

بایسته‌های اخلاقی بازنمایی
حضور اجتماعی زنان
در رسانه ملی

محمد همتی

عنوان و نام پدیدآور: بایسته‌های اخلاقی بازنمایی حضور اجتماعی زنان در رسانه ملی / محمد همتی؛ تهیه‌کننده دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه، گروه اخلاق و رسانه.

شابک: ۲۵۰۰۰ ریال: ۸-۴۳۴-۵۱۴-۹۶۴-۹۷۸

موضوع: زنان -- وضع اجتماعی -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

Women -- Social conditions -- *Religious aspects -- Islam : موضوع

Women -- Moral and ethical aspect: موضوع

موضوع: زنان -- ایران -- وضع اجتماعی

Women -- Iran-- Social conditions : موضوع

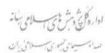
شناسه افزوده: صداوسیماي جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه. نشر دین و رسانه

شناسه افزوده: صداسیمای جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه.

دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه. گروه اخلاق و رسانه.

رده بندی کنگره: BP۲۳۰/۱۷۲

رده بندی دیویی: ۲۹۷/۴۸۳۱



بایسته‌های اخلاقی بازنمایی حضور اجتماعی زنان در رسانه ملی (کد: ۲۸۲۸)

پڑوہشگر: محمد ہمتی

ناشر: دین و رسانه وابسته به اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

به اهتمام: دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه؛ گروه اخلاق و رسانه.

طرح جلد: سید جلال طباطبائی سرشت

ویراستار: سمیه امینی کاظمی

صفحه آرا: سمیه مرادی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۹

شمارگان: ۶۰۰

چاپ: زلال کوثر

بہا: ۲۵۰۰۰۰ ریال

همه حقوق، محفوظ و متعلق به ناشر است.

نشر الکترونیک، اثر بدون کسب اجازه کتبی از ناشر ممنوع است.

نشانی: قم، بلوار امین، مجموعه صداوسما، اداره کل پژوهش‌های اسلامی، رسانه، تلفن: ۰۲۵-۳۲۹۱۵۵۱۰

تهران: حامی، ساختمان شهید رهبر، طبقه زیرین، تلفن: ۲۲۰۱۴۷۳۸، ۲۲۱۶۴۹۹۷

مشهد: خیابان امام خمینی، جنب باغ ملی، ساختمان صبا، طبقه سوم، تلفن: ۰۵۱ - ۳۲۲۱۵۱۰۸ - ۳۲۲۱۵۱۰۶. نمابر: ۰۵۱ - ۳۲۲۱۵۱۰۶.

سامانه مخاطبان: ۱۱-۰۲۵۹۱۵۵۱۰ سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۲۵۵

www.irc.ir info@irc.ir sapp.ir/irc.ir @irc_ir

ISBN:978-964-514-434-8

شاک: ۸-۴۳۴-۵۱۴-۹۶۴-۹۷۸

فهرست مطالب

سخن نخست	۷
فصل اول: کلیات	۱۰
مقدمه	۱۰
۱. اهمیت مسئله و ضرورت تحقیق	۱۲
۲. سؤال‌های تحقیق	۱۳
۳. اهداف تحقیق	۱۳
۴. مفاهیم اصلی تحقیق	۱۴
۵. روش تحقیق	۱۴
۶. پیشینه پژوهش	۱۶
۷. چهارچوب نظری تحقیق (تبیین مفاهیم):	۱۷
الف) بایسته‌های اخلاقی	۱۷
ب) بازنمایی رسانه‌ای	۲۲
ج) حضور اجتماعی زن	۴۹
فصل دوم: بایسته‌های اخلاقی حضور اجتماعی زنان	۵۹
۱. عفت جنسی	۶۲
۲. حجاب و پوشاندن زینت‌ها	۶۴
۳. اولویت‌بخشی به نقش زن در خانواده (نقش مادری و همسری)	۶۶
۴. توجه به عرصه‌های اجتماعی متناسب با شخصیت زنان	۷۰
۵. توجه به شأن سرپرستی مرد در خانواده	۷۱
۶. پرهیز از خلوت کردن با نامحرم	۷۴
۷. متانت و سنگینی در گفتار و رفتار	۷۶
۸. پرهیز از شوخی و مزاح با نامحرم	۷۷

۷۹.....	فصل سوم: آسیب‌شناسی بازنمایی حضور اجتماعی زنان
۸۰.....	۱. آثار فردی حضور اجتماعی زنان.....
۸۱.....	الف) بار سنگین نقش‌های متعدد.....
۸۲.....	ب) دگرگونی هویت زنانه.....
۸۳.....	ج) سوء استفاده از جذابیت‌های جنسی زنان.....
۸۴.....	۲. آثار حضور اجتماعی زنان بر خانواده.....
۸۴.....	الف) تغییر نقش جنسیتی زنان.....
۸۷.....	ب) تضعیف روابط عاطفی اعضای خانواده.....
۸۸.....	ج) کاهش فرزندآوری.....
۸۹.....	۳. آثار اجتماعی فعالیت‌های بیرون از خانه زنان.....
۹۰.....	الف) افزایش سن ازدواج دختران.....
۹۱.....	ب) افزایش شیوه‌های نامتعارف زندگی.....
۹۲.....	ج) جایگزین شدن برابری جنسیتی به جای عدالت جنسیتی.....
۹۳.....	د) افزایش آمار طلاق و خیانت.....
۹۵.....	فصل چهارم: رسانه و بایسته‌های بازنمایی حضور اجتماعی زنان
۹۶.....	تحلیل مضمون مصاحبه‌ها.....
۹۹.....	نتیجه‌گیری مباحث در زمینه بازنمایی حضور اجتماعی زنان.....
۹۹.....	۱. بازنمایی رسانه‌ای مشاغل تولیدی خانگی.....
۱۰۷.....	۲. بازنمایی زنان در ورزش قهرمانی.....
۱۱۲.....	۳. بازنمایی زنان در عرصه مشاغل سخت و غیرضروری.....
۱۱۶.....	۴. بازنمایی مشاغل اداری و کارمندی و مدیریت‌های کلان زنان.....
۱۲۱.....	۵. بازنمایی زنان در عرصه فعالیت‌های رسانه‌ای (بازیگری، اجرا و...).....
۱۲۹.....	۶. بازنمایی زنان در عرصه مشارکت سیاسی.....
۱۳۱.....	پیوست‌ها
۱۳۱.....	جداول مضامین سازمان‌دهنده و مضامین فراگیر.....
۱۳۸.....	کدگذاری مصاحبه‌ها.....
۱۵۲.....	سؤالات مصاحبه با کارشناسان.....
۱۵۸.....	منابع

سخن نخست

موضوع حضور زن در اجتماع، یکی از مسائل بحث‌برانگیز و مورد مناقشه در دهه‌های اخیر است. این مسئله، پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران نیز به‌عنوان یکی از دغدغه‌ها و سؤالات علاقمندان مسایل اجتماعی بوده است. مطالعه و تعمق در آیات قرآن و روایات اسلامی، مؤید این نکته است که اسلام، احیاگر شخصیت زن و حافظ کرامت انسانی اوست و این آیین ناب، برای زن همانند مرد، حقوق اقتصادی، اجتماعی و سیاسی قائل است. در اسلام، زن مانند مرد می‌تواند با رعایت قوانین و مقررات اسلامی در فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی شرکت کند تا آنجا که در بسیاری از موارد، شرکت زنان در جامعه و به‌عهده‌گرفتن مسئولیت‌های عمومی، مانند مردان، واجب است؛ از جمله: تصدی امور بانوان در جامعه، امر به معروف و نهی از منکر و بسیاری از فعالیت‌هایی که متناسب با زن بوده و اختصاص به زن دارد. البته شرکت در فعالیت‌های عمومی و به‌عهده‌گرفتن مسئولیت‌های اجتماعی زنان، مشروط به شرایطی است که باید از سوی جامعه مهیا شود و مقدمات این حضور را فراهم سازد؛ لذا در صورتی این حضور، مثبت و سازنده است که در چارچوب مقررات الهی و دینی باشد.

براین اساس، حضور اجتماعی زن در جامعه، حضوری بی‌ضابطه نیست و اسلام ضمن این‌که فعالیت زن در جامعه را یک تکلیف برای او دانسته، شرایطی نیز برای آن قائل شده است؛ چرا که اگر قرار باشد زنان، با توجه به ویژگی‌های ذاتی و طبیعی خود، حضوری بدون ضابطه داشته باشند، علاوه بر این‌که نمی‌توانند به جامعه خدمت کنند، به عاملی برای ایجاد اختلال در جامعه نیز تبدیل می‌شوند.

برای این‌که در جامعه ایجاد اختلال صورت نگیرد و این جذابیت‌های زنانه مورد سوءاستفاده واقع نشود، ضوابطی از جمله نحوه پوشش بانوان برای حضور در اجتماع در نظر گرفته شده و حتی برای نوع صحبت کردن، نگاه ایشان و دیگر موارد، شرایطی در نظر گرفته شده است تا هم حضوری عفیانه، هم پوششی عفیانه، هم نگاه عفیانه و هم رفتاری عفیانه داشته باشند.

بر این اساس، کار، فعالیت و حضور در عرصه اجتماعی برای زنان مسلمان از دید اسلام با رعایت چارچوب فقهی و اخلاقی و همچنین حفظ کانون خانواده نه تنها ممانعتی ندارد؛ بلکه یکی از مجوزهایی است که از طرف دین برای آنها صادر شده و به‌عنوان یک مسئولیت و تکلیف در دین برای تمامی مسلمانان لحاظ شده است.

در این میان، یکی از عرصه‌های مهم اجتماعی، رسانه است و حضور زنان در آن بسیار پررنگ بوده و بدون تردید رسیدن به رسانه تراز انقلاب اسلامی بدون ترسیم و ساری و جاری کردن قواعد فقهی و اخلاقی، به‌ویژه در مقوله حضور زن امکان‌پذیر نیست. از آن‌جا که رسانه باید پذیرای حضور زن باشد، بنابراین لازم است به نحوه حضور زن در رسانه اهتمام جدی داشته باشد و برای کیفیت‌بخشی به آن حضور، نیازمند ترسیم چارچوب فقهی، اعتقادی و اخلاقی برای این حضور است.

اثر حاضر، درآمدی است بر بایسته‌های اخلاقی حضور اجتماعی زنان در رسانه و اینکه نحوه این حضور در رسانه بر اساس قواعد اخلاقی، چگونه باید باشد. در پایان از زحمات و تلاش‌های ارزنده پژوهشگر ارجمند جناب **حجت‌الاسلام آقای محمد همتی** در پدیدآوری این اثر قدردانی می‌کنیم و امیدواریم این نوشتار، مورد توجه صاحبان اندیشه، مدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی قرار گیرد.

اداره‌کل پژوهش‌های اسلامی رسانه