

زنان در گام دوم



گفت‌وگوی «جوان» با بانوی فعال در عرصه رسانه و تهیه‌کننده‌ای که مادر ۲ فرزند است

رسانه و مادری

■ **زهرآچینی**

مهدیه سادات محور، جوانی دهه شصتی و مادر دو فرزند است اما این مادر بودن وی را از فعالیت‌های اجتماعی باز نداشته و این بانوی هنرمند توانسته‌است به خوبی میان نقش‌های مادری و همسری و هم‌منطور نقش‌های اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی رسانه‌ای‌اش توازن برقرار کند. اصلا سوزو‌ها و کارهای خانم محور و همکارانش در خانه هنری رسانه‌ای «دیما» از همین مادرانگی الهام می‌گیرد و روی نقطه‌ای دست گذاشته که کمتر به صورت تخصصی، مداوم به آن پرداخته می‌شود و این نقطه محوری و کلیدی مغفول مانده، موضوع زن و خانواده است. ماچرا از مادر شدن این

خانم محوری کی و چگونه وارد حوزه برنامه‌سازی و کار حرفه‌ای رسانه شدید؟

از سال ۸۸ با برنامه تلویزیونی «گره» در شبکه ۳ که به صورت تخصصی در حوزه اجتماعی و سبک زندگی بود وارد حوزه رسانه شدم و کار را از پژوهشگری رسانه شروع کردم. بعد از آن با توجه به دغدغه‌ای که در حوزه تولید محتوا برای رسانه داشتم و بعضاً عدم تعلق تولیدات رسانه‌ای با محتوایی که تولید می‌کردیم، وارد حوزه تولید شدم و محتواهای فراهم شده را تا مر حله تهیه و تولید پیگیری می‌کردم.

تولیدات رسانه‌ای شما در حوزه‌های زنان، خانواده و مادری است. چه شد که این حوزه را برای فعالیت‌های حرفه‌ای خودتان انتخاب کردید؟

پیش از مادر شدن در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی فعالیت می‌کردم اما بعد از مادر شدن متوجه شدم فعالیت برای یک خانم در عرصه رسانه با همراهی فرزندش فراهم نیست، به همین دلیل در حوزه فعالیت و دغدغه‌هایم تغییر ایجاد شد و سمت و سوی فعالیت‌م به شکل تخصصی به سمت مادری تغییر پیدا کرد.

اساس این تغییر جهت هم ورود به حوزه ناشناخته مادری بود و از لحظه‌ای که به آن گام گذاشتم نیاز خودم به محتواها و محصولات رسانه‌ای و خلأین محصولات در حوزه‌های مادری و فرزندی را بیشتر احساس می‌کردم. من مادر شده بودم و محصولات رسانه‌ای که بتواند به من آموزش دهد چگونه با فرزندم در خانه با ساده‌ترین وسایل بازی کنم دیده نمی‌شد. من مادر شده بودم اما مستند و تصویری از مادرهای فعال و الگوی درست مادری نمی‌دیدم. من به عنوان یک زن فعال اجتماعی مادر شده بودم اما در پروسه مادری و در پروسه بارداری نسبت به خیلی از مسائل ناآگاه بودم و تجربه‌ای نداشتم و نیاز داشتم از طریق رسانه این آگاهی‌ها را دریافت کنم اما رسانه ما به ازایی برای این مسائل تعریف نکرده بود. در یک کلام من مادر شده بودم و نه به عنوان یک فعال اجتماعی بلکه به عنوان یک زن، جنسیت خودم را کمتر در تلویزیون می‌دیدم و انگار من و امثال من در تلویزیون تعریف نمی‌شدیم. با وقف‌های که در دوره مادر شدنم در فعالیت‌های رسانه‌ای و اجتماعی‌ام اتفاق افتاد، بیشتر این

خلأ‌ها را حس و کمبود آن را تجربه کردم. مسئله‌ای که در حوزه زنان می‌دیدم این بود که ساختارهای ما با مسائل و گفتمان‌هایمان همسوییست. ساختارهای ما برای یک زن فعال اجتماعی که می‌خواهد به فرزندان‌وری، تربیت فرزند و در کنار فرزند بودن اهمیت دهد، طراحی نشده است. یا باید کار کرد یا در خانه نشست و بچه‌داری کرد! در حالی که می‌شود این دو مقوله را با یک تغییر در ساختارهای کلان جمهوری اسلامی تعریف و برایش الگوسازی کرد. این شد که به سمت دغدغه حوزه زنان و مادری و کار برای کودک به صورت تخصصی، وارد شدم و در خانه هنری رسانه‌ای دیما از خانم‌هایی که فعالیت و دغدغه حوزه‌های زنان و رسانه داشتند و بعضاً به واسطه مادری فعالیت رسانه‌ای‌شان محدود شده بود دعوت به کار در کنار بچه‌هایشان کردم و شرایطی در دفتر ایجاد کردم که فرزندان‌شان بتوانند در محیط کاری در طول فعالیت مادر حضور داشته باشند.

به نظر می‌رسد حوزه «مادری» به طور خاص و کمتر در رسانه‌های ما مورد توجه قرار گرفته است. شما هم بر مبنای همین خلأ حوزه کاری خود را بر تولید محتوا و بر نامه‌هایی با محوریت مادر و کودک متمرکز کردید؟

در خانه هنری رسانه‌ای دیما بر موضوعات حوزه زنان و خانواده متمرکزیم؛ موضوعاتی که اساساً به آنها

درد

بر اساس ساختار ر و تین جامعه که زن شاغل مجبور است فرزندش را در مهد بگذارد و ساعت‌های طولانی از فرزندش دور باشد و سال‌هایی که بچه نیاز تمام به مادر دارد در کنار مادرش نباشد، این‌جنس فعالیت مانع فرزندپروری درست می‌شود اما در مجموعه ما یک ساختار شکنی اتفاق افتاده است



بانوی فعال در عرصه رسانه آغاز می‌شود و خلأیی که وی به عنوان یک مادر جوان برای آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی به مادران شبیه خودش در عرصه رسانه حس می‌کند. این‌که انگار جای زنان و برنامه‌های خانواده‌محور در تلویزیون خالی است. پس مهدیه سادات و دوستانش که شرایطی شبیه‌ا داشتند وقتی می‌بینند ساختارهای موجود در کشور با سیاست‌های جمعیتی و توصیه به مادر شدن خانم‌های جوان تحصیلکرده و مستعد همخوانی ندارد، خودشان دست به کار می‌شوند تا مادری را با کار در هم آمیزند و در این مسیر حتی کودکان خردسالشان را هم با خود همراه می‌کنند! دفتر کار این گروه رسانه‌ای با سایر دفاتر کاری فرق می‌کند. اینجا از دیسپلین‌های معمول

پرداخته نمی‌شود. ما هیچ مرکز رسانه‌ای تصویری که به شکل تخصصی در حوزه زن، مادری و خانواده کار نکنند، نداریم! دوستانی هستند که به صورت تک برنامه کار می‌کنند اما این حوزه نیاز به پرداختنجیر و و در ابعاد مختلف دارد. تک نسخه پیچیدن، مشکلات زنان جامعه ما را در رسانه حل نخواهد کرد. این‌که ما بر این موضوع متمرکز شدیم صرفاً خلأ پرداختن درست، دقیق و موشکافانه به این حوزه است. نکته مهم دیگر این‌که در حوزه زنان و خانواده باید کارها با کیفیت ساخته شود و به کارهای حداقلی تقلیل نیابد و به سمت کارهای گزارشی و فاصله گرفتن از تولیدات هنر مندانه نرود. تمام تلاش ما این است که به لحاظ فرم بتوانیم رقیب سرسختی برای تولیدات رسانه‌ای بین‌الملل باشیم و در انتخاب عوامل تولید نهایت تلاش را می‌کنیم تا از بهترین‌ها استفاده کنیم و فکر می‌کنم موفق هم بودیم. تولیدات ما در سال‌های اخیر در معتبرترین جشنواره‌های بین‌المللی موفق بوده است. ما دو سال پیش با مستند «برف می‌نامد» در جشنواره «ایدفا» بزرگ‌ترین و معتبرترین جشنواره فیلم مستند جهان حاضر شدیم و در جشنواره «بیگ اسکای» جایزه بهترین فیلم را به‌دست آوردیم. در سال اخیر نیز در پانزدهمین دوره جشنواره «حقیقت» با یکی از قسمت‌های مجموعه مستند «پا به ماه» حاضر شدیم.

این برپایمان موفقیت خوبی است که توجه به حوزه زنان را با استاندارد رسانه‌ای به جشنواره‌ها وارد کنیم. چه بسا جشنواره‌ها دغدغه حوزه زنان و خانواده را نداشته باشند اما دغدغه کار خوب، با کیفیت خوب و دارای سناریو و قصه را دارند. ما تلاش کردیم محتوا را با فرم خوب عجین و جای خودمان را به جشنواره‌ها باز کنیم. **یعنی شما کارهایتان را برای موفقیت در جشنواره‌های بین‌المللی می‌سازید؟** نه قطعاً. ما مخاطب جشنواره را مخاطب خاص می‌دانیم. مخاطب اصلی ما مخاطب عام است، اما حضور در جشنواره‌ها ما جهت هدایت محتوای حوزه زنان، خلای از لطف نیست.

درباره تولیداتی که در طول سال‌های فعالیت‌تان در حوزه مادری داشتید برپایان بگویید و چه اهدافی را با این تولیدات دنبال می‌کردید؟ بر اساس مسئله شناسی که انجام دادیم، یکی از اولین تولیدات ما در دفتر دیما تولیدی به نام «مادری» بود. در این تولید، بحث ما این بود که در بسیاری موارد، دغدغه اجتماعی داشتن با تربیت مادر به فرزندانتقال می‌یابد و ما این را در پروسه تربیتی خودمان داریم. ما با نگاهی به اطرافمان در میان فعالان رسانه‌ای، شاهد بودیم که اغلب پرورش یافته‌مادری هستیم که همگی دغدغه اجتماعی داشتند و دارند. پس در محصولی رسانه‌ای، زنان فعال اجتماعی را تا دو نسل بعد در قالب یک مجموعه تلویزیونی مستند مورد توجه قرار دادیم و دغدغه‌ای را که در نسل بعدی هر کدام از آنها شکوفا شده است پیگیری کردیم. در اولین قسمت این مجموعه سراغ روایتی از خانم مرضیه دباغ (حدیدچی)، دخترشان و نوه‌شان رفتیم، یعنی سه زن از سه نسل در یک خانواده. روایتی از فعالیت ایشان و دغدغه‌هایی بود که به اقتضای زمانه داشتند و دخترشان که دغدغه اقتصادی و کارآفرینی داشتند و نوه ایشان که دغدغه‌های اجتماعی دیگری را دنبال می‌کردند و به نظرم در بیان این مسئله که فعالیت اجتماعی و دغدغه

دنبال کننده‌های زیادی پیدا کرد و این تقاضا، حکایت از خلأ زیاد محصولات رسانه‌ای در این حوزه دارد. پروژه «اهم‌بازی» کلیپ‌های کوتاهی است که حس و حال بازی با بچه‌ها در خانه را به تصویر می‌کشد و از سال ۹۷ در شبکه پویا مکرراً پخش شد.

بچه‌های این مجموعه را دوست دارند و ما مخاطب خوبی برای کارمان پیدا کردیم. «پا هم بازی» نیاز ما به عنوان یک مادر بود و اولین و فعال‌ترین مخاطبش خود ما هستیم.

به عنوان یک زن فعال اجتماعی و به عنوان یک مادر چگونه بین نقش‌های مادری و همسری و کار و فعالیت اجتماعی خود تعادل برقرار کردید و چگونه بود که مادری مانع فعالیت‌های شغلی و اجتماعی شما نشد؟

یکی از چالش‌هایی که بعد از تولد فرزند اولم با آن مواجه بودم این بود که من نیاز داشتم در صورت ادامه فعالیت‌م حتماً با فرزندم سر کار بروم و نگهداری دخترم را در سن کودکی به نهادهی مثل مهدکودک نسپارم اما در ساختارهای موجود برای این نیاز، ما به ازایی تعریف نشده بود؛ یا باید بچه را به مهد می‌سپردم و سر کار حاضر می‌شدم یا با توجه به تمام سابقه و دغدغه و اهمیتی که برای کارم قائل بودم کارم را ه می‌کردم. اصلی‌ترین چالش‌م در نخستین تجربه مادری لزوم تفکیک قائل شدن بین شغل و مادری بود یا باید شاغل نبودم یا مادر نمی‌شدم.

در واقع بر اساس ساختار روتین جامعه که زن شاغل مجبور است فرزندش را در مهد بگذارد و ساعت‌های طولانی از فرزندش دور باشد و سال‌هایی که بچه نیاز تمام به مادر دارد در کنار مادرش نباشد، این جنس فعالیت مانع فرزندپروری درست می‌شود اما در مجموعه ما یک ساختار شکنی اتفاق افتاده است.

چگونه؟

در دفتر ما خانم‌ها قرار نیست از صبح زود سر کار بیایند. سیستم ساعت زنی نداریم و آرامش یک زن را به لحاظ ساعت کاری و دور بودن از فرزندش به هم نمی‌زنیم. در دفتر ما شرایطی برای کودک‌ان طراحی شده که در ساعت‌های کاری، فرزند کنار مادر است و بر خلاف تصور ابتدایی که نمی‌شود کنار بچه کار کرد، بهره‌وری نیروهای ما به شدت بالاست. معمولاً در قراردادهای کاری ما سرعت تحویل پروژه‌ها خیلی بالاست و به نظر من بخشی از این به خاطر برکت وجود بچه‌ها و بخشی به خاطر آرامشی است که مادران به خاطر حضور در کنار فرزندانشان دارند. گاهی ما شاهد بوده‌ایم که ساختارهای موجود اجازه نمی‌دهد بین‌المللی همچون بیگ اسکای و ایدفا به عنوان بزرگ‌ترین و معتبرترین جشنواره فیلم مستند جهان بوده‌است. پای صحبت‌های این مادر، هنرمند و فعال اجتماعی نشستیم!یم تا برپایمان از کار، دغدغه‌ها و مسیری که پیموده بگویم؛ همسیری که شاید بتواند الهام‌بخش بسیاری از مادرانی باشد که هم مادری برایشان اولویت است و هم به شغلشان عشق می‌ورزند.

در حال حاضر با عنایت به خروجی‌هایی که طی

اجتماعی یک زن با تربیت به نسل بعد انتقال پیدا می‌کند نسبتاً موفق بودیم. بعد از رتالیتهی شوی «آسمان مال من است»، را به عنوان اولین رتالیتهی شوی روانشناسانه کار کردیم. در این برنامه مسائل و دغدغه‌های زوجین را با طرح مسائل و مشکلات پیش‌روی یک خانواده به صورت عملی و با راهکارهای روانشناختی و مهارت‌های زندگی پیگیری کردیم و پیش بردیم.

سوزو‌های شما چگونه متولد می‌شوند و قدر از زندگی شخصی خود و اطرافیان برای یافتن و پیگیری سوزو‌ها کمک می‌گیرید؟

ما از محتوا به سوزو می‌رسیم. دغدغه‌های این حوزه را شناسایی و مسئله شناسی می‌کنیم و وقتی این مسائل احصا شد چه ایجابی و چه انتقادی و آسیب‌شناسانه به فراخور موضوع در فاز بعدی سوزو‌هایی با این دغدغه و نگاه را پیدا می‌کنیم. در واقع موضوعات و محتوا ما را به سمت سوزو جهت می‌دهد و کمتر سوزو خاصی ما را غافلگیر می‌کند. سعی می‌کنیم! ینده پژوهی داشته باشیم و جلوتر از قصه‌ها و سوزو‌ها پیش برویم و سوزو‌ها قصه‌هایمان را از کل کشور پیدا کنیم. این کار یکی از سخت‌ترین بخش‌های فعالیت رسانه‌ای ماست که محتوایی را که در ذهنمان شکل گرفته است در دل یک سوزو بتوانیم محقق کنیم، این در حالی است که پروسه مقابل که از سوزو به محتوا برسیم یکی از ساده‌ترین راه‌هاست اما ما این سختی را به جان می‌خریم چون جواب داده است.

به طور مصداقی در مجموعه‌هایی که تاکنون کار کرده‌اید این از محتوا به سوزو ره رسیدن چگونه بوده‌است؟

به طور مثال در مجموعه مستند «پا به ماه» ما با رصد مسائلی که در حوزه زنان مادری و نگاه‌های جامعه به این حوزه وجود دارد به یک فهرست رسیدیم. مثلاً جنسیت برای برخی خانواده‌ها انقدر مهم است که می‌تواند یادآوری‌خام را تحت تأثیر قرار دهد. از دل این موضوع مستند «برف می‌نامد» بیرون آمد یا در بحث چالش‌های مادرانی که دغدغه فعالیت‌های اجتماعی هم دارند و همراهی یا عدم همراهی جامعه با آنها، یک قسمت دیگر از این مستند به نام «قانون مادری» بیرون آمد که قصه زندگی یکی از خانم‌های مسئول را که باردار شده بود روایت می‌کند یا در بحث دستاوردهای پزشکی کشور در درمان ناباروری که منجر به تولید قسمت «شیرین عالم» شد که روایتگر زندگی زن و شوهری افغان است که بعد از ۱۸ سال تلاش برای درمان ناباروری در کشورهای مختلف به ایران می‌آیند و در ایران یک ماه پس از شروع درمان نتیجه می‌گیرند.

«پا به ماه» مجموعه مستندتی است که صرفاً روایت از زنان باردار تهرانی و پایتخت‌نشین نیست، بلکه در مجموعه ۱۰ قسمتی پا به ماه ره سوزو‌ه از یک نقطه از کشورمان تا زن و سوزو‌های پا به ماه از یک خانم عشایری داریم تازن و سوزو‌هایی از خله شمال، جنوب، یزد، قزوین با مسائل و قصه‌های مختلف. در این مجموعه سعی کردیم مسائل زن را که ممکن است به سمت یک مستند آسیب‌شناسانه یا حتی سیاه‌نمایی برود با پیوند زدن به یک جلوه زیبایی از زندگی آدم‌ها تغییر دادیم. تر، شیرین‌تر و خوش‌ساخت‌تر کنیم. ما در دل پا به ماه به مسائل حوزه زنان می‌پردازیم اما با یک پایان تلخ و از تولد کمک می‌گیریم تا از دل این مسائل عبور کنیم.

مجموعه پا به ماه، بعد از یک دوره پخش در شبکه افق در شبکه ۳ به نمایش درآمد. همچنین کارهایی که در حوزه کودک انجام شد در مدت زمان کوتاهی در فضای مجازی

جوان

دارد، نه این‌که کار مادر را سدی بین خودشان و مادرشان بداندند و چون جنس کارها، کارهای مادرانه و کودکانه است بچه‌ها هم در گیر فعالیت‌های می‌شوند و خیلی دوست دارند و فضای خیلی شادی برایشان فراهم می‌شود.

با توجه به دغدغه‌هایی که خودتان داشته‌اید و برای طرف کردن آنها راه حل‌هایی ایجاد کرده‌اید. آیا تاکنون دغدغه‌های مادران شاغل هم در بین سوزو‌های شما بوده است تا برای برطرف کردن آنها سراغ مسئولان بروید و از آنها مطالبه داشته باشید؟

بله، یکی از اصلی‌ترین مسائل ما در حوزه زنان بحث مادری و اشتغال است. ساختار و نظام ما به رغم ترویج و دغدغه و فرهنگ‌سازی در حوزه فرزندآوری، شرایط و ساختارها را همسو با این دغدغه پیش نمی‌برد. ما در دهه‌های گذشته بحث کنترل جمعیت را داشتیم و به واسطه کنترل جمعیت، زنان ما فرصت فعالیت اجتماعی زیادی داشتند و آمار حضور زنان در فضاهای دانشگاهی و آکادمیک بالا رفت. حالا با تغییر سیاست‌های جمعیتی از این قشر زنان فعال و تحصیلکرده بدون آن‌که ساختارها را برایشان فراهم کنند دوباره فرزندآوری مطالبه می‌شود. در حالی که این خانم‌ها در کنار مادری و فرزندآوری دغدغه تحصیل و اشتغال هم دارند و باید ساختارهای اجتماعی به تناسب این نیاز و شرایط جدید در راستای زمینه‌سازی برای حضور اجتماعی مادران شاغل اصلاح شود. در نتیجه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های ما این است که بحث فرزندآوری و مادری در جامعه، بحثی کلان است و لزوم طراحی، بازتعریف، الگوسازی و نوسازی ساختارها را داریم که با دغدغه نظام در حوزه جمعیت همسو شود. برای حمایت از این دغدغه باید آن را با فعالیت‌های قبلی زنان هم‌رستا کرد. اساساً مادری صرفاً با خانه‌داری و خانه‌نشینی نباید تعریف شود و می‌توان از یک مادر خانه‌دار هم الگویی جریان‌ساز ارائه داد.

یعنی از نگاه شما خانه‌داری مهم نیست؟

چرا بحث خانه‌داری مهم است، بسیار هم مهم است. در واقع بحث خانه‌داری به نوعی خانواده‌داری است اما خانه‌داری باید به نوبه خودش به انتخاب تبدیل شود. خانه‌داری یا خانه‌نشینی، به واسطه فرزندآوری و عدم حمایت ساختارها به عنوان یک امر مذموم و به عنوان یک انتخاب از سر اجبار در ذهن زنان تلقی می‌شود. این آفت است. دغدغه ما این است که خانه‌داری انتخابی از سر علاقه و لذت باشد و اشتغال زنان باعث دور شدنشان از مادری و خانه‌داری نشود و بر عکس. بنابراین، این مباحث را در تمام ساختارهای کلانی که دعوت می‌شویم و حضور داریم، مطرح می‌کنیم و ما به ازایی آن تولیدات مختلف داریم.

در واقع ما قائل به این هستیم که نقش‌های زنان چه در اجتماع و چه در خانواده از سر اجبار نیست، بلکه انتخابی مسئولانه است و این انتخاب آگاهانه و مسئولانه به شدت



حس و حال زن را خوب و بهره‌وری او را چه در خانواده و چه در جامعه بالا می‌برد. حالا اگر یک زن در طول روز آرامش داشته باشد و با فعالیت اجتماعی احساس مفید بودن کند، قطعاً این زن از حضورش در خانواده و ایفای نقش‌هایی که در خانه پذیرفته، لذت می‌برد و این به شدت به بالا رفتن اعتماد به نفس زنان کمک می‌کند. اما اگر به زن به عنوان کسی که وظیفه دارد یکسری کارها را چه در جامعه و چه در خانواده انجام دهد نگاه کنیم، تمام آن وظایف نتایج معکوس می‌دهد و حس مفید بودن را از زن می‌گیرد و بهره‌وری و کیفیت کار وی را چه بسا در حوزه خوب مادری و خوب همسری کردن هم از بین می‌برد.

وظیفه رسانه در این رابطه چیست و چگونه باید این الگوسازی و انتقال مفاهیم را انجام دهد؟

ما باید این مفاهیم را انتقال و این انتخاب‌های درست را با بهترین ابزار رسانه‌ای ترویج دهیم و اجبار زنان را درستی از نقش‌ها برداریم. چه بسا اگر زن همان کار و همان نقش را نه از سر اجبار بلکه از لذت و انتخاب انجام دهد، یک خانواده خیلی سالم و در نتیجه یک جامعه خیلی سالم خواهیم داشت. بخش اعظم این کار‌ها وظیفه رسانه است و رسانه باید مردان و زنان جامعه را به سمت وظایف درستی که به عهده دارند تربیت کند و به وظایفی بپردازد که به عهده‌شان نیست و می‌توانند از سر انتخاب آگاهانه گزینش کنند. در این پروسه هم خودمان مستثنی نیستیم و باید به آنچه بدان اشراف داریم و محتواهایی که خودمان احصا می‌کنیم عمل کنیم و بداییم که مسیر سختی است که جز با ایستادگی و تلاش پیش نمی‌رود. هیچ کارآفرین نیست ما پشت این کار، سه نماینده، تجربه ما در دفتر تولیدات رسانه‌ای دیما نشان داده‌است هر جایی که در برابر نگاه‌های نادرست و راجع نسبت به کیفیت فعالیت زنان در جامعه ایستاده‌ایم، به ما کمک کرد در چالش‌ها نمانیم و این مهم‌ترین مسیر است.

و کلام آخر

اسم دفتر ما دیماست. دیما به معنی خانه من، سرای من است. قرار است دفتر ما دفتری باشد برای تمام فعالان حوزه زن و خانواده و این فعالان می‌توانند هنرمندان آقا و خانم باشند و مهم این است که برای اصلاح وضع موجود در حوزه زن و خانواده عزم داشته باشند و بخواهند تلاش کنند.