشت برآورده‌کردنی‌تر بود. کما اینکه برخلاف دوره‌های قبل پنج مناظره داریم که سه مناظره اقتصادی هستند، بنابراین دو مناظره اقتصادی دیگر هم داریم و به نظر من این به نوعی ضد مناظره می‌شود و خصلتی که شما از مناظره انتظار دارید در این مناظره‌ها برآورده نمی‌شود.

تقریبا به سوال بعدی که شامل ارزیابی کلی‌تان از مناظره می‌شد هم پاسخ دادید. نکته مهمی که تا حدی اثرگذار بود حاضران در مناظره بودند. شش نفری که شاید بتوان به دو گروه تقسیم‌شان کرد؛ گروهی که به‌صورت جدی در انتخابات حضور دارند و گروه دیگری که شاید خیلی نشود به عنوان کاراکتر اصلی ریاست جمهوری روی آنها حساب کرد. خودشان هم ظرفیت این را نداشتند که حداقل در فضای تخصصی اقتصادی به عنوان موضوع مناظره اول بتوانند حرف جدی داشته باشند و وارد چالش شوند یا نقطه اتکایی برای بحث‌های آتی ایجاد کنند. تحلیل‌تان از این وضعیت چیست؟

هر انتخابات یک پیشاانتخابات دارد. براساس سبد آرایی که هرکسی می‌تواند در انتخابات تصاحب کند یک وضعیت پیشاانتخاباتی دارد. اولین سبد مهم انتخابات که تعیین‌کننده است و صف رقابت‌های اصلی را می‌سازد سبد ایدئولوژیک و سیاسی است. درواقع ارائه نسبتا پایداری در آن است و کمیت قابل قبول و کیفیت پایداری دارد که آن بخش اصلی پیشبرد انتخاباتی با این گروه است. اینها فقط رای نیستند و رای‌ساز هم هستند. از این شش کاندیدا، سه کاندیدا از این پایگاه ایدئولوژی و سیاسی برخوردارند. جلیلی و قالیباف به شکل مشترک و دیگری هم آقای پزشکیان. بنابراین دو گروه سه‌تایی داریم؛ یک گروه که پایگاه ایدئولوژیک و سیاسی قابل توجهی دارد و در نظرسنجی‌ها سطحی از آرا را دارد و رقابت را نشان می‌دهد. یک گروه سه‌تای هم دارید که از آن آرای ایدئولوژی و سیاسی برخوردار نیستند. وقتی وارد مناظره و کمپین‌های انتخاباتی می‌شوید، آن گروهی که از این پایگاه ایدئولوژی و سیاسی برخوردار نیست نقش خود در مناظره و نتایجی که می‌تواند از مناظره انتظار داشته باشد با نقش گروه اول متفاوت است. گروه اول می‌تواند سراغ سبدهای بعدی برود که سبدهای اجتماعی هستند و به لحاظ جغرافیایی و اقتصادی و به لحاظ شکاف توده و نخبه تقسیم می‌شوند که شما با این حضور در مناظره با آنها در بخشی از کمپین انتخاباتی خود تلاش می‌کنید آرایتان را از فضای ایدئولوژیک که پیشاانتخابات برای شما شکل گرفته‌اند با عمل سیاست‌ورزی آن آرا را تصاحب کنید تا بتوانید پیروز انتخابات شوید. آن سه نفر دوم بیشتر مکمل هستند، یعنی بتواند به آن هدف اصلی مناظره که شکل دادن به نزاع‌های انتخاباتی به خصوص است یا تضعیف کردن برخی دیگر از نزاع‌های انتخاباتی است. بنابراین الان آنچه که ما می‌بینیم درواقع هیچ‌کدام از کاراکترهای ما نتوانسته‌اند در مسیر مناظره تاثیر چندانی برای آن اهدافی داشته باشند که از مناظره انتظار می‌رود. بعضی از چهره‌ها راند یا بخشی از راند قابل قبولی داشته‌اند. بخش دیگری هم مناظره نه تنها برایشان آورده‌ای نداشته، بلکه به ضررشان تمام شده. برای اینکه تصویری از آنها در مناظره شکل گرفته که پیش برنده کمپین انتخاباتی‌شان نبوده است. چیزی که من به طور کلی می‌توانم- با تجربه‌ای که در این بحث‌ها دارم- بگویم این است که به نظرم هر ۶ نامزد باید در مشورت‌هایشان برای شکل دادن به کمپین‌های انتخاباتی و حضورشان در مناظرات، تجدید نظر کنند.

نقش مشاوران در دیدگاه نامزدها خیلی حائز اهمیت است. نتیجه این مشاوره‌ها در ساحت کلی و به‌ویژه در این مناظره چیست؟

تقریبا همه کاندیداهایی که الان در انتخابات هستند مخصوصا آن سه نفری که جدی‌تر در رقابتند، فاقد کاراکتر سیاسی هستند. درحالی که کاراکتر سیاسی در کمپین‌های انتخاباتی خیلی موثر است. سنگین شدن وجه کارشناسی هم در گفت‌وگوهای قبلی و هم در این گفت‌وگوها که در این گفت‌وگو بحث کارشناسی یک راند بیشتر دوام نیاورد و در ادامه تکرار و کلی‌گویی بود. با اینها نمی‌شود امر سیاسی را پیش برد. مشکل دوم اینکه به نظرم مشورت‌هایی که دادند پیش برنده نبود، مثلا آقای پزشکیان بین کاراکتر واقعی خود یعنی آن چیزی که در گذشته بوده تا الان و آن مشورت‌هایی که به ایشان داده بودند تا بتواند فضا را مقداری تکان دهند در رفت‌وآمد بود، بنابراین دچار پارادوکس می‌شد. مثلا یک بار می‌گفت امکان عمل کردن به برنامه وجود ندارد. از ایشان می‌پرسیدند که پس چرا کاندیدای ریاست جمهوری شدید؟ در پاسخ می‌گفت منظورم این است که حالا می‌شود کارهایی کرد. دیگر کاندیداها هم به همین شکل، مثلا مشورت‌هایی که با آقای زاکانی داده شده بود خیلی مفید نبود و ایشان کاراکتری داشت که آن را هم از دست داده بود و شاید بدترین کاراکتر در مناظرات آقای جلیلی بود. به نظرم این مناظرات می‌تواند به پایگاه رایش هم آسیب زده باشد. یعنی نه‌تنها در این مناظرات آورده‌ای پیدا نکرد بلکه آورده منفی هم داشت و دست‌کم در پایگاه رایش آسیب و ضربه دید. برای اینکه گفتار لازم برای ارتباط با مخاطب را نداشت و قابل فهم نبود، از وجوه کارشناسی نمی‌توانست فراتر رود و از خودش این ظهور و کاراکتر سیاسی را نشان نداد. این‌ها مهم است و تصویری که از نامزد و کاراکترش شکل می‌گیرد به نظرم آسیب‌زننده بود. سازوکار برگزاری اولین مناظره واکنش‌هایی را از سوی چهره‌های مختلف برانگیخت. در ادامه بخشی از این واکنش‌ها به سوالات مطروحه، محیط استودیو، طرح مباحث کلی و فقدان برنامه تخصصی در گفته‌های نامزدها اشاره کردند. برخی هم رعایت اخلاق و فضای کارشناسی را ازجمله مزیت‌های آن دانستند که در ادامه شرح بخشی از این واکنش‌ها را می‌خوانید.

علی عبدالعلی‌زاده، رئیس ستاد انتخاباتی پزشکیان در نشستی خبری به اولین مناظره انتخاباتی اشاره کرد و گفت: «هر دوره محدودیت مناظره‌ها بیشتر می‌شود. هرکدام از آن سوال‌ها باید موضوع دو جلسه درس یک استاد دانشگاه باشد و اینها را نمی‌شود در چهار دقیقه گفت.» مجید انصاری فعال سیاسی اصلاح‌طلب و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام پرسش‌های کارشناسان اقتصادی را خوب اما زیاد توصیف کرد و همین موضوع را دلیلی بر نداشتن جمع‌بندی نسبی از این مناظره دانست.» مصطفی میرسلیم اما کلیات مسائل مطرح‌شده در مناظره اول را خوب ارزیابی کرد اما همچنین گفت که باید مسائل مهم دیگری هم مطرح می‌شد.

محمد گبرلو، مجری سابق تلویزیون به ارزیابی محیط استودیوی مناظرات پرداخت و گفت: «فضای استودیوی مناظره نامزدهای ریاست جمهوری، فاقد امتیازهای زیباشناسی و ارزش‌های تخصصی و حرفه‌ای بود که آرامش روح و روان تماشاگر و حاضران را فراهم کند. دکور، نور، طراحی صحنه و زوایای دوربین یک برنامه تلویزیونی، به‌خصوص در فضای مناظره‌ای، تاثیر فوق‌العاده‌ای بر روح و روان تماشاگر دارد. هدف طراحی چنین برنامه‌ای، آرامش دادن به تماشاگر است تا ساعت‌ها، با تمرکز بر گفت‌وگو و نظریه‌ها، به قضاوت درست و دقیق دست یابد.» همچنین محمد خوش‌چهره استاد اقتصاد دانشگاه در تحلیل خود از اولین مناظره اقتصادی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری با بیان اینکه نمره خوبی به مناظره اول نمی‌دهد، گفت: «درمجموع پرسش‌ها در سطح توانمندی فردی که می‌خواهد رئیس جمهور شود، نبود و نوع اجرای مناظره هم به‌گونه‌ای نبود که مردم به جمع‌بندی برسند آیا به سوالات پاسخ داده شد یا نه. برای مخاطب عام، این مناظره پیام لازم را نداشت و بیشتر بیانیه خوانی و اظهارنظر کلی بود. درحقیقت نامزدها فقط دغدغه‌ها و تمایلات خود را مطرح کردند.»

قاسم روانبخش با تاکید بر رعایت اخلاق در مناظره‌ها گفت: «برخی کاندیداها در مناظره اول انتخاباتی کم لطفی به شهید رئیسی داشتند که جا داشت حرمت شهید را حفظ می‌کردند.» روح‌الله ایزدخواه یکی از نقاط برجسته مناظره اول نسبت به سایر مناظره‌های قبلی را «فضای کاملا کارشناسی» آن و دوری این فضا از «زدوخوردهای سیاسی» دانست. همچنین مهدی اسماعیلی با تاکید بر لزوم طرح سوالات شفاف‌تر در مناظرات، گفت: «کاندیداها باید در مناظرات به ارائه برنامه خود بپردازند تا مردم بتوانند رئیس جمهور را انتخاب کنند. انتظار می‌رود در چهار مناظره باقی‌مانده شاهد این اتفاق باشیم.» از طرف دیگر ابراهیم رضایی با مثبت ارزیابی کردن اولین مناظره کاندیداهای انتخابات ریاست جمهوری گفت که در بخش‌هایی از مناظره روند برای مخاطب کسل‌کننده بود لذا خوب است طراحان مناظره فکری برای جذاب‌تر شدن آن داشته باشند.

عبدالوحید فیاضی هم معتقد است که لازم است تا نماینده‌ها در مناظرات تخصصی‌تر صحبت کنند و برنامه‌های خود را ارائه دهند. غلامرضا شریعتی مناظره اول را منطقی و مثبت ارزیابی کرد و گفت: «از نگاه بنده مباحث خوبی در اولین مناظره کاندیداهای انتخابات ریاست جمهوری مطرح و دیدگاه‌های کاندیداها برای مردم در حوزه اقتصادی تبیین شد.»

همایون سامه‌یح نجف‌آبادی اما با بیان اینکه اولین مناظره کاندیداها اقناع‌کننده نبود، توضیح داد: «در مناظره شب گذشته کاندیداهای انتخابات مواردی که مطرح شد کاملا تخصصی بود و آن چیزی نبود که بتواند مردم را اقناع کند.»

محسن رضایی در حساب کاربری خود در شبکه اجتماعی ایکس در ارزیابی خود از اولین مناظره انتخاباتی دولت چهاردهم نوشت: «مناظره نخست، ضمن گشودن فصل نوینی از رقابت عقلانی و اخلاق مدارانه، جلوه‌ای از یکدلی و یک صدایی سرمایه‌های انقلاب در خدمت صادقانه به مردم، حفظ نظام و تلاش برای پیشرفت کشور بود. ضمن تشکر از همه کاندیداها، امید داریم این روند ادامه یابد.» محمد میرزایی هم در تحلیل خود از اولین مناظره اقتصادی نامزدهای انتخابات با اشاره به اینکه در اولین مناظره بیشتر مسائل حاشیه‌ای مطرح شد، گفت: «شیوه این دور از مناظرات انتخاباتی خوب بود اما مقدمه آن از متنش بیشتر و در آخر خسته‌کننده شده بود.»

۱۲ سوال مهم از رئیس جمهور نهم

ادامه از صفحه یک

۲ پیوست خانواده به عنوان بند دوم سیاست‌های کلی خانواده چه اهمیتی برای رئیس جمهور دارد؟

سیاستگذاری در حوزه زنان و خانواده جزیره جداگانه‌ای در سیاستگذاری نیست که بشود برای آن جداگانه تصمیم گرفت، بلکه زنان و خانواده باید پیوست کلی سیاست‌های رئیس جمهور باشد. همه تصمیم‌های دولت باید روبه جایگاه خانواده باشد. وقتی گفته می‌شود خانواده مهم است نباید کاری انجام شود یا تصمیمی گرفته شود که به خانواده ضربه بزند. متاسفانه همواره خانواده از منظر آسیب‌شناسی دیده شده است. تعداد فرزندانش کم است باید زیاد شود. طلاق زیاد است باید کم شود. ولی خانواده به عنوان نهادی که باید از سیاست‌های کلی نظام منتفع شود، هیچ‌گاه دیده نشده است. از این رو همه سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های دولت باید پیوست خانواده داشته باشد.

۳ مواجهه با برش زنان در همه عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ورزشی از نگاه رئیس جمهور چگونه خواهد بود؟

رئیس جمهور کشور باید بداند در همه حوزه‌های کشور باید رویکرد زنانه نیز داشته باشد. اگر قرار باشد به مساله اشتغال در کشور ورود کند، باید رویکرد زنانه به اشتغال داشته باشد. اگر قرار است به مساله ورزش حرفه‌ای ورود کند، باید رویکرد زنانه به ورزش قهرمانی نیز در دستورکارش قرار بگیرد و از لفاظی‌های رسانه‌ای خودداری کند. دولت باید در هر مساله‌ای که قرار است به آن ورود کند، ببیند درباره زنان در آن مساله چه نظر و چه فکری اندیشیده است و ایده‌اش را مطرح کند و برای آن برنامه‌ریزی و بودجه داشته باشد. در سال‌های اخیر میزان افتخارآفرینی و مدال بانوان ورزشکارمان همواره از میزان درصد حضورشان در کاروان‌های ورزشی بیشتر بوده، به طوری که اگر بانوان ایرانی سهم ۳۹ درصدی از کاروان ورزشی داشته‌اند، سهم مدال‌هایشان از این عدد بیشتر بوده است و این خود نشان از پتانسیل و توانایی بسیار زیاد زنان سرزمین‌مان دارد که می‌تواند به افزایش روحیه زنان ایرانی و حس غرورشان به ایرانی بودن کمک شایانی کند. اما متاسفانه با وجود این افتخارآفرینی‌ها که در هر دوره از تورنمنت‌ها و مسابقات بین‌المللی بیشتر و بیشتر می‌شود، بودجه‌های اختصاصی به ورزش بانوان رشد چندانی نداشته و همچنان دختران ایران در بی‌توجهی‌های مالی به سر می‌برند. رئیس جمهور مسائل دختران ۱۸ تا ۲۵ سال کشور را که اغلب مجرد هستند، چگونه تمشیت خواهد کرد؟ برای تحصیل این بازه سنی چه برنامه‌هایی دارد؟

۴ نسبت رئیس جمهور با لوایح حوزه زنان چگونه است؟

در سال‌های اخیر لوایح زیادی تحت عنوان‌های مختلف مانند لایحه حضانت یا افتتاح حساب، لایحه ارتقای امنیت و چندین و چند لایحه دیگر در کشور به تصویب رسیده است. رئیس جمهور علاوه بر اینکه باید رویکردش را نسبت به این لوایح مشخص کند، باید لوایح جدید مدنظرش را نیز ارائه دهد و رویکرد خود را نسبت به زنان ارائه دهد. آیا او رویکرد تحجری در حوزه زنان دارد؟ یا رویکرد غربگرایی و بین‌المللی؟ رویکرد وی در مورد مسائل زنان چیست؟ به طور مثال رئیس جمهور نسبت به قانون حمایت از خانواده چه نظر و رویکردی خواهد داشت و رویکرد او در مساله منازعات خانوادگی به چه شکل است؟ نسبت رئیس جمهور با بعضی قوانین حمایتی در حوزه زنان مانند قانون حمایت از خانواده مصوبه سال ۹۱ چگونه است؟ آیا نقش حمایتی برای زنان دارد؟ نسبت به مسائلی که جامعه زنان با آن درگیر هستند، از منازعات خانوادگی تا موازنه حقوق زنان چه رویکرد و نظری دارد؟

۵ نهاد خانواده از منظر رئیس جمهور چگونه است؟

جدا از پیوست خانواده، نظر رئیس جمهور نسبت به نهاد خانواده به عنوان هسته اولیه جامعه چیست؟ آیا رئیس جمهور نسبت به نهاد خانواده نگاه صرفا آسیب‌شناسانه دارد یا اینکه به مولدسازی این نهاد نیز فکر می‌کند؟ نگاهی که بتوان از آن برای حل مسائل کشور استفاده کرد؟ آیا نگاه رئیس جمهور تنها خانواده را نهاد منفعلی می‌بیند که باید از دولت خدمات دریافت کند یا اینکه برای آن برنامه و تدبیری هم اندیشیده است. آنچه که این روزها می‌بینیم صرفا جمله‌سازی‌های شیک و مرتبی از خانواده است. اما پیشنهاد، طرح و هر آنچه که نهاد خانواده را پویا و به قدرت آن بیفزاید در حال حاضر قابل مشاهده نیست. از این رو به رئیس جمهور منتخب پیشنهاد می‌شود نهاد خانواده را به عنوان سرمایه اجتماعی در نظر بگیرد و برای مولدسازی آن و ورود آن به حکمرانی برنامه داشته باشد.

۶ اشتغال زنان و مسائل مربوط به آن کجای برنامه آقای رئیس هستند؟

سال‌هاست زنان در بالاترین سطوح علمی کشور تحصیل و فعالیت‌های علمی و شغلی دارند. اشتغال زنان هرساله به علت تمایل حضور آنها در اجتماع و همچنین فعالیت‌های اقتصادی و علمی رو به افزایش است. اما همچنان زیرساخت‌های خدماتی برای حضور آنان در بدوی‌ترین شکل ممکن قرار گرفته و مانع از فرزندآوری و حتی رفاه آنان شده است. اگر حکمرانی، حضور زنان نخبه و شاغل را در بدنه خود پذیرفته است باید اسباب آسایش آنان را نیز فراهم کند. همچنین اگر حکمرانی برای جوانی جمعیت برنامه می‌ریزد و خواستار فرزندآوری نسل نخبه و تربیت شده توسط مادران فعال و نخبه است باید به زمینه‌های فرزندآوری و نگه‌داری آنان کمک کند. متاسفانه برخی از تصمیم‌گیران به جای آنکه اسباب آسایش مادران را برای نگه‌داری از فرزندشان فراهم کنند، حذف زنان را از مشاغل پیش کشیده‌اند. اما آنچه سال‌های اخیر نشان داده، این بوده که عدم رفاه باعث شده بسیاری از زنان به دلیل از دست ندادن شغل‌شان به دلایل مختلف ازجمله فشار اقتصادی به خانواده، قید فرزندآوری را زده‌اند تا مناصب شغلی‌شان را حفظ کنند. رئیس جمهور می‌تواند با لوایح حمایتی در این زمینه مانند موظفی در ایجاد مهدکودک‌ها در جنب ادارات و دانشگاه‌ها، آسایش در فرزندآوری و نگهداری از فرزند را به مادران شاغل و فعال هدیه دهد و همچنین قدم رو به جلویی در افزایش جمعیت که نیاز امروز کشور است بردارد.

۷ اقشار خاص و خانواده و زنان جامعه کارگری در نگاه رئیس جمهور وجود دارند؟

در جامعه ما اقشار خاص نیز وجود دارند. جامعه کارگری و به خصوص زنان متعلق به جامعه کارگری همواره چشم به تصمیمات حمایتی دولت‌ها دوخته‌اند. رئیس جمهور آینده چه برنامه و نگاهی برای این قشر آسیب‌پذیر دارد؟ اگر در بند بالاتر به فعالیت‌های علمی زنان نخبه اشاره کردیم و خواهان رسیدگی به آنها شدیم، رئیس جمهور باید بداند مشکلات اقشار کارگری بسیار جدی‌تر است و بارداری، زایمان و تامین مخارج این گروه قابل قیاس با گروه‌های دیگر نیست و حتی ممکن است آنها را به غلط به سمت سقط جنین که این روزها مرتبا نسبت به آن هشدار داده می‌شود، بکشاند. از این رو نیازمند رویکردهای درست، منطقی و دقیق در این زمینه هستیم.

۸ رئیس جمهور چقدر به اجرای قانون جوانی جمعیت وفادار است؟

قانون جوانی جمعیت مصوبه مجلس شورای اسلامی برای تحقق افزایش جمعیت است. در این قانون بندهای حمایتی زیادی برای رشد و تعالی یک خانواده وجود دارد. رئیس جمهور باید به دور از تعارفات و لفاظی‌های سیاسی خود را موظف و سرباز اجرایی این قانون بداند و به بندبند آن مقید باشد. نه آنکه چون در زمان نوشتار آن در راس کار نبوده، احساس وظیفه‌ای برای آن نداشته باشد.

۹ زنان روستاها و شهرهای کم‌جمعیت در دولت رئیس جمهور چه جایی دارند؟

متاسفانه بیشتر برنامه‌ریزی‌هایی که برای زنان در داخل کشور می‌شود، رو به زنان شهرنشین یا حتی تهرانی است و عملا هیچ برنامه‌ای برای فعالسازی و ارتباط با زنان شهرستانی و روستایی وجود ندارد. به خصوص آنکه زنان روستایی کشور عملا هیچ اوقات فراغتی ندارند و به نظر می‌رسد از جریان حکمرانی و قانونگذاری کشور کاملا کنار گذاشته شده‌اند.

۱۰ زنان خلاق و نوآور یا زنان الگوی سومی چه جایگاهی خواهند داشت؟

زنان در الگوی سوم مطرح‌شده از سوی مقام معظم رهبری نقشی فعال و کنشگر در جامعه دارند. درست است که در برنامه‌های توسعه‌ای نقش زنان شاغل نیز در نظر گرفته شده، اما همه زنانی که می‌خواهند در مسیر الگوی سوم حرکت کنند، شاغل نیستند. ما در حوزه زنان علاوه بر زنان شاغل با گروهی از زنان کنشگر و فعال روبه‌رو هستیم که در زمینه‌های مختلفی فعال و نوآور هستند و عاملیت دارند. مراکز خلاق و نوآور فرصتی هستند که رویکرد الگوی سومی مطرح شده از سوی رهبر انقلاب اسلامی را پیاده‌سازی کنند. زنانی که خارج از چهارچوب‌های خشک اداری می‌توانند نقش مکملی در پیشبرد مسائل کشور ایفا کنند. رئیس جمهور باید برای این‌گونه از زنان برنامه‌های ویژه داشته باشد و نقش آنان را در نظام حکمرانی موثر بداند و از کنار این موضوع و گروه مهم ساده نگذرد.

۱۱ نگاه به زنان در حوزه بین‌الملل چه خواهد بود؟

رئیس جمهور پرچمدار مهم گفتمان انقلاب اسلامی ایران است. نگاه او به زنان در حوزه بین‌الملل باید منطبق با این گفتمان بزرگ و مهم باشد. امام خمینی(ره) همیشه بر نقش زنان در شکل‌گیری انقلاب اسلامی ایران تاکیدات ویژه داشت و حتی مزیت انقلاب اسلامی ایران نسبت به سایر انقلاب‌های دیگر راهمراهی و حضور زنان می‌دانست. حضرت امام خمینی حتی در انتخاب هیاتی که نامه او را به گورباچف، رئیس جمهور شوروی سابق بردند، از مرحوم مرضیه دباغ به عنوان یکی از حاملان پیام استفاده کرد تا پررنگ بودن نقش زنان در انقلاب اسلامی را به دولت‌های بزرگ جهان نشان دهد. رئیس جمهور نهم چه نگاهی نسبت به حضور زنان در عرصه بین‌الملل دارد؟ برنامه‌های ویژه او برای ترویج الگوی سوم مورد نظر رهبر انقلاب در عرصه بین‌الملل چیست؟ بعد از حوادث تلخ ۱۴۰۱ و فعالانی که با شعار «زن، زندگی، آزادی» خودشان را پیگیر مشکلات زنان می‌دانستند و سعی کردند خودشان را نماینده دختران ایرانی نشان دهند و در تریبون‌های بین‌المللی حاضر شوند، برنامه ویژه رئیس جمهور چیست؟ او قرار است چه تصویری از دختر و زن ایرانی را به جهان از طریق تریبون‌های بین‌المللی مخابره کند و برای تبیین الگوی سوم چه برنامه‌هایی دارد؟

۱۲ رئیس جمهور با مطالبات جامعه دختران چه خواهد کرد تا امنیتی و رادیکالیزه نشود؟

سال‌هاست مطالبات برخی از جامعه دختران کشور به جای آنکه پاسخ‌های داخلی صحیح و به اندازه به آن داده شود، یا زیر فرش پنهان می‌شود یا از سوی رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی ترند اخبار شده و تبدیل به یک مساله امنیتی می‌شود که کشور را دچار چالش و بحران‌های تازه می‌کند. درخواست حضور در استادیوم سال‌ها پیش از سمت محافل زنانه و دخترانه مطرح شد اما چون در داخل جدی گرفته نشد، از محافل بین‌المللی دنبال شد و درنهایت با فعالیت رسانه‌های ضد ایرانی تبدیل به یک مساله امنیتی شد. برخی نیز از داخل با رفتارهای هیجانی خود دایره را تنگ‌تر کرده و بر قطبیت ماجرا اضافه کردند. حال سوال از رئیس جمهور این است که با این دست از مطالبات جامعه زنان که هر چند وقت یکبار با موضوعات مختلف به صدر اخبار راه پیدا می‌کند، چگونه برخورد شود تا امنیتی نشده و به دوقطبی‌های سیاسی و اجتماعی رادیکال تبدیل نشود؟ رئیس جمهور چه برنامه‌ای برای کاهش رفتارهای رادیکالی شده در حوزه زنان دارد؟ و قرار است این دو گروه تنش‌زا را چطور مدیریت کند؟

چهارشنبه ۳۰ خرداد ۱۴۰۳
شماره ۴۱۶۵
WWW.FDN.IR
FARHIKHTEGANDAILY